

PERANCANGAN MEDIA KOMUNIKASI VISUAL WISATA TAMAN LAUT NASIONAL BUNAKEN



**PERTANGGUNGJAWABAN TERTULIS
PENCIPTAAN SENI**

untuk memenuhi persyaratan mencapai derajat magister
dalam bidang Seni, minat utama Desain Komunikasi Visual

MEKI JOSEPH KATOPPO
NIM 335/DS-dk/07

**PROGRAM PASCASARJANA
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
2012**

**PERTANGGUNGJAWABAN TERTULIS
PENCIPTAAN SENI**

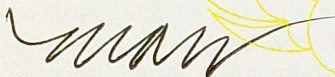
PERANCANGAN MEDIA KOMUNIKASI VISUAL WISATA TAMAN LAUT NASIONAL BUNAKEN

Oleh
MEKI JOSEPH KATOPPO
NIM 335/DS-dk/07

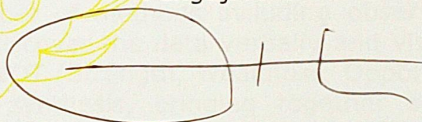
Telah dipertahankan pada tanggal 16 Juli 2012
Di depan Dewan Penguji yang terdiri dari

Pembimbing Utama

Penguji Ahli

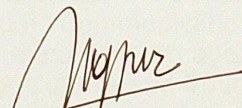


Drs. H.M Umar Hadi, MS



Drs. Hartono Karnadi, M.Sn

Ketua

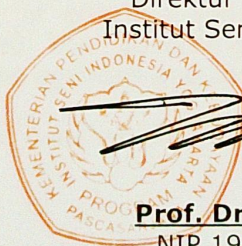


Dr. Timbul Raharjo, M. Hum

Pertanggungjawaban Tertulis ini telah diuji dan diterima
Sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Magister Seni

Yogyakarta, 27 AUG 2012

Direktur Program Pascasarjana
Institut Seni Indonesia Yogyakarta,



Prof. Dr. Djohan Salim, MSi

NIP 196112171994031001

PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa karya seni dan pertanggungjawaban tertulis ini merupakan hasil karya saya sendiri, belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di suatu perguruan tinggi manapun, dan belum pernah dipublikasikan.

Saya bertanggungjawab atas keaslian karya saya ini, dan saya bersedia menerima sanksi apabila di kemudian hari ditemukan hal-hal yang tidak sesuai dengan isi pernyataan ini.



Yogyakarta, 16 Juli 2012

Yang Membuat Pernyataan,

Meki Joseph Katoppo
NIM 335/DS-dk/07

Designing Visual Communication Media Bunaken National Marine Park Tourism

A Written Project Report
Postgraduate Program of Indonesia Institute of the Arts Yogyakarta, 2012

By **Meki Joseph Katoppo**

ABSTRACT

Bunaken is one of the Tourism Region of the National Marine Park in North Sulawesi Province. Called Bunaken, the audience will very quickly given a tourist area, but not all know the definite and specific, like what the tourist area and how that is in Bunaken and also not all know that the title is actually the name of the Bunaken village located on an island which was then the name The village became the name for the islands 'Bunaken', an area of only 8.08 km is not far from the city of Manado. North Sulawesi Provincial Government has made various efforts to increase the popularity of Bunaken to increase tourist visits.

In designing this done a number of methods including observation method approach to explore and discover the data verbally and visually, then identified, analyzed with a SWOT (Strength, Weakness, Opportunity and Threats) and then perform synthesis, bringing together all the elements contained in the object, analyzed the philosophical and practical values, combine them in creative concept and make it happen in the form of visual communication design work is applied to the media line (above the line advertising) and bottom-line media (below the line advertising). Media design of Visual Communication is an effort to meet the promotional needs of management agencies to tourist areas such as Bunaken Department of Culture and Tourism and the Board of Managers Bunaken National Marine Park. Because the campaign conducted by the relevant agencies do not take advantage of design management in the field of Visual Communication Design. Some examples, there is no logo for a national tourist resort of international class, there is no Sign Board for the Bunaken and merchandise that does not represent the tourist image of Bunaken.

Media design Visual Communication Design, Travel Bunaken National Marine Park is an effort to meet the necessary requirements in terms of promotion of effective and well targeted, and the end result brings benefits to the government of North Sulawesi Province, related government agencies and community management of Bunaken.

Key words: Bunaken, Tourism and Visual Communication Design

PERANCANGAN DESAIN KOMUNIKASI VISUAL WISATA TAMAN LAUT NASIONAL BUNAKEN

Pertanggungjawaban Tertulis
Program Pascasarjana Institut Seni Indonesia Yogyakarta, 2012

Oleh **Meki Joseph Katoppo**

ABSTRAK

Bunaken adalah salah satu Kawasan Wisata Taman Laut Nasional di Provinsi Sulawesi Utara. Menyebut Bunaken, *audience* akan sangat cepat mengingat suatu kawasan wisata, tetapi tidak semua mengetahui pasti dan spesifik, kawasan wisata seperti apa dan bagaimana yang ada di Bunaken dan juga tidak semua mengetahui bahwa sebutan Bunaken sebenarnya adalah nama desa yang terletak di sebuah pulau yang kemudian nama desa tersebut menjadi sebutan untuk pulau 'Bunaken', yang luasnya hanya 8,08 Km tak jauh dari kota Manado. Pemerintah Provinsi Sulawesi Utara telah melakukan berbagai upaya untuk meningkatkan popularitas Bunaken guna meningkatkan kunjungan wisatawan.

Dalam perancangan ini dilakukan beberapa metode pendekatan diantaranya metode observasi untuk menggali dan menemukan data-data verbal dan visual, diidentifikasi, dianalisis dengan SWOT (Strength, Weakness, Opportunity dan Threats) kemudian melakukan sintesis, memadukan segala unsur yang terkandung dalam objek, dianalisa nilai-nilai filosofis dan praktis, memadukannya dalam konsep kreatif dan mewujudkannya dalam bentuk karya desain komunikasi visual yang diaplikasikan ke media lini atas (*above the line advertising*) dan media lini bawah (*below the line advertising*). Perancangan Media Komunikasi Visual ini adalah upaya untuk memenuhi kebutuhan promosi bagi instansi terkait pengelolaannya terhadap kawasan wisata Bunaken seperti Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dan Dewan Pengelola Taman Laut Nasional Bunaken (DPTNB). Karena promosi yang dilakukan oleh instansi terkait pengelolaannya belum memanfaatkan perancangan dalam bidang Desain Komunikasi Visual. Beberapa contoh misalnya, tidak ada Logo untuk suatu kawasan wisata nasional yang berkelas internasional, tidak ada Sign Board untuk ke Bunaken dan *merchandise* yang tidak mewakili citra wisata Bunaken.

Perancangan Desain Komunikasi Visual, Wisata Taman Laut Nasional Bunaken adalah upaya memenuhi kebutuhan yang diperlukan dalam hal promosi yang efektif dan tepat sasaran dan pada hasil akhirnya membawa manfaat bagi pemerintah Provinsi Daerah Sulawesi Utara, instansi-instansi terkait pengelolaan Bunaken dan masyarakat.

Kata-kata kunci : Bunaken, Pariwisata dan Desain Komunikasi Visual

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Kuasa, karena penyertaanNya penulis dapat menyelesaikan tugas akhir karya seni dan pertanggungjawaban tertulis penciptaan seni sebagai syarat untuk memperoleh derajat magister.

Penulis layak mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang sangat membantu penyelesaian tugas akhir ini kepada :

1. Drs. H.M Umar Hadi, MS, selaku pembimbing utama yang bersedia meluangkan waktu, pikiran dan pengarahan yang sangat berharga bagi penulis.
2. Prof. Dr. Djohan Salim, M.Si, selaku Direktur Program Pascasarjana Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
3. Dr. Timbul Raharjo, M.Hum, selaku Ketua Penguji
4. Drs. Hartono Karnadi, M.Sn, selaku Penguji Ahli
5. Prof. Drs. M. Dwi Marianto, MFA, PhD, yang selalu memberi inspirasi
6. Semua Dosen dan Staf Karyawan di Program Pascasarjana Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
7. Teman-teman di Jurusan Seni Rupa dan Kerajinan FBS Negeri Manado, khususnya Prof. Drs. Ruddy Pakasi, M.Pd, Drs. Deddy Pangkey, M.Hum, Drs. Yan Mangare, M.Pd, atas dukungan moril dan materil.
8. Teman teman di Program Pascasarjana Institut Seni Indonesia

angkatan 2007, Rusnoto Susanto, M.Sn, Insanul Qisti Bariyah, M. Sn dan suami (mas Ferrys), yang selalu memberi dukungan moril.

9. Dani Permana, atas kerjasama dan hasil foto-fotonya yang luar biasa

10. Istriku tercinta, Maria Magdalena Asih Hartanti, untuk kesabaran, semangat dan doanya.

Terima kasih yang tak terhingga kepada semuanya, hanya Tuhan Yang Maha Kuasa yang dapat membalas segala budi baik. Amin.



Yogyakarta, 16 Juli 2012

Meki Joseph Katoppo

DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN.....	iii
ABSTRACT	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
 I. PENDAHULUAN.....	 1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Ide Penciptaan.....	12
C. Orisinalitas	13
D. Tujuan dan Manfaat	14
 II. KONSEP PENCIPTAAN.....	 16
A. Kajian Sumber Penciptaan.....	16
B. Landasan Penciptaan.....	36
 III. PROSES PENCIPTAAN	 38
A. Observasi.....	38
B. Elaborasi.....	50
C. Analisis.....	56
D. Sintesis.....	61
E. Realisasi Konsep.....	74
 IV. LAY OUT DAN KARYA DESAIN.....	 91
A. Lay Out	91
B. Karya Desain.....	102
 V. PENUTUP	 114
A. Kesimpulan	114
B. Saran	115
KEPUSTAKAAN	116
LAMPIRAN.....	119

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.	Peta Pulau Bunaken	3
Gambar 2.	Bunaken dan sekitarnya dilihat dari udara	3
Gambar 3.	Areal taman Laut Bunaken.....	4
Gambar 4.	<i>Promosi Bunaken di website Raja Laut</i>	7
Gambar 5.	Promosi Bunaken di <i>Website Cha Cha Resort</i>	8
Gambar 6.	<i>Billboard</i> dan Poster di desa Kairagi	8
Gambar 7.	<i>Giant Billboard</i> , Pintu keluar Badar Udara Sam Ratulangi....	9
Gambar 8.	<i>Billboard</i> area parkir bandara Sam Ratulangi.....	9
Gambar 9.	Beberapa Brosur Pariwisata Prop. Sulut.....	10
Gambar 10.	Kaos (<i>T Shirt/Man</i>) <i>Great Barrier Reef</i>	17
Gambar 11.	Kaos (<i>T Shirt/Man</i>) <i>Everglades National Park</i>	17
Gambar 12.	Kaos (<i>T Shirt/Girl</i>) Dive Bonaire	18
Gambar 13.	Kaos (<i>T Shirt/Girl</i>) <i>Great Barrier Reef</i>	18
Gambar 14.	Poster Komersial	19
Gambar 15.	Bilboard Komersial.....	20
Gambar 16.	Poster Film <i>Red State</i>	20
Gambar 17.	Poster Propaganda.....	21
Gambar 18.	Logo <i>Maui Ocean</i>	25
Gambar 19.	Logo <i>Gulf World Marine Park</i>	26
Gambar 20.	Logo <i>Mediterraneo Marine Park</i>	26
Gambar 21.	Logo <i>World Ocean Day</i>	26
Gambar 22.	Iklan 'Pengendalian minuman keras' di <i>Pennsylvania</i>	34
Gambar 23.	Bayi berenang	35
Gambar 24.	Wanita bermain dengan ikan di bawah laut	35
Gambar 25.	<i>Staring Point to</i> Bunaken	38
Gambar 26.	Tempat pembelian tiket <i>Speed Boat</i> ke Bunaken.....	39
Gambar 27.	Jadwal dan tariff keberangkatan <i>Speed Boat</i> ke Bunaken ...	40
Gambar 28.	<i>Speed Boat</i> alat transportasi ke Bunaken.....	41
Gambar 29.	Bilboard Sail Bunaken, perbatasan kota Manado	45
Gambar 30.	Bilboard Sail Bunaken, pintu masuk bandara Sam Ratulangi	46
Gambar 31.	Logo Dewan Pengelolaan Taman Nasional Bunaken	46
Gambar 32.	Logo Sail Bunaken 1.....	47
Gambar 33.	Logo Sail Bunaken 2.....	47
Gambar 34.	Logo Sail Bunaken 1.....	48
Gambar 35.	<i>Website Travel Agent</i> Dira Tour	49
Gambar 36.	Website Dinas Kebudayaan dan Pariwisata.....	49
Gambar 37.	Tabel Budget Media.....	72
Gambar 38.	Konsep Desain logo Bunaken.....	74
Gambar 39.	Konsep desain <i>Billboard</i>	57
Gambar 40.	Konsep desain <i>X Banner</i>	80
Gambar 41.	Konsep desain poster 1	81
Gambar 42.	Konsep desain poster 2	82
Gambar 43.	Konsep desain iklan koran	83
Gambar 44.	Konsep desain Kalender dinding dan meja	84
Gambar 45.	Konsep desain Kaos (<i>T Shirt</i>)	85
Gambar 46.	Konsep desain Tas 1	86

Gambar 47. Konsep desain Mug	86
Gambar 48. Konsep desain Topi dan Gantungan Kunci	87
Gambar 49. Konsep desain Jam Duduk dan Dinding.....	87
Gambar 50. Konsep desain Stiker.....	88
Gambar 51. Konsep desain <i>Sign Board</i>	89
Gambar 52. Contoh penempatan <i>Sign Board</i>	90
Gambar 53. Studi <i>Tipografi</i> 1	91
Gambar 54. Studi <i>Tipografi</i> 2	92
Gambar 55. Studi <i>Visual</i> logo 1	93
Gambar 56. Studi <i>Visual</i> logo 2	93
Gambar 57. <i>Eksekusi</i> akhir logo	94
Gambar 58. Sistem pembesaran dan pengecilan logo.....	94
Gambar 59. Sistem <i>grid</i> dan <i>master</i> hitam putih logo	95
Gambar 60. <i>Master</i> positif dan negative logo	95
Gambar 61. Sistem warna logo	96
Gambar 62. <i>Eksekusi</i> akhir logo	96
Gambar 63. <i>Lay out Billboard</i> alternatif 1 dan 2	97
Gambar 64. <i>Lay out Billboard</i> alternatif 3 (terpilih)	97
Gambar 65. <i>Lay out X banner</i> alternatif 1 dan 2 (terpilih 2)	98
Gambar 66. <i>Lay out poster</i> 1 alternatif 1 dan 2	98
Gambar 67. <i>Lay out poster</i> 1 alternatif 3 (terpilih).....	99
Gambar 68. <i>Lay out poster</i> 2 alternatif 1 dan 2 (terpilih 2)	100
Gambar 69. <i>Lay out</i> iklan Koran 1 dan 2	101
Gambar 70. <i>Lay out</i> iklan Koran 3 dan 4 (terpilih 4)	101
Gambar 71. Desain <i>Billboard</i>	102
Gambar 72. Desain X banner	103
Gambar 73. Desain Poster 1	104
Gambar 74. Desain Poster 2	105
Gambar 75. Desain Iklan Majalah dan Koran.....	106
Gambar 76. Desain Kalender 2012	107
Gambar 77. Desain Kaos (<i>T Shirt</i>) Dolphin.....	108
Gambar 78. Desain Kaos (<i>T Shirt</i>) Dua Nemo	108
Gambar 79. Desain kaos (<i>T Shirt</i>) Penyelam	109
Gambar 80. Desain Kaos (<i>T Shirt</i>) <i>Samurai Fish</i>	109
Gambar 81. Desain Tas Nemo	110
Gambar 82. Desain Tas Rembulan dan Ikan.....	110
Gambar 83. Desain Jam Duduk	111
Gambar 84. Desain Jam Dinding.....	111
Gambar 85. Desain Stiker.....	112
Gambar 86. Desain <i>Sign Board</i>	113

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Sejarah peradaban dan pertumbuhan ekonomi Indonesia menunjukkan bahwa dalam beberapa abad lamanya, wilayah Nusantara memiliki kekuatan ekonomi dan politik yang berbasis pada sumber daya kelautan. Kesadaran untuk menjadikan pembangunan berbasis sumber daya kelautan menjadi topik hangat yang dikedepankan dalam era pembangunan Nasional saat ini. Beberapa alasan kepedulian pemerintah terhadap pemberdayaan kelautan antara lain adalah :

Pertama, Indonesia merupakan negara maritim. Beberapa daerah memiliki potensi sumber daya laut dan pesisir terutama keanekaragaman hayati *biodiversity* laut terbesar di dunia,

Kedua, di masa mendatang, dalam rangka industrialisasi, kawasan pesisir dan laut hendaknya mendapatkan prioritas utama mengingat wilayah pesisir dan laut tidak saja menyediakan sumber daya alam yang demikian kaya dan beragam, tetapi juga merupakan potensi tersendiri bagi pengembangan pembangunan yang nonekstraktif, seperti pengembangan kawasan rekreasi dan pariwisata.

Industri pariwisata merupakan sektor yang sangat penting bagi negeri maritim seperti Indonesia, yang merupakan negara kepulauan. Selain itu,

industri pariwisata memiliki peran dalam pembangunan ekonomi nasional. Kontribusinya terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia cukup signifikan. Jumlah kunjungan wisatawan dan *devisa* yang diperoleh meningkat dari tahun ke tahun sehingga industri pariwisata telah memainkan peranan yang cukup *vital* dan strategis dalam pembangunan ekonomi. (Pitana dan Gayatri, 2005 : 111) Saat ini, *trend* wisata laut yang sedang digalakkan pemerintah adalah wisata bahari

(<http://www.budpar.go.id/budpar/asp/detil.asp?c=16&id=1743>)

Dari banyaknya wisata laut yang dimiliki Indonesia, taman laut Bunaken yang berada di Sulawesi Utara merupakan objek wisata yang cukup mempesona. Taman laut Bunaken merupakan Taman Laut Nasional yang sudah mendunia. Untuk menjaga kelestarian taman laut Bunaken, Pemerintahan Daerah Provinsi Sulawesi Utara telah membentuk (DPTNB) Dewan Pengelola Taman Nasional Bunaken yang diatur oleh Surat Keputusan (SK) Gubernur Sulut Tahun 2004. Dewan ini merupakan gabungan dari unsur pemerintah, swasta, tokoh masyarakat, dan lembaga swadaya masyarakat (LSM).

Bunaken adalah sebuah pulau kecil seluas 8,08 km² di Teluk Manado, yang terletak di utara pulau Sulawesi - Indonesia. Pulau ini merupakan bagian dari kota Manado, ibu kota Provinsi Sulawesi Utara, keindahan taman laut nasional Bunaken ditemukan oleh Loky Herlambang tahun 1975 yang kemudian mendirikan pusat selam (*diving center*) pertama

dengan nama Nusantara Diving Center (NDC) tahun 1978. Hingga saat ini taman laut nasional Bunaken menjadi ikon utama pariwisata Sulawesi Utara. Bunaken kemudian ditunjuk sebagai Taman Laut Nasional oleh Menteri Kehutanan tahun 1991. Dan diresmikan oleh Presiden RI Soeharto pada bulan desember tahun 1992. Secara administratif pemerintahan berada pada Kabupaten Dati II Minahasa dan Kotamadya Manado, Provinsi Dati I Sulawesi Utara.



Gambar 1. Peta Pulau Bunaken



Gambar 2. Pulau Bunaken, Pulau Manado Tua, Pulau Siladen dan Kota Manado di lihat dari pesawat udara, Pulau Mantehage dan Pulau Nain, tidak terlihat karena keterbatasan jarak pandang
Foto: Meki Joseph Katoppo



Gambar 3. Areal Taman Laut Nasional Bunaken, Pulau Bunaken, Pulau Manado Tua, Pulau Mantehage, Pulau Nain dan Pulau Siladen
Foto: Meki Joseph Katoppo. Mei 2012

Secara keseluruhan taman laut nasional Bunaken meliputi area seluas 75.265 hektar dengan lima pulau yang berada di dalamnya, Pulau Manado Tua, Pulau Bunaken, Pulau Siladen, Pulau Mantehage berikut beberapa anak pulaunya, dan Pulau Nain. Meskipun meliputi area 75.265 hektar, lokasi penyelaman (*diving*) bukan di keseluruhan laut di mana kelima pulau itu berada, melainkan di masing-masing pantai yang mengelilingi kelima pulau tersebut. Dengan pengertian lokasi penyelaman berada di pantai-pantai yang mengelilingi kelima pulau itu, taman laut nasional Bunaken memiliki 20 titik selam (*dive spot*) dengan kedalaman bervariasi hingga 1.344 meter. Dari 20 titik selam itu, 12 titik selam di antaranya berada di pulau Bunaken. Dua belas titik selam ini yang paling sering dikunjungi *diver* dan pecinta keindahan pemandangan bawah laut.

Sebagian besar dari 12 titik selam di pulau Bunaken berjajar dari bagian tenggara hingga bagian barat laut pulau tersebut. Di wilayah ini terdapat *underwater great walls*, yang disebut juga *hanging walls*, atau dinding-dinding karang raksasa yang berdiri vertikal dan melengkung ke atas. Dengan kondisi dinding karang seperti ini, segala jenis ikan-ikan dari berbagai macam jenis, ukuran dan warna-warni menakjubkan yang mencari makan di dinding karang tersebut dapat dengan bebas melakukan manuver lebih dari 180 derajat, menyajikan suatu pemandangan yang benar-benar luar biasa indahnya.

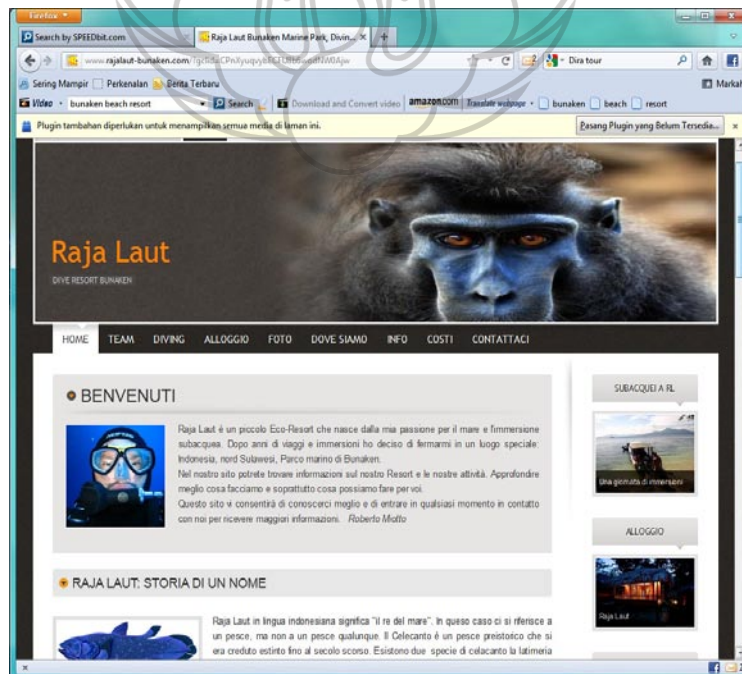
Tetapi potensi kawasan wisata taman laut yang hebat dan sangat populer ini, tidak dibarengi dengan sistem pengelolaan yang layak dan memadai, kebijakan pemerintah daerah khususnya Dewan Pengelola Wisata Taman Laut Nasional Bunaken sebagai instansi non pemerintah dan Dinas Pariwisata Provinsi Sulawesi Utara sebagai instansi pemerintah, yang memberi peluang kepada masing-masing pelaku-pelaku industri kepariwisataan untuk mempromosikan Bunaken, menjadikan segala hal yang meyangkut citra Bunaken menjadi beragam, tidak *focus* dan nyaris tidak memiliki identitas yang khas, sebab mekanisme promosi dilakukan masing-masing industri pariwisata seperti misalnya *hotel-hotel*, *resort*, *cottage-cottage*, *travel agent*, dan industri kerajinan yang berkembang subur di kawasan wisata Bunaken.

Industri-indusri kepariwisataan sering memanfaatkan Bunaken sebagai *trade mark* yang tidak tepat dan bahkan sangat bertolak belakang dengan "citra wisata" (ekspresi, gambaran, atau bayangan semua yg diketahui secara objektif, kesan, praduga perseorangan atau kelompok mengenai tempat tujuan wisata, kebudayaan, keindahan alam, dan hasil kerajinan daerah wisata tertentu;) (Kamus Besar Bahasa Indonesia, 2000:216) Bunaken itu sendiri.

Kondisi seperti ini tentu saja tidak sesuai dan sangat tidak menguntungkan jika di takar dari kaidah-kaidah promosi suatu kawasan wisata yang terkenal di dunia internasional, seperti Waikatobi atau *Under*

water World Singapura, Marine Park Malaysia, Coral World Ocean Park US Virgin Island dan lain-lain yang memiliki sistem promosi yang terfokus pada objek wisata itu sendiri. Bunaken sebagai suatu kawasan pariwisata yang sangat potensial untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi masyarakat disekitarnya, daerah maupun nasional, belum menyentuh kaidah-kaidah perancangan komunikasi visual karena tidak memiliki suatu rumusan citra wisata sebagai acuan untuk mempromosikan Bunaken. Beberapa media komunikasi seperti *website*, poster, *billboard*, brosur, dibuat dengan desain yang sederhana dan bahkan ada yang menyimpang dari kenyataan Bunaken sebagai wisata taman laut nasional.

Beberapa contoh *website*, poster, *billboard* dan brosur



Gambar 4. Promosi Bunaken di website raja laut

Sumber : www.rajalaut-bunaken.com



Gambar. 5. Promosi Bunaken di website Cha cha Resort
Sumber : <http://www.bunakenchacha.com/>



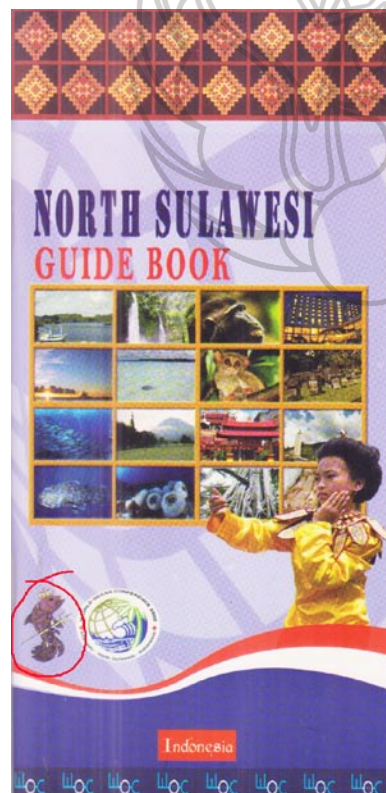
Gambar 6. *Billboard* dan poster. Lokasi desa, Kairagi pinggiran kota Manado arah menuju bandar udara Sam Ratulangi dan pelabuhan Bitung.
Foto : Meki Joseph Katoppo. 2009



Gambar 7. Giant Billboard, Pintu keluar bandar udara Sam Ratulangi
Foto : Meki Joseph Katoppo. 2009



Gambar 8. Billboard, area parkir bandar udara Sam Ratulangi Manado
Foto : Meki Joseph Katoppo. 2009



Gambar 9. Beberapa Brosur Pariwisata Sulawesi Utara
Sumber : Dinas Kebudayaan dan Pariwisata, Provinsi Sulawesi Utara

Hal yang paling penting dalam desain perancangan ini adalah menciptakan citra wisata Bunaken sebagai produk unggulan kawasan wisata taman laut nasional provinsi daerah Sulawesi Utara melalui media komunikasi promosi yang kreatif, efektif dan tepat sasaran.

B. Rumusan Ide Penciptaan

Popularitas Bunaken sebagai suatu kawasan wisata telah melampaui batas negara. Popularitas ini sangat bertolak belakang dengan kenyataan sebenarnya, bukan pada objeknya yang indah dan menarik, tetapi pada media-media promosi yang digunakan untuk mempromosikan Bunaken, Karena antara media promosi dan popularitas Bunaken sangat bertentangan. Beberapa media yang digunakan untuk mempromosikan Bunaken seperti billboard, poster, brosur, dan *merchandise* mengadirkan tampilan yang tidak memperhitungkan perancangan nilai-nilai komunikasi visual dan sering berbeda dengan identitas Bunaken. Seperti misalnya penggunaan tipografi (pemilihan jenis huruf, tingkat keterbacaan dan kenyamanan baca), warna (perpaduan dan pemilihan warna) dan *image* (penempatan dan keterkaitan, sering *image* yang digunakan tidak mewakili citra Bunaken).

Hal-hal seperti ini memicu ketertarikan dan pengamatan lebih dalam tentang perancangan media komunikasi visual kemudian menimbulkan gagasan berdasarkan pada kenyataan bahwa :

- a. Kawasan wisata Bunaken adalah aset daerah dan nasional, terutama aset masyarakat sekitar kawasan wisata yang menggantungkan hidupnya dari produk wisata.
- b. Sebagai suatu produk wisata Bunaken harus dikelola dan dipertahankan popularitasnya.
- c. Bunaken membutuhkan media promosi yang di rancang sesuai dengan identitas dan karakteristik kawasan wisata.

Berdasarkan latar belakang pemikiran tersebut, maka rumusan ide penciptaan ini adalah :

1. Bagaimana menciptakan media komunikasi visual yang sesuai dengan karakteristik kawasan wisata Bunaken.
2. Bagaimana media komunikasi yang dirancang dapat efektif menimbulkan nilai-nilai *suggestion* dan *recall*, dan menempatkan Bunaken di benak konsumen (*positioning*).
3. Bagaimana mempertahankan popularitas Bunaken dengan promosi-promosi yang efektif, menjangkau khalayak sasaran yang tepat dan mengatur bersinggungan media dengan khalayak
4. Bagaimana merancang produk Bunaken dengan citra dan identitas yang berbeda dengan produk kawasan wisata lainnya (*diferensiasi*)

C. Orisinalitas

Merancang media komunikasi visual kawasan wisata Bunaken telah banyak dilakukan dan bahkan telah berulang kali dilakukan untuk kepentingan promosi seperti yang nampak pada billboard, poster, brosur, *leaflet* dan *merchandise*, perancangan komunikasi visual yang orisinil dan mengandung kebaruan memang sangat sulit karena hampir semua bentuk visual nyaris sama digunakan, tentang kehidupan bawah laut, ikan, terumbu karang, dan penyelam.

Orisinalitas dalam perancangan media komunikasi visual ada pada celah eksplorasi untuk menemukan karakteristik Bunaken sebagai kawasan wisata. Mengangkat *citra image* melalui pemilihan tipografi pada kata Bunaken maupun penggunaannya pada *headline* dan *body copy* di setiap aplikasi perancangan. Menggunakan gambar (foto) penyelam di bawah laut yang telah dikonsepskan sebelumnya dalam hal gaya dan *gesture* (*gerak-isyarat*) untuk mendapat gambar yang komunikatif pembawa pesan yang mengajak dan menghasut kepada khalayak, kemudian memadukannya dengan gambar sekitar kawasan wisata seperti pulau Bunaken, pulau Manado Tua, garis pantai, pohon kelapa dan image lainnya sebagai pendukung dan terakhir memadukannya di komputer dengan teknik *annexation* adalah konsep menghadirkan kehidupan bawah laut seperti di kehidupan nyata. Konsep ataupun

gagasan dalam perancangan media komunikasi visual wisata taman laut nasional Bunaken ini adalah aspek orisinalitas.

D. Tujuan dan Manfaat

1. Tujuan

Sebagai sebuah produk, wisata taman laut Bunaken harus dikemas sebagai sebuah komoditi yang layak jual, membungkusnya dengan citra wisata yang tepat, menarik dan memikat sesuai dengan citra Bunaken itu sendiri, merancang desain grafis guna kelancaran promosi, hingga pembentukan *mental maps* tentang Bunaken kepada khalayak mengandung keyakinan, kesan dan persepsi yang mendalam. Diharapkan membawa dampak yang positif, berguna bagi masyarakat Daerah dan Nasional. Oleh sebab itu perancangan grafis lingkungan ini bertujuan :

- a. Untuk menciptakan citra wisata yang lebih menarik dan tepat sesuai dengan nilai-nilai potensi yang terkandung sebagai suatu objek Wisata Taman laut Nasional.
- b. Menciptakan karya desain komunikasi visual yang inovatif seperti Logo, *Sign Board*, billboard, Poster, Stiker, Kalender, *merchandise* lainnya seperti Tas, Jam Dinding, *Mug*, *T Shirt* dan kerajinan tangan.
- c. Dapat menjadi acuan media promosi wisata Taman laut Nasional Bunaken Pemerintah Propinsi Sulawesi Utara dan diharapkan dapat menjangkau kekurangan-kekurangan segmen khalayak sasaran yang telah ditetapkan selama ini

2. Manfaat

- a. Adalah kepuasan batin bagi saya melalui perancangan ini, dapat menggali segala aspek kemampuan dalam bidang perancangan media komunikasi visual guna meningkatkan kreatifitas dan kepekaan diri sendiri terhadap perubahan nilai-nilai lingkungan dan masyarakat umumnya.
- b. Melalui perancangan media komunikasi visual memecahkan strategi promosi wisata taman laut nasional Bunaken yang efektif dan tepat sasaran.
- c. Memperkaya ide dan wujud media komunikasi visual dalam bidang wisata taman laut nasional.
- d. Dapat menambah wawasan dalam bidang perancangan media komunikasi visual wisata taman laut nasional bagi instansi terkait pengelolaannya, intitusi dalam bidang pendidikan, praktisi desain dan masyarakat umumnya.