

Design of Tourism Promotion Media in Jayapura District **Perancangan Media Promosi Pariwisata** **di Kabupaten Jayapura**

Thersila Tasia Fransiska Utler

Mahasiswa Fakultas Seni dan Desain, Universitas Negeri Makassar
tasyautler12@gmail.com

Muhammad Saleh Husain

Fakultas Seni dan Desain, Universitas Negeri Makassar
muhsalehhusain@gmail.com

Alimuddin

Fakultas Seni dan Desain, Universitas Negeri Makassar
alimuddin185@gmail.com

Abstrak

Perancangan ini bertujuan membuat media promosi pariwisata di Kabupaten Jayapura dengan menampilkan lima tempat wisata potensial yang ada di Kabupaten Jayapura. Perancangan menggunakan aplikasi grafis pada komputer. Data didapat dari observasi langsung, wawancara dan menyebar angket pada tempat wisata. Perancangan menggunakan teori mengenai pembuatan media promosi, dan beberapa hal dilakukan dalam perancangan yakni, memilih konsep desain, tema, pemetaan gagasan, membuat *storyline* dan *storyboard*, eksplorasi visual, membuat sketsa, mengembangkan sketsa, merancang digitalisasi dengan *coreldraw*, *coloring*, tipografi, hingga final desain. Hasil perancangan secara keseluruhan menghasilkan desain yang dapat diaplikasikan menjadi sebuah *motion graphic*. Perancangan media promosi ini terdiri dari media utama yaitu *motion graphic*, dengan media pendukung berupa *cover CD*, dan media promosi seperti baju kaos, topi, *totte bag* dan gantungan kunci.

Kata Kunci: Media Promosi Pariwisata, Wisata, Motion Graphic.

Abstract

This design aims to create a media promotion of tourism in Jayapura District by displaying five potential tourist attractions in Jayapura District. Designing using graphical application on computer. Data obtained from direct observation, interviews and spreading the questionnaire on the sights. The design uses theories about the making of promotional media, and some things are done in the design that is, choosing the concept of design, theme, mapping ideas, create storylines and storyboards, visual exploration, sketching, sketching, designing digitalization with coreldraw, coloring, typography, design. The overall design results produce a design that can be applied to a motion graphic. The design of this promotional media consists of the main media that is motion graphic, with supporting media in the form of cover CD, and promotion media such as T-shirt, hat, totte bag and keychain.

Keywords: Tourism Promotion Media, Travel, Motion Graphic.

1. Pendahuluan

a. Latar Belakang

Di zaman yang serba modern seperti sekarang ini, banyak sekali wisatawan yang mencari alternatif tempat untuk berlibur atau bahkan sekedar berfoto yang bagus dan unik baik didalam kota maupun diluar kota.

Banyak wisatawan mencari tempat-tempat baru untuk dijadikan tujuan berliburnya. Namun tidak banyak yang tahu ternyata di Kabupaten Jayapura juga memiliki tempat-tempat yang tidak kalah indah untuk dijadikan alternatif liburan.

Melihat berbagai macam tempat wisata dan dari pengalaman-pengalaman yang ada, para wisatawan/pengunjung yang datang hanya bisa mengetahui tempat wisata di Kabupaten Jayapura melalui media sosial atau sekedar bertanya kepada masyarakat setempat, ada juga yang mengetahuinya dari teman-teman. Selain itu, kurangnya media promosi membuat pariwisata di Kabupaten Jayapura kurang terkenal serta media informasi tentang pariwisata masih minim. Menurut Ibu Maria Souisa selaku Plt. Sekretaris Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Jayapura, untuk mempromosikan Pariwisata di Kabupaten Jayapura, masih melalui media cetak seperti *leaflet*, poster, *banner* serta media elektronik seperti *website*. Media-media ini menurutnya masih kurang efektif sehingga dibutuhkan media yang lain yang dapat memberikan informasi tentang pariwisata Kabupaten Jayapura. Terkait dengan hal tersebut, maka diperlukan sebuah media yang bisa digunakan sebagai media promosi pariwisata yang tepat. penulis akan merancang sebuah media yang bisa digunakan sebagai media promosi. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan tersebut, maka judul yang diangkat dalam perancangan ini adalah “Perancangan Media Promosi Pariwisata di Kabupaten Jayapura”.

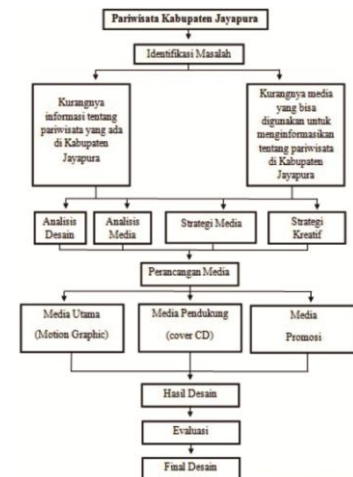
b. Tujuan Perancangan

1. Merancang sebuah media promosi yang dapat digunakan sebagai media informasi tentang Pariwisata di Kabupaten Jayapura.
2. Memberikan informasi bagi para wisatawan tentang pariwisata yang ada di Kabupaten Jayapura.
3. Memiliki media yang dapat digunakan sebagai media promosi sekaligus media informasi sehingga dapat memberikan dampak positif bagi pariwisata di Kabupaten Jayapura.

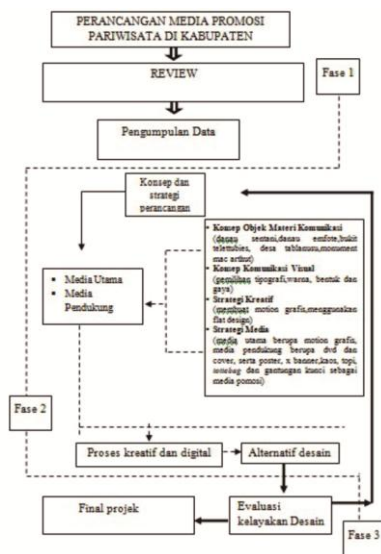
c. Manfaat Perancangan

1. Informasi tentang pariwisata di Kabupaten Jayapura mudah didapatkan.
2. Memiliki media promosi yang dapat memberikan dampak positif bagi pariwisata di Kabupaten Jayapura.

d. Skema Alur Berpikir



e. Skema Perancangan



2. Kajian Literatur

a. Kajian Desain yang Relevan

Menurut definisinya, Desain Komunikasi Visual adalah suatu disiplin ilmu yang bertujuan mempelajari konsep-konsep komunikasi serta ungkapan kreatif melalui berbagai media untuk menyampaikan pesan dan gagasan secara visual dengan mengelola elemen-elemen grafis yang berupa bentuk

dan gambar, tatanan huruf serta komposisi warna serta *layout* (tata letak atau perwajahan). Dengan demikian, gagasan bisa diterima oleh orang atau kelompok yang menjadi sasaran penerima pesan. Desain, khususnya desain komunikasi visual memang kaya akan perspektif, premis maupun paradigma.

Said (2006:23) mengatakan bahwa wujud sebuah rancangan (karya desain), dalam kenyataannya, semua unsurnya jalin-menjalin satu sama lainnya, sehingga mata kita pada umumnya tidak mudah menceraiberaikannya. Jika diambil satu-satu, setiap unsur akan tampak abstrak, tetapi penampilan semua unsur tersebut dengan serempak menentukan wujud karya desain itu. Terdapat empat kelompok unsur utama desain, yaitu: (1) Unsur konsep, terdiri atas: titik, garis, bidang, dangempal/ bentuk trimatra, (2) Unsur rupa, terdiri atas: raut, ukuran, warna, dan barik (tekstur), (3) Unsur pertalian, terdiri atas: arah, kedudukan, ruang, dan gaya berat, (4) Unsur peranan, terdiri atas: raut tiruan, makna, dan tugas.

3. Kajian Teori

a. Perancangan

Perancangan adalah penggambaran, perencanaan dan pembuatan sketsa atau pengaturan dari beberapa elemen yang terpisah ke dalam satu kesatuan yang utuh dan berfungsi. Perancangan sistem dapat dirancang dalam bentuk bagan alur sistem yang merupakan alat bentuk grafik yang dapat digunakan untuk menunjukkan urutan-urutan proses dari sistem yang ingin kita rencanakan.

Ladjamudin (2005:39) menegaskan bahwa “perancangan adalah tahapan perancangan (*design*) memiliki tujuan untuk mendesain sistem baru yang dapat menyelesaikan masalah-masalah yang dihadapi perusahaan yang diperoleh dari pemilihan alternatif sistem yang terbaik”.

b. Media

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, media merupakan alat (sarana) komunikasi, perantara, atau penghubung.

Jika dilihat pula dari asal katanya, ‘*Medius*’ (bahasa Latin) yang berarti ‘tengah’, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa media mengarah pada sebuah sarana/ alat yang digunakan untuk menyajikan informasi.

Dalam buku Pengantar Ilmu Komunikasi (2002), Cangara menyebutkan bahwa “media merupakan alat atau sarana untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak”. Dalam hal ini media yang paling mendominasi dalam berkomunikasi adalah pancaindra manusia, seperti mata dan telinga. Pesan yang diterima pancaindra kemudian diproses oleh pikiran untuk menentukan reaksi/ sikapnya, baru kemudian dinyatakan dalam tindakan.

c. *Motion Graphic*

Motion graphic adalah potongan-potongan media visual berbasis waktu yang menggabungkan berbagai elemen-elemen seperti animasi 2D dan 3D, video, film, tipografi, ilustrasi, fotografi dan musik. Penggunaan *motion graphic* yang umum adalah sebagai *title sequence* (adegan pembuka) film atau serial TV, logo yang bergerak di akhir iklan, elemen-elemen seperti logo 3D yang berputar-putar di sebuah siaran dan dengan adanya internet, animasi berbasis web, dan lain-lain. *Motion graphic* sering disebut juga dengan hasil pengembangan dari *graphic design*. elemen-elemen yang terkandung dalam *motion graphic* sendiri antara lain tipografi, warna, *style frame*, audio visual dan juga elemen-elemen grafis lainnya. *Motion graphic* sendiri tidak terbatas dalam hasil akhirnya, hasil akhir yang dimaksud dapat berupa animasi 2D ataupun 3D, hal ini dapat disesuaikan berdasarkan kebutuhan masing-masing.

Wardhani, (2014:3) dalam jurnalnya menjelaskan *motion graphics* adalah grafis yang menggunakan video atau animasi untuk menciptakan ilusi dari gerak ataupun *transformasi*. *Graphic design* telah berubah dari *static publishing* dengan memanfaatkan teknologi komunikasi termasuk film, animasi, media interaktif dan *environmental design*.

d. Promosi

Secara umum promosi diartikan sebagai upaya untuk memberitahukan atau menawarkan produk atau jasa dengan tujuan menarik calon konsumen untuk membeli atau mengkonsumsinya. Dengan adanya promosi, produsen atau distributor mengharapkan kenaikannya angka penjualan. Promosi merupakan teknik komunikasi yang secara penggunaannya atau penyampaiannya dengan menggunakan media seperti: pers, televisi, radio, papan nama, poster, video dan lain-lain yang tujuannya untuk menarik minat konsumen terhadap hasil produksi suatu perusahaan. Promosi sebagai media untuk menjembatani produsen dengan konsumen.

e. Wisata Alam

Wisata alam adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau kelompok dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari daya tarik alam dengan memanfaatkan potensi sumberdaya alam, baik itu alami maupun budidaya. Definisi lain dari wisata alam adalah kegiatan rekreasi dan pariwisata yang memanfaatkan potensi alam untuk menikmati keindahan alam baik yang alami maupun yang sudah ada usaha budidayanya, agar ada daya tarik wisata ke tempat tersebut.

f. Pariwisata

Istilah “pariwisata” konon untuk pertama kali digunakan oleh mendiang Presiden Soekarno dalam suatu percakapan sebagai padanan dari istilah asing *tourism*. Pada dasarnya kegiatan yang tidak mendatangkan wisatawan maka semua kegiatan itu dianggap gagal. Tanpa adanya wisatawan, semua kegiatan pembangunan dan pemugaran objek-objek kebudayaan, pembangunan hotel, persediaan angkutan, itu tidak memiliki makna kepariwisataan.

g. Profil Kabupaten Jayapura

Kabupaten Jayapura adalah salah satu kabupaten yang berada di Provinsi Papua, Indonesia. Ibu Kota kabupaten ini terletak di sentani, 33 km dari Kota Jayapura.

h. Letak Geografis dan Luas Wilayah

Kabupaten Jayapura dengan Luas wilayah 17.516,6 Km² yang terbagi dalam 19 Distrik 139 Kampung dan 5 Kelurahan terletak diantara 139⁰-140⁰ Bujur Timur dan 2⁰- 3⁰ Lintang Utara. Distrik Kaureh dengan luas Wilayah 4.537,9 Km² merupakan Distrik terluas di Kabupaten Jayapura atau sekitar 24,88 % dari keseluruhan luas Kabupaten Jayapura dan Distrik Sentani Barat merupakan Distrik yang luasnya terkecil dengan luas wilayah 129,2 Km² atau sekitar 0,74 % dari luas Wilayah Kabupaten Jayapura. Letak Geografis Kabupaten Jayapura yaitu Bagian Barat terletak pada 139⁰, 15' Bujur Barat, Bagian timur terletak pada 140⁰, 45' Bujur Timur, Bagian utara terletak pada 2⁰, 15' Lintang Utara dan bagian Selatan terletak pada 3⁰, 45' Lintang Selatan dengan batas-batas wilayah :

- Sebelah Utara Samudera Pasifik dan Kabupaten Sarmi.
- Sebelah Selatan Kabupaten Pegunungan Bintang, Kabupaten Yahukimo dan Kabupaten Tolikara.
- Sebelah Timur dengan Kota Jayapura dan Kabupaten Keerom.
- Sebelah Barat dengan Kabupaten Sarmi.

i. Analisa Objek/ Materi Komunikasi

Kearifan lokal yang dimiliki oleh Kabupaten Jayapura, selain memiliki makna tradisi adat ternyata memiliki sejumlah potensi lain yang perlu diangkat untuk menarik perhatian wisatawan domestik maupun mancanegara. Sumber daya alam khususnya dibidang pariwisata yang dimiliki oleh Kabupaten Jayapura sangatlah banyak untuk dapat dikelola. Namun sejauh ini pemerintah melalui Dinas terkait baru mampu mengelola beberapa aset pariwisata yang cukup memberikan angin segar bagi pengembangan dunia pariwisata dan juga cukup memberikan dampak-dampak positif bagi sektor informal lainnya perikanan, perkebunan, kehutanan, perekonomian rakyat serta lainnya.

j. Analisa dan Identifikasi Target Audience

Adapun klasifikasi dalam perancangan ini adalah :

1. Target Primer

a. Geografis

- Wilayah: Kabupaten Jayapura, Provinsi Papua
- Warga Negara: Indonesia
- Semua golongan, ras dan agama

b. Demografis:

- Jenis kelamin :Laki laki dan Perempuan.
- Usia : Mulai dari usia remaja hingga orang dewasa
- Berdasarkan perancangan konsep desain maka penulis fokus pada usia (18–30 tahun) yang merupakan target potensial dan target utama.
- Pendidikan : SMA,Kuliah dan sudah memiliki pekerjaan

c. Psikografis

Melihat semakin banyaknya destinasi tempat wisata yang ada, maka secara psikografis, penulis memfokuskan pada para wisatawan yang ada di Kabupaten Jayapura, termasuk kedalam kelas sosial menengah.

d. Behavior

Dari target primer dan data yang telah dikumpulkan maka secara behavior penulis memfokuskan kepada mereka yang memiliki *hobby Travelling*, serta memiliki daya Tarik tinggi terhadap potensi wisata alam khususnya wisata alam yang ada di Kabupaten Jayapura.

k. Analisa Strategi Komunikasi Visual

- Analisis Tipografi

Tipografi merupakan suatu ilmu dalam memilih dan menata huruf dengan pengaturan penyebarannya pada ruang-ruang yang tersedia, untuk menciptakan kesan tertentu, sehingga dapat menolong pembaca untuk mendapatkan kenyamanan membaca semaksimal mungkin. Suriyanto Rustan (2011 : 10) mendefinisikan tipografi sebagai salah satu bahasan dalam desain grafis yang tidak

berdiri sendiri secara eksklusif, ia sangat erat terkait dengan bidang keilmuan lain seperti komunikasi, teknologi, psikologi, dan lainnya. Adapun jenis-jenis huruf yang telah dianalisis dan baik digunakan dalam perancangan ini, yang sesuai dengan target audience dan konsep desain adalah :

Tabel 3.1.
Analisis Alternatif Font

| NAMA FONT | BENTUK FONT |
|---------------------------------------|--|
| Gill Sans Ultra Bold Condensed | ABCDEFGHIJKLMNQRSTU Abcdefghijklmnopqrstu 1234567890 |
| Arial | ABCDEFGHIJKLMNQRSTU TU Abcdefghijklmnopqrstu 1234567890 |
| Futura Md BT | ABCDEFGHIJKLMNQRSTU TU Abcdefghijklmnopqrstu 1234567890 |
| Futura Bk BT | ABCDEFGHIJKLMNQRSTU Abcdefghijklmnopqrstu 1234567890 |
| Clarendon Blk BT | ABCDEFGHIJKLMNO RSTU Abcdefghijklmnopqrstu 1234567890 |
| Playbill | ABCDEFGHIJKLMNQRSTU Abcdefghijklmnopqrstu 1234567890 |
| DFPOP1 -W9 | ABCDEFGHIJKLMNQRSTU Abcdefghijklmnopqrstu 1234567890 |
| Stay Fresh ■ Dama | <i>ABCDEFGHIJKLMNQRSTU</i> <i>U</i> <i>Abcdefghijklmnopqrstu</i> <i>1234567890</i> |

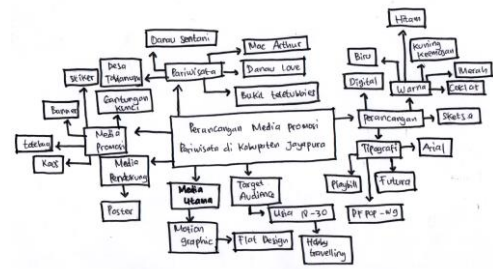
- Analisis Warna

Salah satu unsur visual yang paling menonjol dan sekaligus yang pertama kali tertangkap oleh indera penglihatan adalah ‘warna’. Warna terbagi menjadi beberapa

bagian: warna primer, sekunder, tersier dan warna netral yang biasanya disusun dalam lingkaran warna Brewster.

1. Analisis Bentuk dan Gaya

Setiap karya seni tentu memiliki gaya visualnya masing-masing termasuk dalam desain grafis. Dari sekian banyak gaya desain grafis yang diciptakan, ada beberapa gaya desain grafis yang umum dan menjadi patokan untuk menginspirasi para desainer grafis dalam membuat sebuah karya desain.



Gambar 3.2. Pemetaan Gagasan/ Mind Mapping

m. Usulan Solusi

1. Pemetaan Gagasan/ Mind Mapping

Mind mapping adalah cara mengembangkan kegiatan berpikir ke segala arah, menangkap berbagai pikiran dalam berbagai sudut. *Mind mapping* mengembangkan cara berpikir divergen dan berpikir kreatif. *Mind mapping* bisa juga disebut sebagai peta konsep. Pemetaan gagasan/ *mind mapping* pada perancangan media promosi pariwisata di Kabupaten Jayapura dapat dilihat pada gambar dibawah ini.



Gambar 3.1. Pemetaan Gagasan/ Mind Mapping

2. Curah Gagasan/ Brainstorming

Ide mendasar yang diangkat pada perancangan media promosi pariwisata di Kabupaten Jayapura ini yaitu dilihat dari konsep desain yang diangkat yaitu surga kecil dari bumi kenambai umbai. Pada aspek ini, terdapat beberapa unsur yang ditemukan yang kemudian dikembangkan dan curahkan dalam suatu ide atau curah gagasan/ *brainstorming* seperti dibawah ini:

4. Pembahasan

a. Konsep Desain

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan sebelumnya dan sesuai dengan target *audience* maka konsep desain yang digunakan dalam perancangan ini adalah “Bumi Cendrawasih”. Konsep ini berkaitan dengan hal-hal yang berhubungan dengan Kabupaten jayapura yang berada di Papua. Papua yang berada dibagian timur Indonesia ini memiliki alam yang indah dan yang paling dikenal adalah burung cendrawasih nya sehingga sering disebut sebagai bumi cendrawasih. Maka konsep inilah yang dipilih untuk kemudian dikembangkan menjadi sebuah karya desain dan diterapkan pada sebuah media berupa motion grafis yang dapat digunakan sebagai media promosi pariwisata di Kabupaten Jayapura.

b. Konsep Komunikasi

a. Objek/ Materi Komunikasi

1) Tema

Merujuk pada konsep desain yang telah ditentukan sebelumnya yaitu “bumi cendrawasih” serta berdasarkan target *audience*, maka tema yang digunakan dalam perancangan ini adalah “Surga Kecil dari Bumi Kenambai Umbai”. Kenambai umbai diambil dari tagline yang digunakan Kabupaten Jayapura sebagai semboyannya yang artinya Satu Utuh Ceria Berkarya Meraih Kejayaan.

2) Tagline

Pada perancangan ini, *tagline* yang digunakan yaitu berupa ajakan agar dapat menarik perhatian para *audience*, *Tagline* yang dipilih berdasarkan dengan konsep

desain yaitu “Ko Tra Keren Kalo Belum Datang ke Kabupaten Jayapura”.

c. Strategi Komunikasi Visual

Dalam perancangan media promosi ini yang pertama dilakukan oleh penulis yaitu dengan melakukan riset atau observasi lapangan untuk mendapatkan informasi yang tepat dan akurat, yang sesuai dengan judul yang diangkat. Dari berbagai informasi yang didapat, penulis kemudian mengembangkannya kedalam sebuah konsep kreatif. Dalam proses ini, teknik yang akan digunakan adalah *flat design*. Media promosi ini dibuat dalam bentuk *Motion Graphic*. Pendekatan dalam perancangan ini melalui gambar, warna serta isi yang ditampilkan, sesuai dengan target *audience* sehingga pesan yang disampaikan lebih cepat ditangkap. Menampilkan informasi tentang 5 objek wisata potensial yang ada di Kabupaten Jayapura dengan menampilkan gambar dan *icon* dari lima objek wisata tersebut.

d. Bentuk dan Gaya Perancangan

Berdasarkan analisis bentuk dan gaya, maka dalam perancangan ini, gaya visual yang digunakan adalah ilustrasi *flat design*. Ilustrasi ini dianggap cocok digunakan sesuai dengan target *audience*. Menampilkan gambar-gambar tempat wisata yang ada di Kabupaten Jayapura.



Gambar 3.3.

Contoh *Flat Design* (sumber; freepik.com, diakses pada 15 maret 2018)

Tipografi

Berdasarkan alternatif pilihan font yang telah disebutkan sebelumnya, maka dalam perancangan media promosi pariwisata Kabupaten Jayapura ini, jenis font yang akan

digunakan adalah jenis font Arial, Futura Md BT, Playbill, dan DFPOP1-W9, Stay Fresh – Demo, namun tidak menutup kemungkinan menggunakan font-font lain. Ukuran font yang digunakan adalah ukuran font standart yaitu 18-24 pt.

e. Pallet Warna

Berdasarkan analisis warna yang telah dilakukan sebelumnya serta mengacu pada target *audience* dan konsep desain yang diangkat maka dalam perancangan ini, warna yang akan digunakan adalah mengacu pada warna yang identik pada warna bumi dan warna yang terdapat pada bulu cendrawasih. pada umumnya warna yang mencolok pada bumi dan bulu cendrawasih adalah warna biru, hijau, hitam, putih, orange, kuning, dan coklat. Adapun warna dominan yang digunakan pada perancangan ini adalah sebagai berikut:

Tabel 3.3.
Pallet Warna

| WARNA | JENIS | | | |
|-------|-------|-----|-----|-----|
| | C | M | Y | K |
| | 0 | 0 | 0 | 100 |
| | 100 | 100 | 0 | 0 |
| | 0 | 80 | 100 | 0 |
| | 0 | 0 | 100 | 0 |
| | 64 | 0 | 97 | 0 |
| | 56 | 85 | 89 | 36 |
| | 0 | 0 | 0 | 0 |
| | 65 | 0 | 12 | 0 |
| | 84 | 36 | 31 | 0 |

f. Konsep Media

Di era modern seperti sekarang ini, sudah banyak media yang diciptakan seperti media cetak dan media elektronik untuk memberikan berbagai macam informasi, baik informasi seputar dunia kerja, sekolah, berita terupdate dan lain sebagainya. Sama halnya seperti informasi-informasi lainnya, informasi tentang pariwisata juga sangat diminati di kalangan masyarakat terlebih khusus mereka yang memiliki *hobby travelling*. Namun karena mengikuti perkembangan jaman, para wisatawan lebih sering mencari informasi-informasi yang mudah ditangkap dan dimengerti. Saat ini, media promosi yang digunakan sebagai alat informasi pariwisata di Kabupaten Jayapura masih sebatas melalui media cetak seperti *leaflet*, spanduk, *banner* serta *website*. Media-media ini dirasa masih kurang efektif dalam memberikan informasi tentang pariwisata. Identitas visual dari perancangan media promosi pariwisata di Kabupaten Jayapura akan di aplikasikan ke beberapa media yang terdiri dari media utama, media pendukung dan media promosi.

Media utama dalam perancangan media promosi di Kabupaten Jayapura ini berupa *motion graphic*. *Motion graphic* dibuat dengan durasi waktu 2 menit, menampilkan profil singkat kabupaten jayapura dan dilanjutkan dengan menginformasikan informasi tentang lima objek wisata potensial yang ada di Kabupaten Jayapura. Adapun Media pendukung dalam perancangan ini berupa cd dan covernya. Serta media promosi kaos, topi, *tote bag* dan gantungan kunci.

5. Hasil Desain

a. Media Utama

Pada proses pembuatan media promosi pariwisata di Kabupaten Jayapura, faktor yang paling ditonjolkan adalah menampilkan *icon-icon* dari lima tempat objek wisata potensia yang ada di Kabupaten Jayapura. Tujuannya agar informasi yang ingin disampaikan dapat tersampaikan dengan cepat. Selain itu, media promosi ini digabungkan dengan media audio dan menggunakan aspek visual seperti tipografi dan warna dengan gaya *flat design 2D* serta

beberapa objek yang digerakkan. Media promosi ini dibuat dalam bentuk *motion graphic* sebagai media utama dengan menggunakan aplikasi *After Effect*. Dalam pembuatan media promosi ini menggunakan beberapa prinsip dan elemen *motion graphic* yang telah dianalisa sebelumnya yaitu *timing*, *transition*, *sounds*, *motion/ pergerakan*, *colors*, *movement*, serta *information and time*.

b. Media Pendukung

Dalam perancangan ini, media pendukung yang dipilih adalah *CD* beserta covernya. Media ini dipilih karena media utama berupa video sehingga media ini dianggap cocok digunakan sebagai media pendukungnya.

c. Media Promosi

Seperti telah dijelaskan sebelumnya bahwa promosi diartikan sebagai upaya untuk memberitahukan atau menawarkan produk atau jasa dengan tujuan menarik calon konsumen untuk membeli atau mengkonsumsinya, maka dalam perancangan media promosi pariwisata di Kabupaten Jayapura ini juga diperlukan beberapa media promosi agar penyampaian kepada audiens lebih cepat tersampaikan. Media promosi yang di gunakan dalam perancangan ini yaitu kaos, topi, *tote bag* dan gantungan kunci.

6. Kesimpulan

Berdasarkan hasil “Perancangan Media Promosi Pariwisata di Kabupaten Jayapura” yang menghasilkan desain berupa *motion graphic*, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut;

1. Dalam perancangan media promosi pariwisata di Kabupaten Jayapura, menentukan tema, gagasan dan ide, membuat tema dan tagline, kemudian menentukan konsep desain merupakan hal yang sangat penting dalam proses perancangan ini. Konsep desain pada perancangan ini yaitu Bumi Cendrawasih yang kemudian menjadi acuan dalam proses pembuatannya. Selain itu memakai tagline yaitu Surga Kecil dari Bumi Cendrawasi serta menggunakan tagline Ayo Jalan-jalan ke Kabupaten Jayapura.

2. Perancangan media promosi pariwisata di Kabupaten Jayapura ini dilengkapi dengan media pendukung seperti cover CD, serta media promosi berupa baju kaos, *tote bag*, topi, banner, dan gantungan kunci.

7. Saran

Dari hasil perancangan media promosi pariwisata di Kabupaten Jayapura ini dapat disarankan beberapa hal, yakni sebagai berikut;

1. Dalam upaya memperkenalkan pariwisata di Kabupaten Jayapura, pemerintah setempat harus lebih giat lagi untuk bisa mempromosikan pariwisatanya kepada para wisatawan dengan menambah fasilitas-fasilitas yang dapat menarik minat para wisatawan untuk datang ke Kabupaten Jayapura.
2. Sebagai bahan masukan dan pembelajaran bagi mahasiswa Program Studi Desain Komunikasi Visual untuk dijadikan acuan bagi perancangan tugas akhir selanjutnya, sehingga dapat memperkaya karya-karya lainnya.
3. Sebagai sarana membuka jalan agar kedepannya semakin bertambah media-media yang dapat digunakan sebagai media promosi dan informasi pariwisata di Kabupaten Jayapura.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, Anwar. 1984. Strategi Komunikasi. Bandung : PT Amrico.
- Arikunto, S. 2006. Metodologi penelitian. Yogyakarta: Bina Aksara
- Azis Said, A. 2014. LOGO. Makassar: Penerbit UNM
- Boyd., Happer W., Walker., Orville C., & Larreche, Jean-Claude. 2000. Manajemen Pemasaran. Suatu pendekatan Strategi Dengan Orientasi Global, Alih Bahasa Iman Nurmawan, Erlangga.
- Cangara, Hafied. 2002. Pengantar Ilmu Komunikasi. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Ebert, R. J & Griffin, R W. 2006. Bussines (terjemahan: SITHA wardhani). Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Hadi, Umar. 1998. Memahami Desain Grafis. *Katalog Pameran Desain Grafis*, LPK Visi Yogyakarta.
- Hadi, Sudharto P. 2005. *Dimensi Lingkungan Perencanaan Pembangunan*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Hall, S. 1980. *Encoding/decoding in television discourse*. In Stuart Hall et al. (ed.), *culture, media, language working papers in cultural studies, 1972-79*. London: Hutchinson and the Center for Contemporary Cultural Studies University of Birmingham.
- Hall, S. 1997. *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*. London: Sage Publication.
- Ida, Rachmah. 2014. Metode Penelitian Studi Media dan Kajian Budaya. Jakarta: Prenada Media Grup.
- Kismono. 2001. *Pengantar Bisnis*, Edisi I. Yogyakarta: BPFE
- Kusrianto, Adi. 2007. Pengantar Desain Komunikasi Visual. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Ladjamudin, Al-Bahra Bin. 2005. Analisis & Desain Sistem Informasi. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Margono, S. 2007. Metodologi Penelitian Pendidikan Komponen MKDK. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Pendit, S, Nyoman. 1999. Ilmu Pariwisata Sebuah Pengantar Perdana. Jakarta: Pradnya Paramita.
- Rustan, Surianto. (2011). *Font & Tipografi*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sanyoto, Sadjiman Ebd. 2006. Metode Perancangan Komunikasi Visual Periklanan. Yogyakarta: Dimensi Press.
- Sugiyono. 2013. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: CV Alfabeta.
- Sukarno, Iman Satriaputra. 2008. Perancangan Motion Graphic Ilustratif Mengenai Majapahit untuk Pemuda-Pemudi. Tugas Akhir tidak diterbitkan. Bandung: Fakultas Seni Rupa dan Desain (FSRD) ITB

- Sutanto, T. 2005. Sekitar Dunia Desain Grafis/Komunikasi Visual. *Pura-pura Jurnal DKV ITB Bandung*. 2/jul: 15-16.
- Swasta, Busu & Irawan, 1997. Manajemen Pemasaran Modern. Yogyakarta: Liberty.
- Undang-undang Republik Indonesia Nomor 10 tahun 2009 tentang Kepariwisataaan. 2009. Jakarta: Kemenbudpar.
- Wardhani, Rahmi Kesuma. 2014. Perancangan Video Dokumenter Autisme. Vol 3(1): 3.
- Widagdo. 1993. Desain Teori dan Praktek. *Seni Jurnal Pengetahuan dan Penciptaan Seni*. BP ISI Yogyakarta III/03.
- Azis Said, A. 2006. Dimensi Warna.(Online) Diakses dari <http://eprints.unm.ac.id/4228/1/DIMENSI%20WARNA.pdf> pada tanggal 20 Januari 2018
- A, Andri Wijaya. 2016. *Monument Mac Arthur*. (Online). (https://www.tripadvisor.co.id/location photodirectlink-g6208762-d8504728-i196274283-MacArthur_Monument-sentani-papua.html/, diakses 29 september 2017)
- Basahona, Ato. 2016. *Pengertian Wisata Alam dan Pariwisata*. (Online). (www.atobasahona.com/2016/07/pengertian-wisata-alam-dan-pariwisata.html, diakses pada 28 september 2017)
- Ivony. 2017. *Pengertian Media Menurut Para Ahli*. (Online). (pakarkomunikasi.com/pengertian-media-menurut-para-ahli, diakses pada 27 september 2017)
- Kurnia, Ahmad. 2016. *Jenis Penelitian*. (Online). (<http://skripsimahasiswa.blogspot.co.id/2016/01/jenis-penelitian.html>, diakses pada 21 september 2017)
- Musliadi. 2012. *Pengertian Promosi*. (Online). (<http://musliadipnl.wordpress.com/2012/04/25/pengertian-promosi/>, diakses pada 27 september 2017)
- Papua, Kipra. 2015. *Gambaran Umum Kota Jayapura*. (Online). (www.kiprapapua.com/artikel/34-project-kipra/port-numbay/50-gambaran-umum-kota-jayapura/ diakses pada 4 september 2017)
- Razak, Abdul. 2015. *Macam-macam Metode Analisis*. (Online). (<http://razak-berbagi-sesama.blogspot.co.id/2015/01/macam-macam-metode-analisis.html>, diakses pada 21 september 2017)