

**AIR TERJUN CURUG SILAWE  
SEBAGAI *CORPORATE IDENTITY*  
PERANCANGAN MEDIA PROMOSI OBJEK WISATA**

**TUGAS AKHIR KARYA SENI**

Diajukan kepada Fakultas Bahasa dan Seni  
Universitas Negeri Yogyakarta  
untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan  
guna Memperoleh Gelar  
Sarjana Pendidikan Seni Rupa



Oleh  
**Zaeni Azhar Saifudin**  
09206241039

**PROGAM STUDI PENDIDIKAN SENI RUPA  
FAKULTAS BAHASA DAN SENI  
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA  
2013**

## PERSETUJUAN

Tugas Akhir Karya Seni yang berjudul  
*Ahir Terjun Curug Silawe*  
*sebagai Corporate Identity*  
*Perancangan Media Promosi Objek Wisata ini,*  
telah disetujui oleh pembimbing untuk diujikan.



Yogyakarta, Oktober 2013

Pembimbing,

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'R. Kuncoro Wulan Dewojati', written over a light blue horizontal line.





Drs. R. Kuncoro Wulan Dewojati, M. Sn.

NIP. 19660320 199412 1 001

## PENGESAHAN

Tugas Akhir Karya Seni yang berjudul *Air Terjun Curug Silawe sebagai Corporate Identity Perancangan Media Promosi Objek Wisata* ini telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada 21 Oktober 2013 dan dinyatakan lulus.

### DEWAN PENGUJI

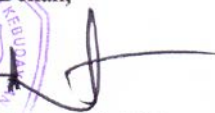
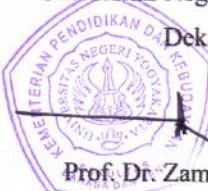
Nama	Jabatan	Tandatangan	Tanggal
Dwi Retno Sri Ambarwati, S.Sn., M. Sn.	Ketua Penguji		Oktober 2013
Arsianti Latifah, S.Pd., M. Sn.	Sekretaris Penguji		Oktober 2013
Drs. Hajar Pamadhi, M.A.(Hons).	Penguji I		Oktober 2013
Drs. R. Kuncoro Wulan Dewojati, M. Sn.	Penguji II		Oktober 2013

Yogyakarta, Oktober 2013

Fakultas Bahasa dan Seni

Universitas Negeri Yogyakarta

Dekan,

Prof. Dr. Zamzani, M. Pd.

NIP. 19550505 198011 1 001

## SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya

Nama : Zaeni Azhar Saifudin

NIM : 0920641039

Progam Studi : Pendidikan Seni Rupa

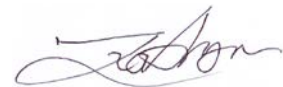
Fakultas : Bahasa dan Seni Universitas Negeri Yogyakarta

Menyatakan bahwa Tugas Akhir Karya Seni ini adalah karya saya sendiri dan sepanjang sepengetahuan saya, tidak berisikan materi yang ditulis oleh orang lain, kecuali bagian-bagian tertentu yang saya ambil sebagai acuan dengan mengikuti tata cara dan etika penulisan karya ilmiah yang lazim.

Apabila terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya.

Yogyakarta, 3 Oktober 2013

Penulis,



Zaeni Azhar Saifudin

## **MOTTO**

Lebih baik berenang melawan arus kemudian sampai di daratan, dari pada berenang mengikuti arus tetapi tidak berujung dan tenggelam.

## **PERSEMBAHAN**

Aku persembahkan karya ini untuk kedua orang tuaku yang begitu sabar dan penuh kasih sayang dalam mendidikku selama ini.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT, karena berkat rahmat, hidayah, dan inayah-Nya akhirnya saya dapat menyelesaikan Tugas Akhir Karya Seni dengan judul *Air Terjun Curug Silawe sebagai Corporate Identity Perancangan Media Promosi Objek Wisata* untuk memenuhi sebagai persyaratan guna memperoleh gelar sarjana.

Penulisan Tugas Akhir Karya Seni ini dapat terselesaikan berkat bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu, saya menyampaikan terima kasih secara tulus kepada Prof. Dr. Zamzani, M.Pd. selaku Dekan Fakultas Bahasa dan Seni Universitas Negeri Yogyakarta, dan Drs. Mardiyatmo, M.Pd. selaku Ketua Jurusan Pendidikan Seni Rupa yang telah memberikan berbagai kemudahan kepada saya.

Rasa hormat, terimakasih dan penghargaan setinggi-tingginya saya sampaikan kepada pembimbing Tugas Akhir Karya Seni, yaitu Drs. R. Kuncoro Wulan Dewojati, M. Sn. yang penuh kesabaran, kearifan, dan kebijaksanaan telah memberikan bimbingan, arahan, dan dorongan yang tiada henti-hentinya disela-sela kesibukannya. Ucapan terima kasih saya sampaikan kepada Ibu Eni Puji Astuti, M. Sn. selaku pembimbing akademik, yang telah memberikan arahan dan bimbingan selama menempuh perkuliahan.

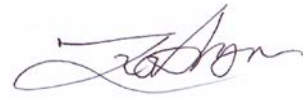
Terima kasih saya ucapkan kepada kedua orang tua saya, Much Nasir dan Sri Rahayu serta kakak saya, Novika Nurul Hikmah dan Siswadi yang senantiasa memberikan dukungan dan cinta kasih tiada tara. Terima kasih saya sampaikan pula kepada seluruh Bapak dan Ibu Dosen Jurusan Pendidikan Seni Rupa yang telah membekali saya ilmu dan pengetahuan yang bermanfaat. Terima kasih juga kepada teman-teman yang senantiasa memberi dukungan, motivasi dan semangat. Terima kasih kepada pihak-pihak yang telah memberikan dukungan yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa Laporan Tugas Akhir Karya Seni ini masih banyak kekurangan dan jauh dari sempurna. Oleh karena itu, semua kritik dan saran dari pembaca sangat diharapkan untuk penyempurnaan dan kelengkapan

Tugas Akhir Karya Seni ini. Semoga Laporan Tugas Akhir Karya Seni ini bermanfaat bagi Desainer Grafis pada khususnya dan keada para pembaca pada umumnya.

Yogyakarta, 20 September 2013

Penulis,

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Zaeni Azhar Saifudin', written in a cursive style.

Zaeni Azhar Saifudin

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL .....	i
PERSETUJUAN .....	ii
PENGESAHAN .....	iii
SURAT PERNYATAAN .....	iv
MOTTO .....	v
PERSEMBAHAN .....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR SKEMA.....	xvi
ABSTRAK.....	xvii
BAB I .....	1
PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Identifikasi Masalah .....	3
C. Batasan Masalah .....	3
D. Rumusan Masalah .....	4
E. Tujuan Perancangan .....	4
F. Manfaat .....	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
A. Potensi Curug Silawe sebagai Objek Wisata.....	7
1. <i>Corporate Identity</i> Objek Wisata Curug Silawe.....	7
2. Kaitan Objek Wisata Curug Silawe dengan Objek Wisata Candi Borobudur.....	12
3. Peta.....	13
4. Media.....	14
5. Pembiayaan.....	15

B. Analisis SWOT.....	18
1. <i>Strenghts</i> .....	20
2. <i>Weakness</i> .....	21
3. <i>Opportunnities</i> .....	22
4. <i>Threats</i> .....	22
C. Perancangan Visual .....	23
1. <i>Layout</i> Gagasan .....	23
2. <i>Layout</i> Kasar .....	24
3. <i>Layout</i> Lengkap .....	25
<b>BAB III KONSEP DESAIN DAN VISUALISASI DESAIN .....</b>	<b>27</b>
A. Konsep Desain .....	27
1. Tujuan Kreatif .....	27
2. Strategi Kreatif .....	27
3. <i>Standart Visual</i> .....	28
B. Visualisai Desain .....	32
1. Perancangan Logo .....	32
a. <i>Layout</i> Gagasan .....	32
b. <i>Layout</i> Kasar .....	34
c. <i>Layout</i> Lengkap .....	35
2. Perancangan Maskot .....	39
a. <i>Layout</i> Gagasan .....	39
b. <i>Layout</i> Kasar .....	40
c. <i>Layout</i> Lengkap .....	40
3. Perancangan Tipografi .....	44
a. <i>Layout</i> Gagasan .....	44
b. <i>Layout</i> Kasar .....	45
c. <i>Layout</i> Lengkap .....	45
4. Perancangan Media Utama .....	47
a. Media Billboard .....	47
5. Perancangan Media Pendukung .....	51
a. Kaos .....	51

b. Poster .....	57
c. <i>X-Banner</i> .....	60
d. Brosur .....	64
e. Stiker .....	67
f. <i>Pin</i> .....	70
g. Karcis .....	73
h. Kalender .....	75
i. Jam Dinding.....	81
j. <i>Mug</i> .....	84
BAB IV PENUTUP .....	88
A. Kesimpulan .....	88
B. Saran .....	89
DAFTAR PUSTAKA .....	90
LAMPIRAN .....	92

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1 : Pelaksanaan Progam Media Utama .....	16
Tabel 2 : Pelaksanaan Media Pendukung .....	16
Tabel 3 : Estimasi Biaya Media Utama .....	17
Tabel 4 : Estimasi Biaya Pendukung .....	17
Tabel 5 : Analisis SWOT .....	19
Tabel 6 : Hubungan Antara Point Satu dengan Lainnya .....	20

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1: Logo Curug Silawe .....	8
Gambar 2: Tipografi Curug Silawe .....	9
Gambar 3: Maskot Curug Silawe .....	25
Gambar 4: Peta Objek Wisata Curug Silawe .....	13
Gambar 5: <i>Layout</i> Gagasan Menggunakan Ilustrasi Pensil di Kertas.....	23
Gambar 6: <i>Layout</i> Kasar <i>Hardware Pen Tablet, Software Photoshop CS5</i>	24
Gambar 7: <i>Layout</i> Lengkap, Ilustrasi Menggunakan CorelDRAW X5..	25
Gambar 8: <i>Layout</i> Gagasan ( <i>Idea layout/Brainstorming</i> ) Logo 1 .....	32
Gambar 9 : <i>Layout</i> Gagasan ( <i>Idea layout/Brainstorming</i> ) Logo 2 .....	32
Gambar 10: <i>Layout</i> Gagasan ( <i>Idea layout/Brainstorming</i> ) Logo 3 .....	32
Gambar 11: <i>Layout</i> Gagasan ( <i>Idea layout/Brainstorming</i> ) Logo 4 .....	32
Gambar 12: <i>Layout</i> Kasar desain Logo 1 .....	34
Gambar 13: <i>Layout</i> Kasar desain Logo 2 .....	34
Gambar 14: <i>Layout</i> Lengkap desain Logo .....	35
Gambar 15: <i>Layout</i> Lengkap Desain Logo (Terpilih) .....	35
Gambar 16: <i>Layout</i> Gagasan Desain Maskot .....	39
Gambar 17: <i>Layout</i> Kasar Desain Maskot .....	40
Gambar 18: <i>Layout</i> Lengkap Desain Maskot .....	40
Gambar 19: <i>Layout</i> Gagasan Tulisan Curug Silawe .....	44
Gambar 20: <i>Layout</i> Gagasan Tulisan Curug Silawe (Desain Terpilih) ....	44
Gambar 21: <i>Layout</i> Kasar Tulisan Curug Silawe .....	45
Gambar 22: <i>Layout</i> Lengkap Tulisan Curug Silawe .....	45
Gambar 23: <i>Layout</i> Gagasan <i>Billboard</i> .....	47
Gambar 24: <i>Layout</i> Kasar <i>Billboard</i> .....	48
Gambar 25: <i>Layout</i> Lengkap Perancangan <i>Billboard</i> .....	49
Gambar 26: <i>Layout</i> Gagasan Perancangan Kaos Desain 1 .....	51
Gambar 27: <i>Layout</i> Gagasan Perancangan Kaos Desain 2 .....	51
Gambar 28: <i>Layout</i> Gagasan Kaos Belakang .....	52

Gambar 29:	<i>Layout Kasar Desain Kaos 1</i> .....	52
Gambar 30:	<i>Layout Kasar Desain Kaos 2</i> .....	53
Gambar 31:	<i>Layout Kasar Desain Belakang Kaos</i> .....	53
Gambar 32:	<i>Layout Lengkap Desain Kaos 1</i> .....	54
Gambar 33 :	<i>Layout Lengkap Desain Kaos 2</i> .....	54
Gambar 34:	<i>Layout Lengkap Desain Kaos Hitam</i> .....	55
Gambar 35:	<i>Layout Lengkap Desain Belakang Kaos</i> .....	55
Gambar 36:	<i>Layout Gagasan desain Poster</i> .....	57
Gambar 37:	<i>Layout Kasar Desain Poster</i> .....	57
Gambar 38:	<i>Layout Lengkap Desain Poster</i> .....	58
Gambar 39:	<i>Layout Gagasan Desain X-Banner</i> .....	60
Gambar 40:	<i>Layout Kasar Desain X-Banner</i> .....	61
Gambar 41:	<i>Layout Lengkap Desain X-Banner</i> .....	62
Gambar 42:	<i>Layout Gagasan Desain Brosur Depan</i> .....	64
Gambar 43:	<i>Layout Gagasan Desain Brosur Isi</i> .....	64
Gambar 44:	<i>Layout Kasar Desain Brosur Depan</i> .....	65
Gambar 45:	<i>Layout Kasar Desain Brosur Isi</i> .....	65
Gambar 46:	<i>Layout Lengkap Desain Brosur Depan</i> .....	66
Gambar 47:	<i>Layout Lengkap Desain Brosur Isi</i> .....	66
Gambar 48:	<i>Layout Gagasan Desain Stiker</i> .....	67
Gambar 49:	<i>Layout Kasar Desain Stiker</i> .....	68
Gambar 50:	<i>Layout Lengkap Desain Stiker</i> .....	68
Gambar 51:	<i>Layout Gagasan Desain PIN</i> .....	70
Gambar 52:	<i>Layout Kasar Desain PIN 1</i> .....	70
Gambar 53:	<i>Layout Kasar Desain Kasar PIN 2</i> .....	71
Gambar 54:	<i>Layout Lengkap Desain PIN 1</i> .....	71
Gambar 55:	<i>Layout Lengkap Desain PIN 2</i> .....	72
Gambar 56:	<i>Layout Gagasan Desain Karcis</i> .....	73
Gambar 57:	<i>Layout kasar Desain Karcis</i> .....	73
Gambar 58:	<i>Layout Lengkap Desain Karcis</i> .....	74
Gambar 59:	<i>Layout Gagasan Desain Kalender</i> .....	75

Gambar 60:	<i>Layout Kasar Desain Kalender</i> .....	76
Gambar 61:	<i>Layout Lengkao Desain Kalender</i> .....	77
Gambar 62:	<i>Layout Lengkap Desain Kalender</i> .....	78
Gambar 63:	<i>Layout Lengkap Desain Kalender</i> .....	79
Gambar 64:	<i>Layout Lengkap Desain Kalender</i> .....	80
Gambar 65:	<i>Layout Gagasan Desain Jam Dinding</i> .....	81
Gambar 66:	<i>Layout Kasar Desain Jam Dinding 1</i> .....	82
Gambar 67:	<i>Layout Kasar Desain Jam Dinding 2</i> .....	82
Gambar 68:	<i>Layout Lengkap desain Jam Dinding 1</i> .....	83
Gambar 69:	<i>Layout Lengkap Desain Jam Dinding 2</i> .....	83
Gambar 70:	<i>Layout Gagasan Desain Mug 1</i> .....	84
Gambar 71 :	<i>Layout Gagasan Desain Mug 2</i> .....	85
Gambar 72:	<i>Layout Kasar Desain Mug 1</i> .....	86
Gambar 73:	<i>Layout Kasar Desain Mug 2</i> .....	86
Gambar 74:	<i>Layout Lengkap Desain Mug 1</i> .....	87
Gambar 75:	<i>Layout Lengkap Desain Mug 2</i> .....	87

## DAFTAR SKEMA

	Halaman
Skema 1 : Skema Perancangan.....	26

**AIR TERJUN CURUG SILAWE  
SEBAGAI *CORPORATE IDENTITY*  
PERANCANGAN OBJEK WISATA**

Oleh  
Zaeni Azhar Saifudin  
NIM 09206241039

**ABSTRAK**

Perancangan media promosi ini bertujuan sebagai media promosi Objek Wisata Curug Silawe yang bertempat di Dusun Kopeng Kulon, Kelurahan Sutopati, Kecamatan Kajoran, Kabupaten Magelang, Provinsi Jawa Tengah, yang selama ini belum terlalu dikenal masyarakat luas. Objek Wisata Curug Silawe belum mempunyai media promosi formal, juga belum mempunyai desain logo, tipografi dan maskot. Letak Objek Wisata Curug Silawe tidak terlalu jauh dengan Objek Wisata Candi Borobudur, jaraknya kurang lebih 25 kilometer atau jika ditempuh dengan kendaraan bermotor kira-kira 30 menit saja. Jarak Objek Wisata Curug Silawe yang tidak terlalu jauh dengan Objek Wisata Candi Borobudur, seharusnya dapat dimanfaatkan untuk menarik wisatawan lebih banyak berkunjung ke Objek Wisata Curug Silawe.

Proses perancangan media promosi Objek Wisata Curug Silawe ini melalui tahap pengumpulan data, analisis data dengan menggunakan analisis SWOT dan dilanjutkan tahap visualisasi desain. Tahap pertama adalah proses pembuatan logo, tipografi dan maskot Objek Wisata Curug Silawe. Proses pembuatan diawali dengan *layout* gagasan yaitu sketsa manual pada kertas, setelah sketsa dipilih dilanjutkan dengan *layout* kasar, yaitu proses *lining* dengan alat *pen tablet* dengan software photoshop. Tahap terakhir adalah *layout* lengkap, yaitu tahap *finishing* desain menggunakan software *coreldraw X5*.

Perancangan media promosi Objek Wisata Curug Silawe menggunakan analisis SWOT menghasilkan: (1) *Strenght*, kekuatan dan ciri khas Objek Wisata Curug Silawe adalah *Corporate Identity* berupa logo air terjun, serta penggunaan warna hijau dalam semua desain, (2) *Weakness* kelemahan Objek Wisata Curug Silawe adalah belum mempunyai media promosi maka perlu dibuat media promosi berupa Billboard, dipasang di pertigaan Museum Haji Widayat, Jalan Letnan Tukiyat, Mungkid, (3) *Opportunnities*, karena letak Objek Wisata Curug Silawe dekat dengan Objek Wisata Candi Borobudur maka perlu dibuat media promosi berupa brosur yang dibagikan kepada biro wisata di Candi Borobudur, (4) *Threats*, letak Objek Wisata Curug Silawe terletak di pedesaan, sedangkan objek wisata lainnya terletak di pusat kota dan mudah di jangkau, maka Objek Wisata Curug Silawe perlu dibuat peta yang jelas.

## **BAB I PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Objek wisata Curug Silawe merupakan objek wisata yang berupa air terjun, terletak di Dusun Kopeng Kulon, Kelurahan Sutopati, Kecamatan Kajoran, Kabupaten Magelang, yaitu sekitar 26 km barat daya dari Candi Borobudur. Dinamakan Curug Silawe karena dalam bahasa jawa “*curug*” berarti air terjun, sedangkan Silawe berasal dari bahasa Sunda yaitu “*lawe*” yang artinya sarang laba-laba, karena saat ditemukan dahulu banyak terdapat sarang laba-laba. Tinggi air terjun Curug Silawe sekitar 40 meter, di dalam kawasan objek wisata Curug Silawe terdapat dua mata air terjun yaitu Curug Silawe dan Curug Sigong. Letak Curug Sigong berada di sebelah barat daya Curug Silawe, dimana air terjun tersebut jaraknya masih berdekatan kira-kira 20 meter. Nama Curug Sigong diambil dari kata “*gong*” yaitu sebuah alat gamelan jawa, hal ini dikarenakan warga setempat sering mendengar bunyi gong pada malam hari di sekitar Curug Sigong, tinggi Curug Sigong kurang lebih 20 meter.

Objek Wisata Curug Silawe telah dikelola Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Magelang sejak tahun 2007, tetapi menurut ketua pengelola objek wisata Curug Silawe yaitu Bapak Suroso, pengelolaan objek wisata Curug Silawe masih belum maksimal, dimana sarana dan prasarana masih sangat minim dikarenakan terkendala masalah biaya, untuk mendapatkan bantuan dana dari pemerintah sangatlah sulit.

Objek Wisata Curug Silawe juga belum terlalu dikenal oleh masyarakat luas yang mana para pengunjung yang datang kebanyakan masih berasal dari daerah

sekitar, yaitu dari Kabupaten Magelang dan sekitarnya. Letak Objek Wisata Curug Silawe tidak terlalu jauh dari Objek Wisata Candi Borobudur, apabila ditempuh dengan sepeda motor kurang lebih 45 menit. Pengenalan dan media promosi Curug Silawe masih menggunakan cara *getok tular*, yaitu istilah Jawa yang berarti informasi dari mulut ke mulut, hal ini dikarenakan belum ada sarana untuk promosi yang memadai misalnya *banner*, brosur, poster dan lain-lain. Melihat permasalahan di atas perlu dilakukan promosi untuk mengenalkan Objek Wisata Curug Silawe ke masyarakat luas, sehingga Objek Wisata Curug Silawe semakin ramai dikunjungi wisata domestik maupun mancanegara, dengan bertambahnya wisatawan yang datang tentunya akan menambah pendapatan asli daerah setempat. Dana tersebut digunakan untuk membangun sarana dan prasarana Objek Wisata Curug Silawe serta menambah mata pencaharian warga setempat, misal dengan berjualan souvenir, makanan atau minuman, menyediakan lahan parkir dan sebagainya.

Visualisasi desain suatu promosi diperlukan logo, maskot dan *typografi* terlebih dahulu, dalam hal ini objek wisata Curug Silawe belum mempunyai desain logo dan maskot. Logo dan maskot ini digunakan sebagai identitas dari Curug Silawe, misalnya seperti logo Objek Wisata Ancol, setiap orang dapat mengingat logo Objek Wisata Ancol setelah melihatnya. Perancangan desain logo dan maskot Curug Silawe diharapkan sebagai identitas serta ciri khas bagi Curug Silawe. Desain logo dan maskot Curug Silawe nantinya diterapkan pada desain media promosi. Setelah berkoordinasi dengan pihak pengelola obyek wisata Curug Silawe rencananya media utama berupa *billboard*, sedangkan media

pendukung berupa kaos, poster, brosur, *x-banner*, kalender, tiket masuk, kaos, pin, dan *sticker*.

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut :

1. Obyek Wisata Curug Silawe belum terlalu dikenal masyarakat.
2. Kurangnya media promosi di Obyek Wisata Curug Silawe.
3. Obyek Wisata Curug Silawe belum mempunyai logo dan maskot.

## **C. Batasan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, permasalahan dalam perancangan ini dibatasi pada perancangan logo, maskot yang akan diterapkan dalam media utama yaitu *billboard* , sedangkan media pendukung berupa kaos, poster, brosur, *x-banner*, pin, *sticker*, karcis, jam dinding, kalender dan mug.

#### **D. Rumusan Masalah**

Masalah yang diambil dirumuskan menjadi pokok-pokok rumusan masalah yang spesifik. Adapun rumusan masalah dalam Tugas Akhir Karya Seni ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimanakah konsep perancangan visual logo dan maskot Objek Wisata Curug Silawe untuk dikembangkan menjadi media promosi yang efektif, kreatif dan komunikatif?
2. Bagaimana Visualisasi perancangan logo dan maskot Objek Wisata Curug Silawe untuk dikembangkan menjadi media promosi yang efektif, kreatif dan komunikatif?

#### **E. Tujuan Perancangan**

Tujuan dari perancangan ini adalah menciptakan konsep dan visualisasi desain logo dan maskot Objek Wisata Curug Silawe, sehingga dapat dikembangkan menjadi media promosi yang efektif, kreatif dan komunikatif.

#### **F. Manfaat Perancangan**

Hasil akhir dari Perancangan Media Promosi Objek Wisata Curug Silawe akan bermanfaat bagi beberapa pihak :

1. Bagi Penulis
  - a. Mampu menganalisa dan mengumpulkan data keadaan Objek Wisata Curug Silawe sehingga dapat memberikan pemecahan dalam bentuk konsep dan mewujudkannya dalam perancangan komunikasi visual.

- b. Mampu merancang desain dan maskot Objek Wisata Curug Silawe yang jelas, kreatif, dan komunikatif.
- c. Mampu mengembangkan desain logo dan maskot Objek Wisata Curug Silawe menjadi media promosi yang efektif, kreatif dan komunikatif.

## 2. Bagi Lembaga

### a. Universitas Negeri Yogyakarta

Memberikan sumbangan penulisan kepada Universitas Negeri Yogyakarta mengenai pembuatan sebuah konsep dan visualisasi Perancangan Media Promosi Objek Wisata Curug Silawe.

### b. Objek Wisata Curug Silawe

- 1) Mempromosikan Objek Wisata Curug Silawe kepada masyarakat luas.
- 2) Memberi dan memperkuat identitas Objek Wisata Curug Silawe dengan adanya logo dan maskot.
- 3) Menambah wisatawan yang datang di Objek Wisata Curug Silawe yang tentunya akan menambah pendapatan asli daerah.

### c. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Magelang.

- 1) Mempromosikan Objek Wisata Curug Silawe kepada masyarakat luas.
- 2) Mempromosikan Objek Wisata Curug Silawe sebagai objek wisata unggulan daerah Kabupaten Magelang.
- 3) Mempatenkan logo dan maskot Objek Wisata Curug Silawe.
- 4) Dengan bertambahnya wisatawan daerah tentunya juga akan menambah pendapatan kas daerah.

### 3. Bagi Masyarakat

- a. Dengan media promosi masyarakat menjadi tahu apa, bagaimana, dan di mana Objek Wisata Curug Silawe.
- b. Bagi penduduk sekitar dengan bertambahnya wisatawan yang datang tentunya akan menambah mata pencaharian mereka.

## **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

### **A. Potensi Curug Silawe sebagai Objek Wisata**

#### **1. *Corporate Identity* Objek Wisata Curug Silawe.**

Objek Wisata Curug Silawe belum mempunyai *corporate identity*, media promosi dalam bentuk formal pun belum ada sama sekali, hal ini dikarenakan media promosi Objek Wisata Curug Silawe masih dalam bentuk informal yaitu dengan cara *getok tular*, yaitu pemberitahuan dari mulut ke mulut. Menurut Rustan (2009:16) memaparkan bahwa dalam sebuah *corporate identity* logo diibaratkan wajah dari seseorang, sedangkan keseluruhan badannya merupakan identitas (termasuk logo). Pemahan logopun dijelaskan secara detail oleh Rustan (2009:12), bahwa asal kata logo dari bahasa Yunani yaitu logos, yang berarti kata, pikiran, pembicaraan, akal budi. Logo berawal dari istilah logotype yang pertama kali muncul tahun 1810-1840 dan diartikan sebagai tulisan nama entitas (objek) yang didesain secara khusus dengan menggunakan teknik lettering atau memakai jenis huruf tertentu bahkan tulisan dan gambar berbaur menjadi satu. Fungsi dari logo antara lain: identitas diri; tanda kepemilikan; tanda jaminan kualitas; dan mencegah adanya peniruan atau pembajakan.

Objek Wisata Curug Silawe mempunyai wahana andalan yang berupa air terjun, tingginya kurang lebih 25 meter, airnya jernih dan debitnya tetap, air terjun ini digunakan sebagai ide penciptaan logo Objek Wisata Curug Silawe. Objek Wisata Curug Silawe juga ditunjang dengan panorama alam yang indah, di sisi atas tampak hutan lebat yang masih terlindungi dan di sisi bawah tampak lahan pertanian yang berupa *teras iring*. Objek Wisata Curug Silawe terletak di lereng

Gunung Sumbing, sehingga iklimnya sejuk dan udaranya terasa segar, dari kondisi lingkungan Objek Wisata Curug Silawe itulah dijadikan sebagai ide penciptaan logo.

*Corporate Identity* Objek Wisata Curug Silawe berupa logo, tipografi dan maskot. Warna pada desain logo Curug Silawe menggunakan warna-warna cerah dan segar yang melambangkan keceriaan, semangat, gembira dan alami. Berikut desain logo Curug Silawe :



Gambar 1: Logo Curug Silawe  
Sumber : Zaeni, 2013

Gambar air terjun dan riak air menggambarkan ciri khas Objek Wisata Curug Silawe, gambar gunung berwarna biru menggambarkan Curug Silawe berada di lereng Gunung Sumbing, dan *background* berwarna hijau serta di bagian kanan berbentuk tiga gunung kecil menggambarkan Objek Wisata Curug Silawe kondisi alamnya berupa pegunungan yang masih alami, gambar matahari berwarna kuning dan *orange* menggambarkan suasana hangat dan ceria, garis *outline* berwarna coklat sebagai pengikat gambar-gambar di dalamnya sehingga

logo tampak dalam kesatuan. Berikut warna pada logo yang digunakan, penjelasannya berdasarkan arti warna menurut Leni Marlina (2009:9) :

- (1) Biru, warna yang membangkitkan kesan dalamnya sesuatu, sifat tak terhingga, dan memiliki sifat tantangan, warna langit, warna air, warna gunung.
- (2) Hijau, warna yang menggambarkan keseimbangan, keselarasan, membangkitkan ketenangan, alami, segar, tumbuh-tumbuhan, dan mengumpulkan daya-daya baru.
- (3) Merah, bersifat menaklukan, ekspansif (meluas), dominan (berkuasa), aktif dan vital.
- (4) Kuning, dengan sinarnya yang bersifat kurang dalam, mewakili hal-hal atau benda yang bersifat cahaya, momentum dan mengesankan sesuatu.
- (5) *Orange*, warna menggambarkan sifat hangat, akrab dan bersifat terang.
- (6) Coklat, menandakan kokoh, klasik, dan mengikat.

Perancangan tipografi “Curug Silawe: menggunakan *font Niagara Engraved*, font tersebut dipilih karena berkesan klasik, dekoratif dan elegant.



Gambar 2 : Tipografi Curug Silawe  
Sumber : Zaeni, 2013

Huruf ini dimodifikasi membentuk sulur pada huruf “g” dan huruf “s”. Sulur tersebut terinspirasi dari bentuk daun. Bentuk sulur saling mengait sehingga tampak seimbang dan kokoh, memodifikasi huruf juga mengingat keterbacaan huruf harus tinggi, huruf dapat dibaca dengan mudah dan dapat terlihat dari jauh. Berikut warna pada tipografi yang digunakan, penjelasannya berdasarkan arti warna menurut Leni Marlina (2009:9) :

- (1) Hijau, warna yang menggambarkan keseimbangan, keselarasan, membangkitkan ketenangan, alami, segar, tumbuh-tumbuhan, dan mengumpulkan daya-daya baru.
- (2) Kuning, dengan sinarnya yang bersifat kurang dalam, mewakili hal-hal atau benda yang bersifat cahaya, momentum dan mengesankan sesuatu.

Maskot secara garis besar dapat diartikan sebagai sebuah personifikasi dari citra sebuah korporasi. Biasanya berbentuk manusia, binatang, atau objek tertentu (tokoh rekaan / fantasi) yang dianggap bisa membawa keberuntungan dan berfungsi juga sebagai lambang sebuah korporasi. Dalam perkembangannya maskot digunakan pula untuk kepentingan iklan. Sumber : <http://daniarwikan.blogspot.com/>. Maskot juga merupakan identitas dari perusahaan, organisasi maupun lembaga. Dengan adanya maskot desain menjadi lebih komunikatif. Dan ciri-ciri maskot menurut Sugihartono (2010:14) :

1. Karya desain komunikasi visual yang berfungsi sebagai lambang korporasi tertentu yang merupakan bagian dari branding (karena ia berfungsi juga dalam promosi)

2. Berwujud dua atau tiga dimensional (gambar figure 3 dimensional, boneka, souvenir, animasi, manekin, patung, dan sebagainya).
3. Objek maskot berupa : binatang nyata, binatang fantasi / khayal, robot, manusia, tumbuhan yang dipersonifikasikan, jenis benda / produk yang dipersonifikasikan, dll.
4. Maskot membawa visi dan misi tertentu dari sebuah korporasi, karena diharapkan mampu membawa keuntungan material maupun spiritual bagi korporasi tersebut.

Maskot objek wisata Curug Silawe divisualisaikan dalam bentuk kartun laba-laba. Teknik pewarnaan menggunakan teknik gradasi menggunakan *software Coreldraw*, berikut gambarnya :



Gambar 3 : Maskot Curug Silawe  
Sumber : Zaeni, 2013

Ide pembuatan maskot terinspirasi dari binatang laba-laba yaitu diambil dari nama Curug Silawe, yaitu “Lawe” yang artinya laba-laba. Laba-laba tersebut diilustrasikan dalam bentuk kartun, laba-laba memakai blangkon sebagai ciri khas busana jawa, mempunyai 4 tangan dan empat kaki layaknya binatang laba-laba.

Posisi dua tangan di depan sedang melambai dan mengacungkan jempol, melambai artinya mempersilahkan dan mengajak orang untuk datang, mengacungka jempol menandakan sikap bagus, baik dan *oke*. Dua tangan dibelakang salah satunya memegang bedera yang bertuliskan Si Lawe. Si bermakna panggilan untuk anak di Jawa Tengah sedangkan Lawe adalah nama maskot itu sendiri. Ekspresi wajah tersenyum ramah karena tujuan dibuat maskot agar lebih berkesan akrab kepada masyarakat.

## **2. Kaitan Objek Wisata Curug Silawe dengan Candi Borobudur.**

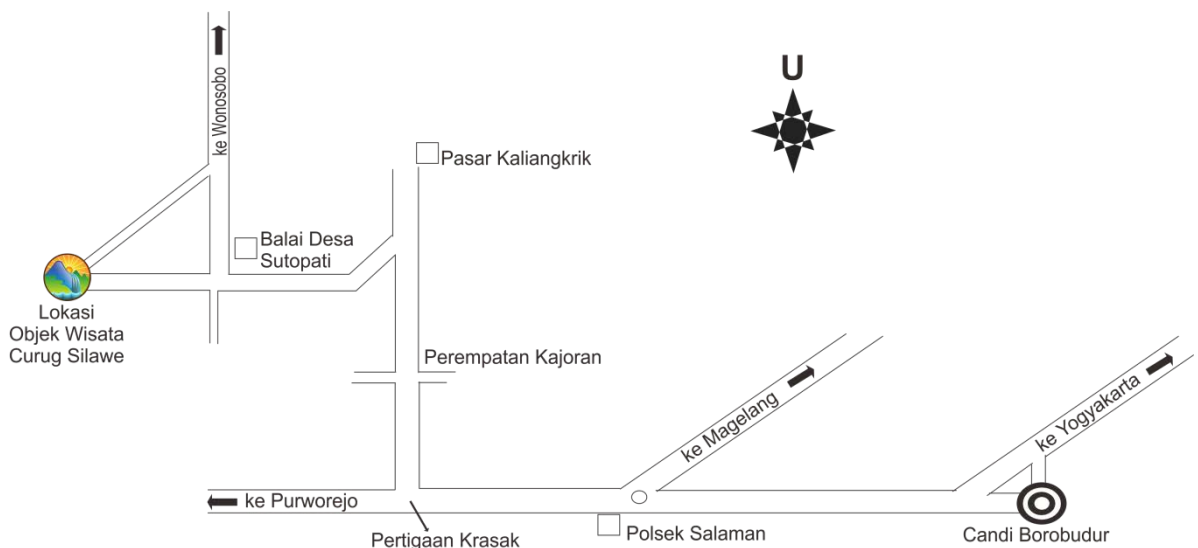
Jarak Objek Wisata Curug Silawe dengan Objek Wisata Candi Borobudur kira-kira 25 kilometer, atau jika ditempuh dengan kendaraan bermotor kurang lebih 30 menit. Hal ini dapat dimanfaatkan sebagai peluang (berpedoman pada analisis SWOT, yaitu *opportunities*), untuk menarik wisatawan yang datang ke Objek Wisata Candi Borobudur, untuk datang ke Objek Wisata Curug Silawe. Objek Wisata Candi Borobudur adalah Objek Wisata berskala Internasional, wisatawan yang datang bukan hanya wisata domestik tetapi juga dari mancanegara.

Jumlah wisatawan yang banyak di Objek Wisata Candi Borobudur dapat diarahkan untuk datang ke Objek Wisata Curug Silawe, karena di Objek Wisata Curug Silawe wisatawan yang datang masih sedikit dan masih berasal dari daerah sekitar, oleh karena itu media promosi yang paling tepat adalah brosur, *x-banner* dan poster. Media promosi brosur diberikan kepada biro-biro Objek Wisata Candi Borobudur, pemasangan *x-banner* di samping loket masuk Objek Wisata Candi Borobudur, dan penempelan poster ditempel di papan pengumuman

dan tempat setrategis di kompleks Objek Wisata Candi Borobudur, tentunya semua telah ijin kepada pengelola Objek Wisata Candi Borobudur.

### 3. Peta

Objek Wisata Curug Silawe terletak di Dusun Kopeng Kulon, Kelurahan Sutopati, Kecamatan Kajoran, Kabupaten Magelang-Jawa Tengah, bisa dikatakan terletak di pelosok daerah, jarak Objek Wisata Curug Silawe dengan kota terdekat yaitu Kecamatan Borobudur sekitar 25 kilometer dan Kota Magelang sekitar 28 kilometer. Objek Wisata Curug Silawe juga belum dikenal oleh masyarakat luas sehingga wisatawan yang belum pernah datang kesulitan mencari lokasinya, maka perlu dibuat peta. Peta berpatokan dari lokasi Objek Wisata Candi Borobudur dikarenakan memudahkan para wisatawan di Objek Wisata Candi Borobudur untuk datang ke Objek Wisata Curug Silawe dan secara umum masyarakat luas telah mengetahui lokasi Objek Wisata Candi Borobudur, berikut peta atau denahnya:



Gambar 4 : Peta Objek Wisata Curug Silawe  
Sumber: Zaeni, 2013

#### 4. Media

Menurut Pujiriyanto (2005:15), media promosi adalah sarana untuk menyampaikan pesan atau informasi kepada publik, dengan menggunakan berbagai unsur komunikasi grafis seperti teks atau foto. Media yang akan dibuat dibedakan berdasarkan kepentingannya di bagi menjadi dua :

##### a. Media Utama

Media utama berupa *billboard*, media ini akan dipasang di pertigaan Museum Haji Widayat, Jalan Letnan Tukiyat Mungkid, alasan dipasang disana karena pertigaan Museum Haji Widayat sangat setrategis, dilewati oleh kendaraan-kendaraan yang akan menuju Objek Wisata Candi Borobudur, dan letaknya dekat dengan pusat pemerintahan Kabupaten Magelang.

##### b. Media Pendukung

Media pendukung yaitu brosur, *x-banner*, poster, kaos, stiker, karcis masuk Objek Wisata Curug Silawe, jam dinding, *pin*, dan *mug*. Media promosi yang berupa cinderamata seperti kaos, stiker, jam dinding, *pin*, dan *mug* akan dijual di *stand* penjualan Objek Wisata Curug Silawe yang tentunya akan menambah pendapatan bagi Objek Wisata Curug Silawe. Desain kaos telah di realisasikan pada tanggal 26 Juli 2013 dan dijual saat liburan lebaran Idul Fitri 1434 hijriyah, dengan jumlah 100, ukuran *m* dan *xl* dengan warna kaos hitam jumlah 50, dan warna kaos putih jumlah 50, sumber dana dari kas Objek Wisata Curug Silawe.

Media berdasarkan Sasarannya dibagi menjadi dua yaitu :

a. Masyarakat Melek Teknologi

Yaitu masyarakat yang mengetahui teknologi internet, gambar poster, brosur dan lainnya bisa diupload di *website* pariwisata, *blog*, *Twitter*, *Facebook* dan jejaring sosial lainnya.

b. Masyarakat Biasa

Untuk masyarakat biasa media promosi dicetak secara nyata dan mereka bisa mengetahuinya secara langsung lewat *billboard*, poster, *x-banner*, kaos, *stiker*, *pin*, jam dinding, dan *mug*.

## 5. Pembiayaan

Objek Wisata Curug Silawe pengelolaannya telah bekerja sama dengan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Magelang mulai tahun 2007, oleh karena itu pembiayaan media promosi yang membutuhkan dana besar seperti *billboard* akan dibiayai oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Magelang, media promosi ini dimasukkan dalam ILM (iklan layanan masyarakat) dengan perijinan BPPPT (Badan Penanaman Modal dan Pelayanan Perizinan Terpadu) Kabupaten Magelang dan pembayaran melewati DPPKAD (Dinas Pendapatan, Pengelola Kekayaan dan Aset Daerah) Kabupaten Magelang. Untuk media pendukung brosur, *x-banner*, poster, kaos, stiker, karcis masuk Objek Wisata Curug Silawe, jam dinding, *pin*, dan *mug* diambilkan dari kas Objek Wisata Curug Silawe. Berikut program medianya selama satu tahun:

Program Pengadaan Media Dalam Jangka 1 Tahun

1) Pelaksanaan Program Media Utama

No	Nama Media	Bulan					
		Jan- Feb	Mar- Apr	Mei- Juni	Juli- Agst	Sept- Okt	Nov- Des
1.	<i>Billboard</i>	☐	☐	☐	☐	☐	☐

Tabel 1. Pelaksanaan Program Media Utama

2) Pelaksanaan Media Pendukung

No	Nama Media	Bulan					
		Jan- Feb	Mar- Apr	Mei- Jun	Jul- Agst	Sept- Okt	Nov- Des
1.	Kaos	☐		☐		☐	
2.	Poster	☐		☐		☐	
3.	X-Banner	☐			☐		
4.	Brosur	☐	☐				
5.	Stiker	☐	☐	☐	☐	☐	☐
6.	Pin	☐	☐	☐	☐	☐	☐
7.	Karcis	☐			☐		
8.	Kalender	☐	☐				
9	Jam	☐		☐		☐	
10	Mug	☐		☐		☐	

Tabel 2. Pelaksanaan media Pendukung

Estimasi biaya:

1. Media Utama

No.	Jenis Media	Ukuran	Jumlah	Biaya
1.	<i>Billboard</i>	8 x 12 meter	*96 x 525.000	Rp50.400.000,-
Total				<b>Rp. 50.400.000,-</b>

Tabel 3 : Estimasi Biaya Media Utama

\*Biaya per meter persegi Rp 525.000,- untuk jenis *billboard* bersinar, sumber : nilai sewa reklame, Badan DPPKAD Kabupaten Magelang.

2. Media Pendukung

No.	Jenis Media	Ukuran	Jumlah	Biaya
1	Kaos	M	75 X 25.000,-	Rp. 1.875.000,-
		XL	25 x Rp 25.000,-	Rp. 625.000,-
2	Poster	A3	4 x Rp.6000,-	Rp. 24.000,-
3	X-Baner	60cm x 160cm	1 x Rp.150.000,-	Rp. 150.000,-
4	Brosur	A4	4x Rp. 8000,-	Rp. 32.000,-
5	Stiker	A3	1 x Rp. 12.000,-	Rp. 12.000,-
6	Pin	Diameter 5cm	50 x Rp. 2500,-	Rp. 125.000,-
7	Karcis	6 x 14 cm	16 x Rp. 225,-	Rp. 3.600,-
8	Kalender	A3	4 x Rp. 1800,-	Rp. 7.200,-
9	Jam	Diameter 22cm	2 x Rp. 1800,-	Rp. 3.600,-
10	Mug		2 x Rp. 45.000,-	Rp. 90.000,-
Total				<b>Rp. 2.947.400,-</b>

Tabel 4: Estimasi Biaya Media Pendukung

## B. Analisis SWOT

Analisis data yang digunakan dalam perancangan media *corporate identity* ini adalah Analisis SWOT. Menurut Philip Kotler dan Gary Armstrong (2008: 64), mengelola fungsi pemasaran diawali dengan analisis menyeluruh dari situasi perusahaan. Pemasar harus melakukan analisis SWOT (*SWOT Analysis*), di mana ia menilai kekuatan (*Strengths* (S), kelemahan (*weakness* (W), peluang (*Opportunities* (O) dan ancaman (*Threats* (T). Kekuatan meliputi kemampuan internal, sumber daya dan faktor situasional positif yang dapat membantu perusahaan melayani pelanggannya dan mencapai tujuannya. Kelemahan meliputi keterbatasan internal dan faktor situasional negatif yang dapat menghalangi performa perusahaan. Peluang adalah faktor atau tren yang menguntungkan pada lingkungan eksternal yang dapat digunakan perusahaan untuk memperoleh keuntungan, sedangkan ancaman adalah faktor pada lingkungan eksternal yang tidak menguntungkan yang menghadirkan tantangan bagi performa perusahaan.

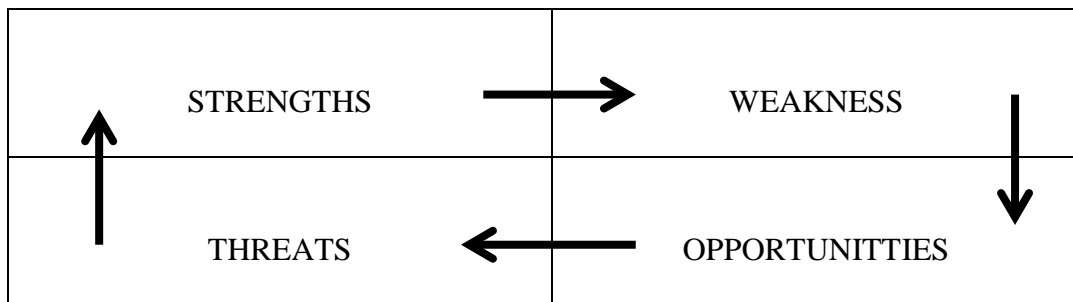
Internal	Kekuatan	Kelemahan
	Kemampuan internal yang dapat membantu perusahaan dalam mencapai tujuannya	Batasan internal yang mempengaruhi kemampuan perusahaan dalam mencapai tujuannya.
Eksternal	Peluang	Ancaman
	Faktor eksternal yang mungkin dapat dieksploitasi perusahaan untuk kepentingannya.	Faktor eksternal terbaru yang mungkin bertentangan dengan kinerja perusahaan

Tabel 5 : Analisis Swot

Sumber : (Philip Kotler dan Gary Armstrong, 2008), "*Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 12 Jilid 1*"

Analisis SWOT juga dapat digunakan sebagai alat formulasi strategi. Sebagaimana dijelaskan oleh Freddy Rangkuti (1997: 18), bahwa Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan S dan O, namun secara bersamaan dapat meminimalkan W dan T. Analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal berupa peluang dan ancaman, dengan faktor internal yaitu kekuatan dan kelemahan.

Proses pengambilan keputusan strategis selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, strategi dan kebijakan perusahaan. Dengan demikian, perencanaan strategi harus menganalisis faktor-faktor strategis perusahaan (SWOT) dalam kondisi yang ada saat ini, hal ini disebut dengan analisis situasi. Model yang paling populer untuk analisis situasi adalah analisis SWOT. Untuk memudahkan dalam menganalisis dibuat hubungan antara *point* satu dengan *point* lainnya misal hubungan antara *strengths* dan *weakness* menghasilkan logo, dari *strengths* Objek Wisata Curug Silawe mempunyai wahana andalan yaitu air terjun yang jernih dan debit airnya tetap, sedangkan *weakness* Objek Wisata Curug Silawe belum mempunyai logo, maka dibuat perancangan logo dengan ide utama air terjun, hubungan tersebut terus memutar berurutan sama lainnya, berikut penggambaranya menggunakan tabel:



Tabel 6 : Hubungan Antara Point Satu dengan Lainnya.

Berikut penjabaran analisis SWOT berdasarkan faktor internal dan eksternal yang dimiliki Objek Wisata Curug Silawe:

### 1. *Strengths/ Kekuatan*

Objek Wisata Curug Silawe mempunyai wahana andalan yang berupa air terjun, tingginya kurang lebih 25 meter, airnya jernih dan debitnya tetap, ditunjang dengan panorama alam yang indah, di sisi atas tampak hutan lebat yang masih terlindungi dan di sisi bawah tampak lahan pertanian yang berupa teras iring. Objek Wisata Curug Silawe terletak di lereng Gunung Sumbing, sehingga iklimnya sejuk dan udaranya terasa segar. Kekuatan dan kelebihan yang dimiliki Curug Silawe dijadikan sebagai ide penciptaan logo Objek Wisata Curug Silawe. Logo berupa ilustrasi air terjun, disamping kiri tampak gunung besar yaitu menggambarkan Objek Wisata Curug Silawe terletak di lereng Gunung Sumbing, *background* berwarna hijau dan di samping kiri terdapat tiga gunung kecil yang bermakna Objek Wisata Curug Silawe terletak di pegunungan hijau yang masih alami.

Hubungan antara *strengths* dan *weakness* menghasilkan logo, dari *strengths* Objek Wisata Curug Silawe mempunyai wahana andalan yaitu air

terjun yang jernih dan debit airnya tetap, sedangkan *weakness* Objek Wisata Curug Silawe belum mempunyai logo, maka dibuat perancangan logo dengan ide utama air terjun,

## **2. Weakness/ Kelemahan**

Kelemahan Objek Wisata Curug Silawe adalah Objek Wisata Curug Silawe belum mempunyai media informasi formal, media promosi masih sederhana yaitu menggunakan cara *getok tular*, oleh sebab itu pengunjung yang datang masih sedikit dan berasal dari daerah sekitar. Perlu dibuat media promosi yang tepat agar Objek Wisata Curug Silawe mengalami peningkatan jumlah pengunjung.

Hubungan dengan *weakness-opportunities* adalah Objek Wisata Curug Silawe letaknya tidak terlalu jauh dengan Objek Wisata Candi Borobudur yaitu jaraknya kurang lebih 25 kilometer atau jika ditempuh dengan kendaraan bermotor sekitar 30 menit. Objek Wisata Candi Borobudur merupakan objek wisata bertaraf internasional, tentunya mempunyai jumlah wisatawan yang banyak, hal ini merupakan peluang untuk mengenalkan wisatawan di Objek Wisata Candi Borobudur tentang Objek Wisata Curug Silawe yang letaknya tidak terlalu jauh. Media promosi yang tepat adalah brosur, *x-banner* dan poster. Media promosi brosur diberikan kepada biro-biro Objek Wisata Candi Borobudur, pemasangan *x-banner* di samping loket masuk Objek Wisata Candi Borobudur, dan penempelan poster ditempel di papan pengumuman dan tempat setrategis di kompleks Objek Wisata Candi Borobudur, tentunya dengan ijin kepada pengelola Objek Wisata Candi Borobudur.

### **3. *Opportunities/ Peluang***

Peluang Objek Wisata Curug Silawe adalah letaknya tidak terlalu jauh dengan Objek Wisata Candi Borobudur, jika *opportunities* dikaitkan dengan *threats* maka akan menghasilkan perancangan peta, berikut analisisnya : Ancaman Objek Wisata Curug Silawe adalah terletak di pedesaan, sedangkan Objek Wisata lain biasanya terletak di pusat kota, misal Objek Wisata Taman Kyai Langgeng terletak di Kota Magelang. Letak Objek Wisata Curug Silawe di pedesaan membuat wisatawan yang belum pernah datang kesulitan untuk mencari lokasi Objek Wisata Curug Silawe, oleh sebab itu perlu dibuat peta yang jelas.

### **4. *Threats/ Ancaman***

Ancaman Objek Wisata Curug Silawe dengan Objek Wisata lainnya adalah Objek Wisata Curug Silawe terletak di pedesaan, sedangkan Objek Wisata lain misal Objek Wisata Taman Kyai Langgeng terletak di Kota Magelang. Letak Objek Wisata Curug Silawe di pedesaan dan belum terlalu dikenal masyarakat luas membuat wisatawan yang belum pernah datang kesulitan untuk mencari lokasi Objek Wisata Curug Silawe.

Hubungan antara *threats* dengan *strenghts* adalah Objek Wisata Curug Silawe mempunyai kekuatan, yaitu air terjun yang jernih dan debit airnya tetap serta ditunjang dengan panorama alam yang indah. Letak Objek Wisata Curug Silawe di pedesaan di sisi lain mempunyai kelebihan dibandingkan dengan Objek Wisata yang berada di pusat kota, yaitu Objek Wisata Curug Silawe beriklim sejuk dan udaranya segar belum terkontaminasi polusi udara seperti di kota, oleh karena itu perlu dibuat media promosi berupa *billboard*. *Billboard* merupakan

media promosi utama dalam perancangan promosi ini karena *billboard* berisi informasi Objek Wisata Curug Silawe dan *billboard* dipasang di tempat setrategis sehingga masyarakat dapat langsung membaca informasi yang disampaikan. Pemasangan *billboard* dipasang di pertigaan Museum Haji Widayat, Jalan Letnan Tukiyat Mungkid.

### C. Perancangan Visual

#### 1. *Layout* Gagasan

*Layout* gagasan atau ide adalah tahapan awal dalam menyusun ide dan merancang tata letak yang berbeda. Ide dan tata letak yang dipilih akan digunakan untuk pengembangan *layout* selanjutnya. *Layout* gagasan menggunakan alat berupa pensil 2b, penghapus, penggaris dan *art paper*.

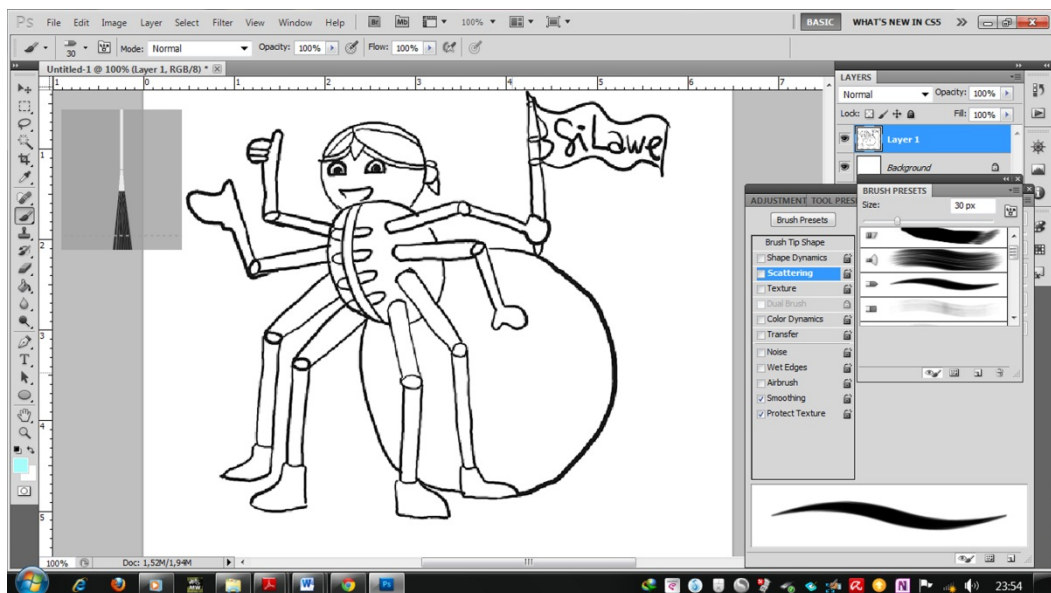


Gambar 5: *Layout* Gagasan Menggunakan Ilustrasi Pensil di Kertas  
Sumber : Zaeni, 2013

## 2. *Layout* Kasar

*Layout* kasar adalah tahapan memilih salah satu dari *layout* gagasan.

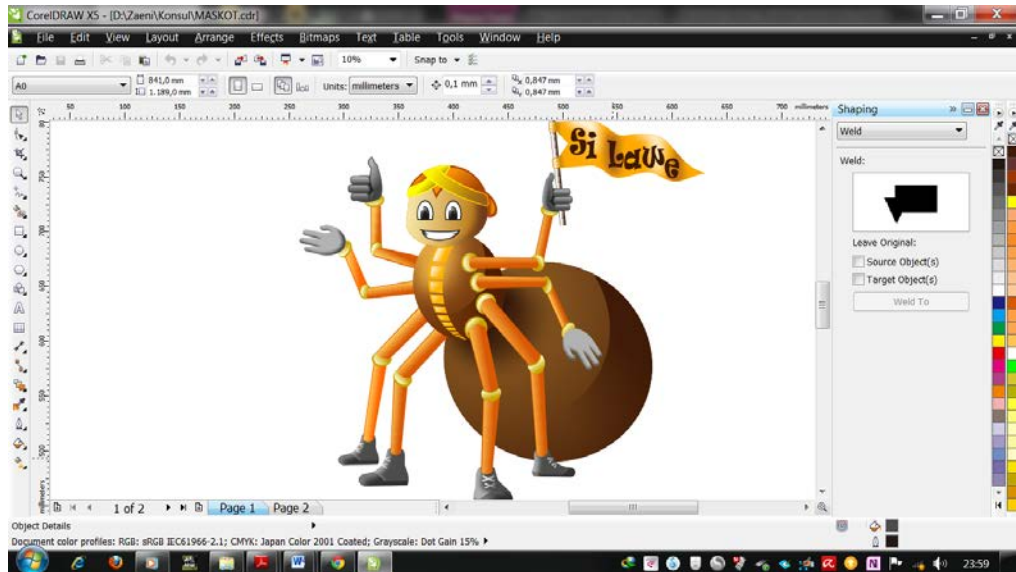
Gambar yang sama sesuai dengan ukuran sebenarnya dan sudah dapat terbaca gambar dan *teksnya*. *Layout* kasar masih dapat direvisi lagi dengan penambahan atau pengurangan desain di dalamnya. *Layout* kasar menggunakan alat berupa *pentablet* dan *software photoshop CS 5*.



Gambar 6 : *Layout* Kasar, Menggunakan *Pen Tablet*, *Software Photoshop CS 5*  
Sumber : Zaeni, 2013

### 3. *Layout* Lengkap

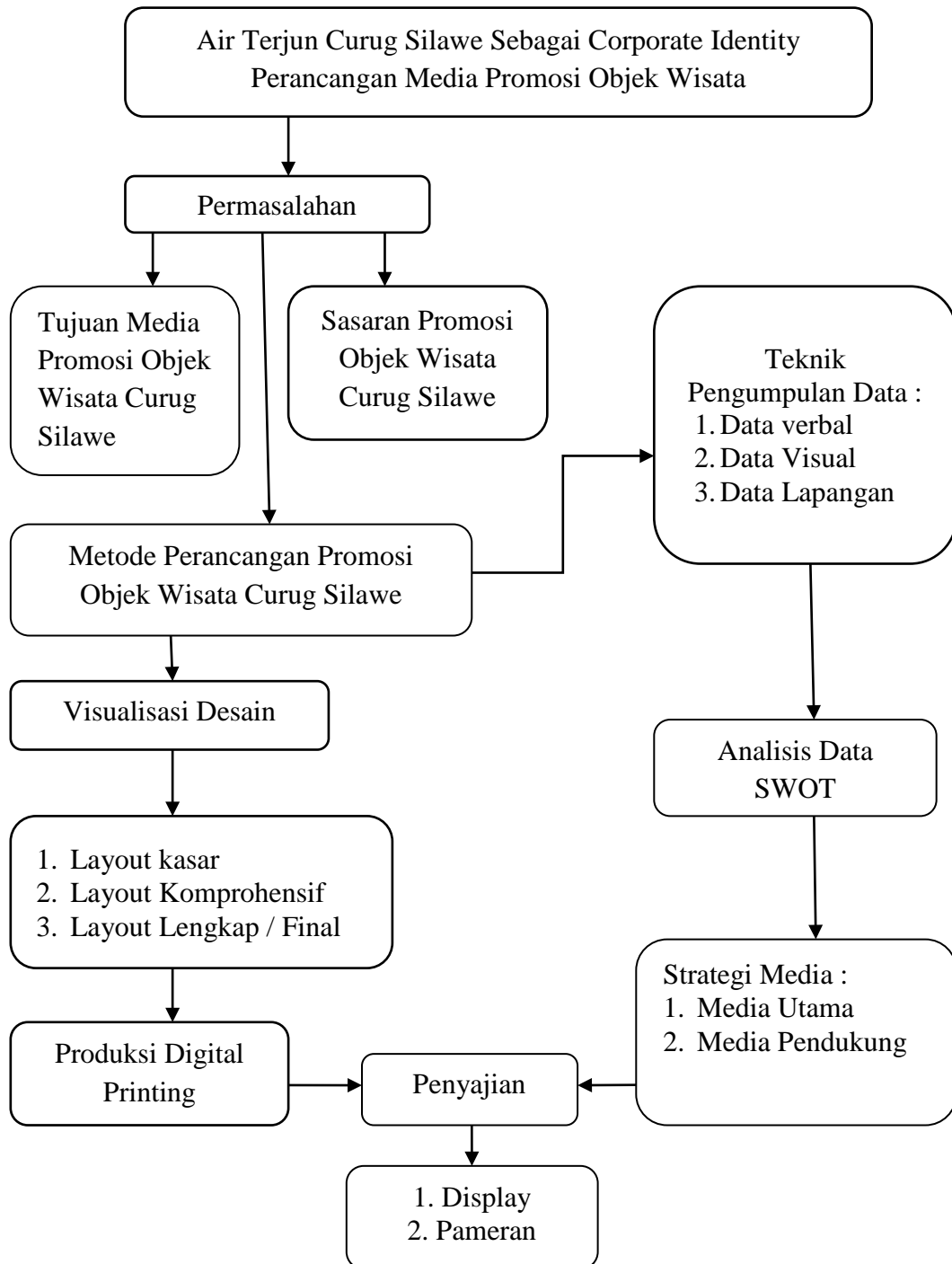
*Layout* lengkap merupakan final dari desain. Setelah perbaikan dan penyempurnaan dari *layout* kasar. *Layout* lengkap atau final desain berupa *print out* yang siap dipublikasikan. Prosesnya menggunakan *software Coreldraw X5*.



Gambar 7 : *Layout* lengkap, Ilustrasi Menggunakan *Software Coreldraw X5*  
Sumber : Zaeni, 2013

Dari semua tahapan perancangan tersebut maka dapat dibuat skema perancangan, berikut skemanya:

### Skema Perancangan



Skema 1 : Skema Perancangan

## **BAB III**

### **KONSEP DESAIN DAN VISUALISASI DESAIN**

#### **A. Konsep Desain**

##### **1. Tujuan Kreatif**

Tujuan kreatif dari perancangan desain Promosi Objek Wisata Curug Silawe adalah mengenalkan Objek Wisata Curug Silawe kepada masyarakat luas, dengan target semua umur. Perancangan utama desain logo, maskot dan tipografi yang dibuat semenarik mungkin, dari desain logo, maskot dan tipografi tersebut di gabungkan menjadi desain promosi Objek Wisata Curug Silawe. Media utama berupa *Billboard* , ditunjang dengan media pendukung berupa kaos, poster, brosur, *x-banner*, *pin*, stiker, jam dinding, dan mug, diharapkan promosi Objek Wisata Curug Silawe dapat mencapai tujuan yang diharapkan.

##### **2. Strategi Kreatif**

Logo yang akan didesain sebagai salah satu elemen *corporate identity* Objek Wisata Curug Silawe dibuat simple dan mudah diingat. Yaitu logo air terjun dan riak air dibawah dengan latar belakang gambar gunung dan cahaya matahari. Ini menggambarkan bahwa air terjun Curug Silawe terletak di lereng gunung Sumbing. Cahaya matahari menunjukkan keceriaan dan kehangatan.

Maskot Objek Wisata Curug Silawe berupa kartun Laba-laba. Menggunakan ikon binatang laba-laba sesuai dengan nama Curug Silawe yaitu dari kata “Lawe” yang artinya laba-laba. Maskot diberi nama si Lawe, dibuat tampak lucu dan ramah.

Memakai blangkon sebagai identitas budaya asli. Posisi tangan si Lawe menandakan posisi menyambut dan mempersilahkan tamu untuk datang.

Tipografi adalah tulisan “Curug Silawe” dari font Niagara Engraved yang dimodifikasi. Pada huruf “g” dan “s” digayakan membentuk sulur dekoratif. Sulur mengilustrasikan daun yang menandakan lingkungan Curug Silawe masih alami. Gaya mendekorasi menggunakan dekoratif simple agar tidak terlalu ramai dan tentunya dapat mudah dibaca.

### **3. *Standart Visual***

#### **a. Ilustrasi**

Ilustrasi adalah unsur pokok dalam perancangan media promosi ini. Visualisasi yang ditampilkan adalah ilustrasi logo, ilustrasi maskot dan ilustrasi fotografi yang digunakan dalam perancangan promosi Objek Wisata Curug Silawe. Teknik ilustrasi yang digunakan dalam perancangan Objek Wisata Curug Silawe menggunakan teknik gabungan.

#### **b. Tipografi**

Tipografi adalah seni memilih, menata dan memodifikasi huruf dengan tujuan membentuk visualisasi yang lebih menarik. Perancangan promosi objek wisata Curug Silawe dalam memilih, menata, dan memodifikasi dilakukan secara hati-hati, karena pemilihan huruf yang salah maka tampilan desain tidak enak dipandang bahkan sulit untuk dibaca. Tipografi ditampilkan melalui *headline*, *subheadline*, *body copy* dan *closing world*, berikut jenis font yang digunakan :

### 1. *Niagara Engraved*

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ..

abcdefghijklmnop..

*Font Niagara Engraved* termasuk dalam jenis font *script* dan *graphic*, bentuknya ramping, klasik dan elegan. Huruf ini digunakan sebagai *head line* ( logo tulisan Curug Silawe). Huruf diedit bentuknya, tinggi huruf dikurangi sedangkan lebarnya tetap, sehingga dimensi huruf tampak lebih tebal, selain itu pada huruf “g” dan “s” dari kata “Curug Silawe” dimodifikasi membentuk sulur ornamen. Ornamennya terinspirasi dari bentuk daun.

### 2. *Freehand 521 BT*

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ...

abcdefghijklmnopu...

*Freehand 521 BT* termasuk dalam huruf *script*, bentuknya merupakan modifikasi dari tulisan tangan. Huruf *Freehand 521 BT* berkesan elegan, lembut dan anggun. Huruf ini digunakan pada *Subheadline* sehingga dipadukan dengan huruf *Niagara Engraved* akan serasi dan mudah dibaca.

### 3. *Berlin Sans Fb*

**ABCDEFGHIJKLMNO P Q....**

**Abcdefh g i j k l m n o p q r s t....**

*Berlin Sans Fb* termasuk dalam huruf *Sans Serif* atau tanpa kaki, bentuknya luwes dan jelas. Huruf *Berlin Sans Fb* karena kejelasannya dipilih sebagai *body copy* atau *teks*. Huruf dipadukan dengan *Headline*, *Niagara Engraved* dan *Subheadline*, *Freehand 521 bt* tampak serasi dan luwes.

#### c. Warna

Warna merupakan elemen penting dalam desain. Pemilihan warna dalam perancangan media promosi Objek Wisata Curug Silawe menggunakan warna alam dan berkesan segar, ini menceritakan keadaan Curug Silawe yang alami di lereng pegunungan. Warna yang dipakai adalah warna hijau melambangkan keadaan lingkungan Curug Silawe yang hijau alami, warna biru untuk air terjun, warna coklat untuk tanah, perpaduan warna merah, orange dan kuning untuk cahaya matahari hingga berkesan hangat dan terang.

Pembuatan logo dan maskot objek wisata Curug Silawe memakai warna yang digradasi (dipadukan) sehingga logo dan maskot tampak berkesan tiga dimensi (tidak flat). Pewarnaan logo dan maskot objek wisata Curug Silawe memilih perpaduan warna yang sesuai atau serasi sehingga warna tidak kelihatan norak.

*d. Layout*

*Layout* / tata letak merupakan usaha untuk elemen-elemen grafis yang digunakan dalam perancangan. Perancangan media promosi Objek Wisata Curug Silawe menggunakan tahapan *layout* sebagai berikut:

1. *Layout* Gagasan (*Idea Layout/Brainstorming*)

*Layout* atau gagasan ide adalah tahapan awal dalam menyusun ide dan merancang tata letak yang berbeda. Ide dan tata letak yang dipilih akan digunakan untuk pengembangan *layout* selanjutnya.

2. *Layout* Kasar (*Rough Layout/Tight Tissue*)

*Layout* kasar adalah tahapan memilih salah satu dari *layout* gagasan. Gambar yang sama sesuai dengan ukuran sebenarnya dan sudah dapat terbaca gambar dan *teksnya*. *Layout* kasar masih dapat direvisi lagi dengan penambahan atau pengurangan desain di dalamnya.

3. *Layout* Lengkap (*Comprehensive Layout/ Execution/ Final Design*)

*Layout* lengkap merupakan final dari desain. Setelah perbaikan dan penyempurnaan dari *layout* kasar. *Layout* lengkap atau final desain berupa *print out* yang siap dipublikasikan.

## B. Visualisasi Desain

### 1. Perancangan Logo

#### a) *Layout Gagasan (Idea Layout/Brainstorming)*



Gambar 8 : *Layout Gagasan Logo 1*  
Sumber : Zaeni, 2013



Gambar 9 : *Layout Gagasan Logo 2*  
Sumber : Zaeni, 2013

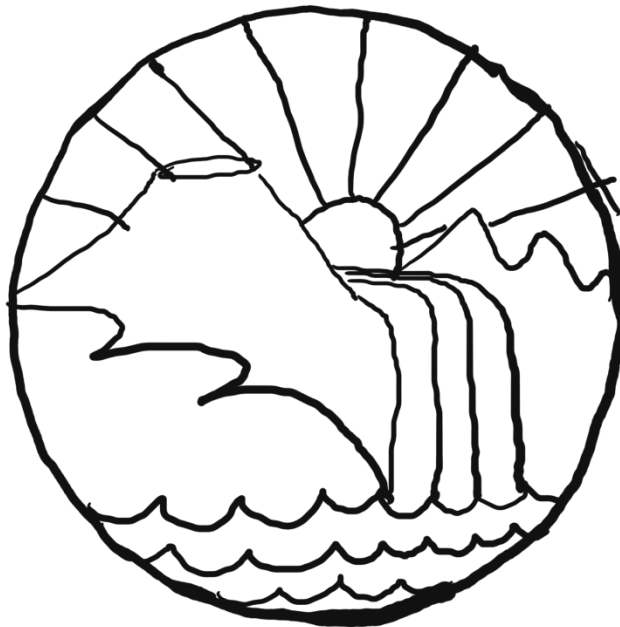


Gambar 10 : *Layout Gagasan Logo 3 (Desain Terpilih)*  
Sumber : Zaeni, 2013



Gambar 11 : *Layout Gagasan Logo 4*  
Sumber : Zaeni, 2013

b) *Layout Kasar (Rough Layout/ Tight Tissue)*



Gambar 12 : *Layout Kasar Desain Logo 1*  
Sumber : Zaeni, 2013



Gambar 13 : *Layout Kasar Desain Logo 2*  
Sumber : Zaeni, 2013

c) *Layout Lengkap (Comprehensive Layout/ Execution/ Final Design)*



Gambar 14 : *Layout Lengkap Desain Logo*  
Sumber : Zaeni, 2013



Gambar 15 : *Layout Lengkap Desain Logo (Terpilih)*  
Sumber : Zaeni, 2013

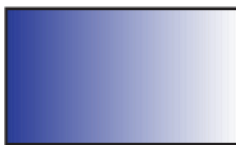
Penjelasan unsur-unsur desain pada Logo :

a. Bentuk

Logo objek wisata Curug Silawe terdiri atas ilustrasi air terjun yang mengalir di samping gunung, hal ini menandakan air terjun Curug Silawe terletak di lereng gunung sumbing, terdapat ilustrasi satu gunung besar dan tiga gunung kecil yang artinya gunung besar adalah Gunung Sumbing dan tiga gunung kecil adalah pegunungan di sekeliling Gunung Sumbing. Ilustrasi air mengalir ke bawah dan dibawah terdapat riak air, menandakan air terjun Curug Silawe. Gambar matahari terdapat di tengah, dengan ilustrasi garis yang menyebar keluar, menandakan arah cahaya matahari yang bersinar terang, melambangkan suasana hangat dan ceria. Logo objek wisata Curug Silawe berbentuk lingkaran dengan garis tebal berwarna coklat yang menandakan kuat, klasik dan elegan.

b. Warna

1) Warna Gunung Utama



Yaitu perpaduan warna biru dan putih. Berikut masing-masing warnanya:



C : 100%, M : 94%, Y : 0%, K : 0%

R : 57%, G ; 70%, B : 154%



C : 1%, M : 0%, Y : 0%, K : 0%

R : 252%, G : 252%, B : 252%

## 2) Warna Air Terjun



Perpaduan antara warna biru dan biru muda, berikut penjabaran masing-masing warnanya:



C : 100%, M : 94%, Y : 0%, K : 0%

R : 57%, G : 70%, B : 154%



C : 1%, M : 0%, Y : 0%, K : 0%

R : 252%, G : 252%, B : 252%

## 3) Warna Riak Air



C : 96%, M : 54%, Y : 50%, K : 29%

R : 34%, G : 91%, B : 102%



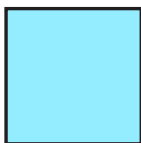
C : 84%, M : 36%, Y : 35%, K : 4%

R : 47%, G : 133%, B : 151%



C : 64%, M : 7%, Y : 18%, K : 0%

R : 86%, G : 185%, B : 204%



C : 35%, M : 0%, Y : 3%, K : 0%

R : 161%, G : 220%, B : 240%

## 4) Warna background

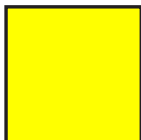


Terdiri dari warna gradasi antara warna hijau dan kuning, berikut rinciannya:



C : 100%, M : 0%, Y : 100%, K : 0%

R : 0%, G : 168%, B : 89%



C : 0%, M : 0%, Y : 100%, K : 0%

R : 255%, G : 242%, B : 18%

## 5) Warna Matahari

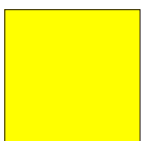


Terdiri dari gradasi warna merah dan kuning, berikut rinciannya:



C : 0%, M : 100%, Y : 100%, K : 0%

R : 237%, G : 50%, B : 55%



C : 0%, M : 0%, Y : 100%, K : 0%

R : 255%, G : 242%, B : 18%

## 6) Warna Garis Lingkaran



C : 46%, M : 75%, Y : 90%, K : 65%

R : 92%, G : 43%, B : 7%

Warna *background* dan tiga gunung kecil menggunakan warna hijau yang digradasi ke warna kuning, menandakan lingkungan Curug Silawe yang segar dan masih alami. Warna biru pada gunung besar menandakan Gunung Sumbing sedangkan warna biru pada air terjun menandakan kejernihan dan kesegaran air terjun Curug Silawe. Warna *orange* gradasi ke kuning pada gambar matahari menandakan sifat terang, kehangatan dan keceriaan. Warna garis melingkar pada logo yang berwarna coklat menandakan kokoh, klasik dan mengikat pada ilustrasi-ilustrasi logo di dalamnya.

## 2. Perancangan Maskot

### a) *Layout* Gagasan (*Idea Layout/Brainstorming*)



Gambar 16 : *Layout* Gagasan Desain Maskot  
Sumber : Zaeni, 2103

b) *Layout Kasar (Rough Layout/ Tight Tissue)*



Gambar 17 : *Layout Kasar* Desain Maskot  
Sumber : Zaeni, 2013

c) *Layout Lengkap (Comprehensive Layout/ Execution/ Final Design)*



Gambar 18 : *Layout Lengkap* Desain Maskot  
Sumber : Zaeni, 2013

Penjelasan Unsur-unsur pada maskot :

1. Bentuk

Ide pembuatan maskot terinspirasi dari binatang laba-laba yaitu diambil dari nama Curug Silawe, yaitu “Lawe” yang artinya laba-laba, laba-laba tersebut diilustrasikan dalam bentuk kartun. Kartun laba-laba memakai blangkon sebagai ciri khas busana jawa. Kartun laba-laba mempunyai 4 tangan dan empat kaki layaknya binatang laba-laba, posisi dua tangan di depan sedang melambai dan mengacungkan jempol, melambai artinya mempersilahkan dan mengajak orang untuk datang sedangkan posisi mengacungkan jempol menandakan sikap bagus, baik dan *oke*, posisi dua tangan dibelakang dan salah satunya memegang bedera yang bertuliskan Si Lawe. Makna “Si” adalah panggilan untuk anak di Jawa Tengah, sedangkan “Lawe” adalah nama maskot itu sendiri. Ekspresi wajah maskot tersenyum ramah, dengan tujuan dibuat maskot agar lebih akrab kepada masyarakat.

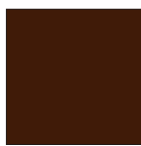
Pewarnaan pada maskot menggunakan teknik gradasi sehingga kesan tiga dimensinya lebih tampak, dengan teknik gradasi perpaduan warna tampak lebih halus. Warna yang digunakan pada maskot adalah warna coklat tua digradasi ke coklat muda, dan warna abu-abu digradasi ke putih. Tekstur pada maskot dibuat halus dan berkesan mengkilap sehingga maskot tampak bersih, *elegant* dan modern.

## 2. Warna

Untuk keseluruhan warna yang digunakan pada maskot menggunakan warna sebagai berikut :



Perpaduan Coklat tua dan coklat muda, berikut rinciannya warnanya:



C : 72%, M : 87%, Y : 99%, K : 67%

R : 64%, G : 27%, B : 8%



C : 7%, M : 40%, Y : 82%, K : 0%

R : 235%, G : 172%, B : 69%

Untuk warna sepatu dan tangan menggunakan warna sebagai berikut :



C : 82%, M : 78%, Y : 76%, K : 58%


R : 51%, G : 51%, B : 51%




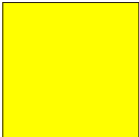
C : 0%, M : 0%, Y : 0%, K : 0%

R : 254%, G : 254%, B : 254%

Untuk warna tangan, kaki, blangon dan bendera menggunakan warna sebagai berikut:

 Yaitu gradasi warna *orange* tua dan kuning, berikut rinciannya:

 C : 13%, M : 79%, Y : 100%, K : 0%  
R : 217%, G : 89%, B : 4%

 C : 7%, M : 0%, Y : 93%, K : 0%  
R : 255%, G : 255%, B : 0%

Dari keseluruhan warna yang digunakan yaitu warna coklat pada tubuh laba-laba menandakan kedewasaan, klasik dan elegan. Warna gradasi orange ke kuning menandakan kehangatan, keceriaan dan semangat. Sedangkan gradasi warna abu-abu ke putih pada tangan dan sepatu menandakan netral, tidak memihak dan berkesan elegan.

### 3. Perancangan Tipografi

#### a) *Layout Gagasan (Idea Layout/Brainstorming)*



Gambar 19 : *Layout Gagasan Tulisan Curug Silawe*  
Sumber : Zaeni, 2013



Gambar 20 : *Layout Gagasan Tulisan Curug Silawe (Desain Terpilih)*  
Sumber Zaeni 2013

b) *Layout Kasar (Rough Layout/ Tight Tissue)*



The image shows a rough layout of the text 'Curug Silawe' in a cursive script. The letters are drawn with a double-line outline, showing the basic structure and flow of the text. The word 'Curug' is on the left and 'Silawe' is on the right, connected by a large, flowing loop that starts from the end of 'Curug' and loops back to the beginning of 'Silawe'.

Gambar 21 : *Layout Kasar Tulisan Curug Silawe*  
Sumber : Zaeni, 2013

c) *Layout Lengkap (Comprehensive Layout/ Execution/ Final Design)*



The image shows the final design of the text 'Curug Silawe' in a cursive script. The letters are filled with a green color and outlined in yellow. The word 'Curug' is on the left and 'Silawe' is on the right, connected by a large, flowing loop that starts from the end of 'Curug' and loops back to the beginning of 'Silawe'. A decorative leaf-like element is integrated into the design, positioned between the two words.

Gambar 22 : *Layout Lengkap Tulisan Curug Silawe*  
Sumber : Zaeni, 2013

Penjelasan unsur-unsur yang terdapat pada tipografi tersebut adalah sebagai berikut :

### 1) Huruf

Huruf menggunakan *Niagara Engraved* yang masuk dalam huruf *Script* dan *graphic*. Huruf ini berkesan klasik, elegan dan dekoratif. Tipografi ini digunakan sebagai headline dalam perancangan media promosi Objek Wisata Curug Silawe.

### 2) Bentuk

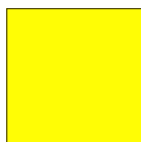
Huruf ini dimodifikasi membentuk sulur pada huruf “g” dan huruf “s”. Sulur tersebut terinspirasi dari bentuk daun. Bentuk sulur saling mengait sehingga tampak seimbang dan kokoh. Dalam memodifikasi juga mengingat keterbacaan huruf harus tinggi. Huruf dapat dibaca dengan mudah dapat terlihat dari jauh.

### 3) Warna



C : 92%, M : 60%, Y : 100%, K : 44%

R : 2%, G : 73%, B : 15%



C : 7%, M : 0%, Y : 92%, K : 0%

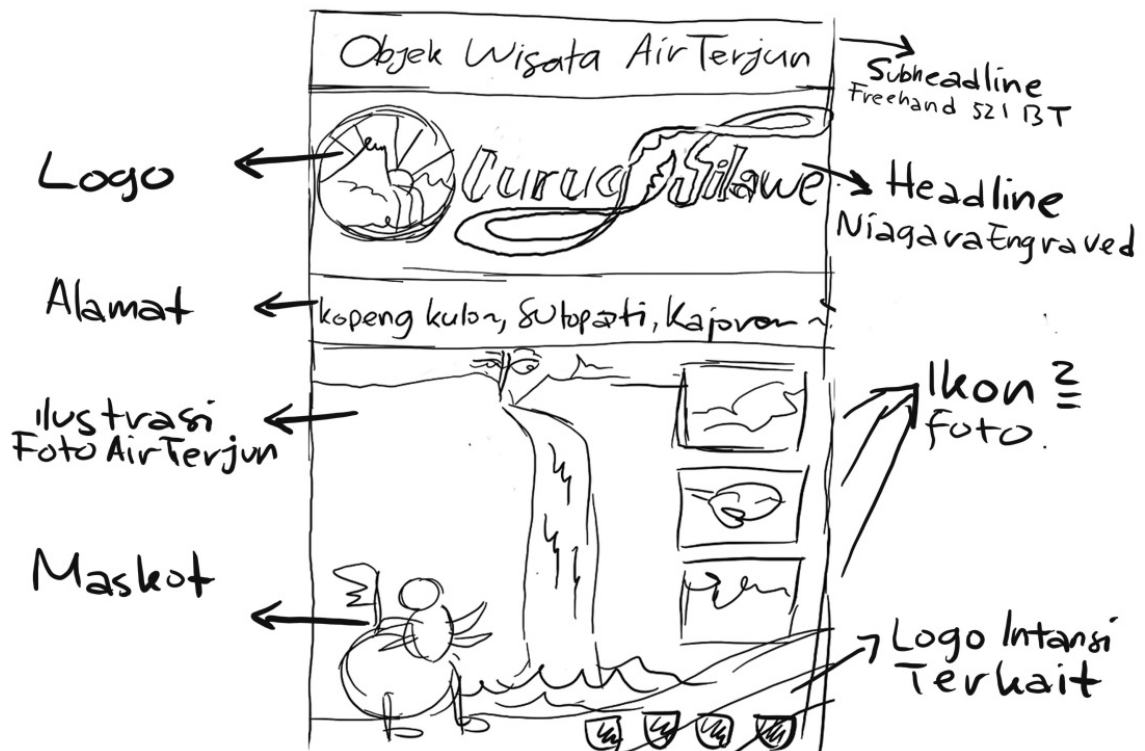
R : 255%, G : 253%, B : 5%

Penggunaan warna hijau dan kuning menandakan kesegaran, alami, terinspirasi dari keadaan lingkungan Curug Silawe banyak terdapat pepohonan yang berwarna hijau.

#### 4. Perancangan Media Utama

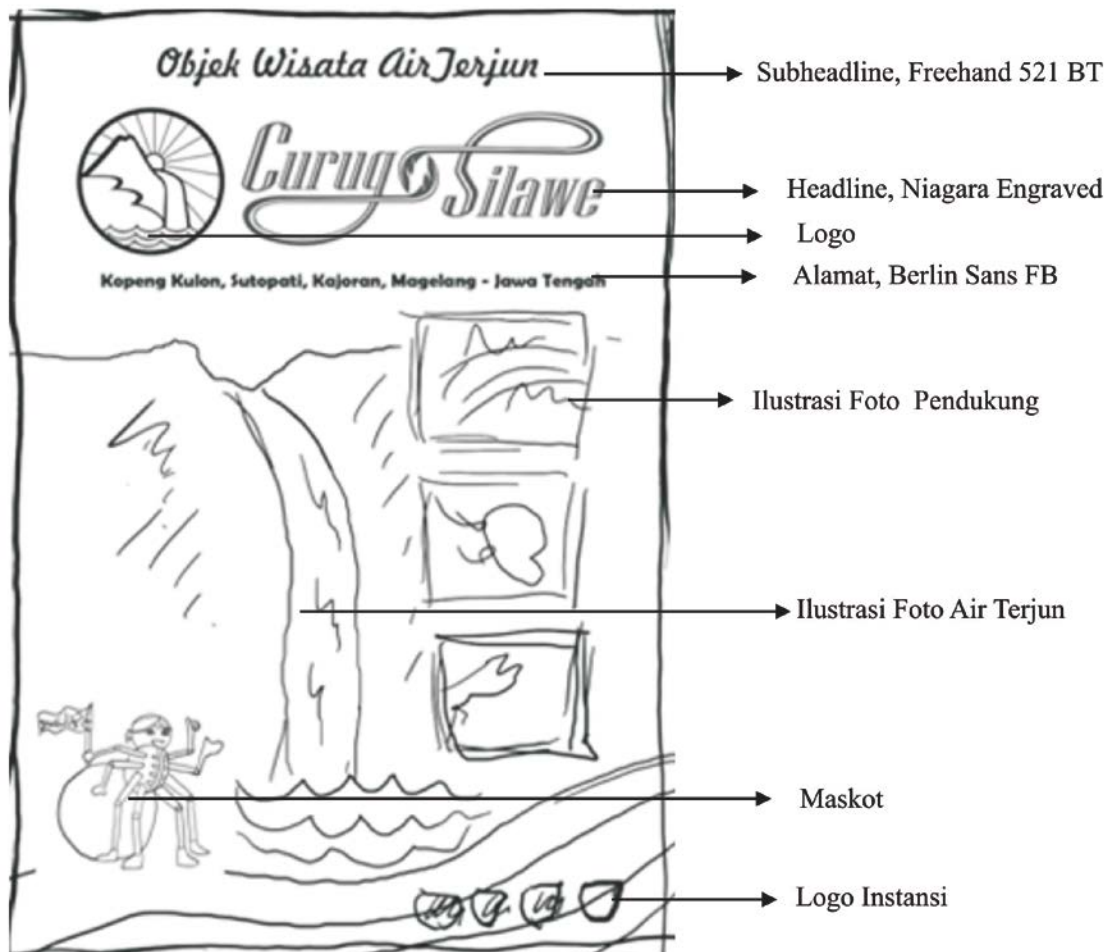
##### a) Media *Billboard*

##### 1) *Layout Gagasan (Idea Layout/Brainstorming)*



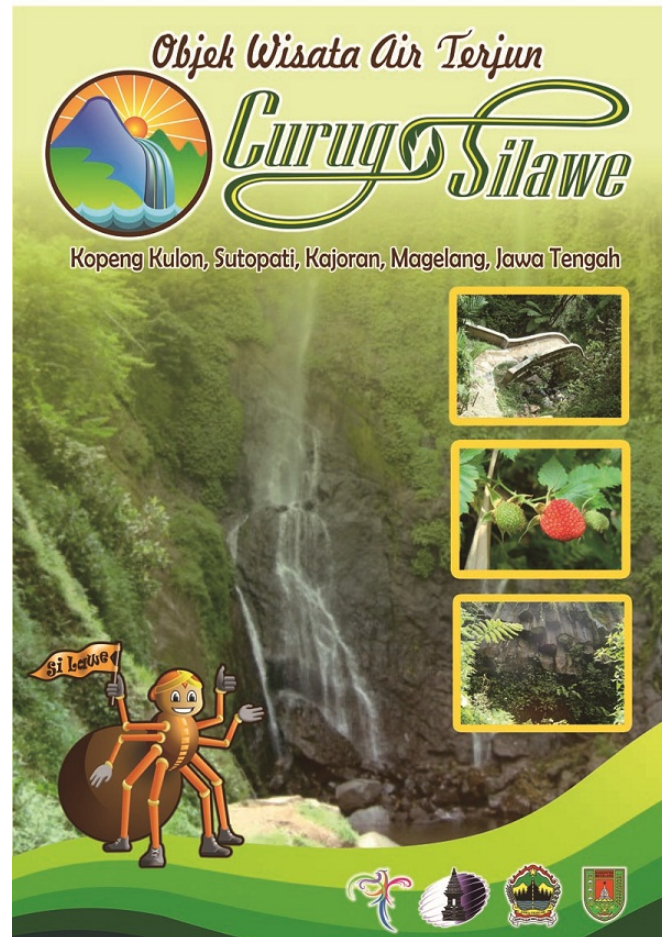
Gambar 23 : *Layout Gagasan Billboard*  
Sumber : Zaeni, 2013

2) *Layout Kasar (Rough Layout/ Tight Tissue)*



Gambar 24 : *Layout Kasar Perancangan Billboard*  
 Sumber : Zaeni, 2013

3) *Layout Lengkap (Comprehensive Layout/ Execution/ Final Design)*



Gambar 25 : *Layout Lengkap Perancangan Billboard*  
Sumber : Zaeni, 2013

- a. Nama Media : Billboard
- b. Ukuran : A2 (Ukuran mini untuk pameran)
- c. Format : *Landscape*
- d. Bahan : *Vinyl*
- e. Verbal

- 1) **Headline** : Curug Silawe
- 2) **Subheadline** : Objek Wisata Air Terjun
- 3) **Body Copy** : -
- 4) **Closing World** : Kopeng Kulon, Sutopati, Kajoran, Magelang
- 5) **Visual** :
  - a) **Ilustrasi** : Dalam perancangan *billboard* penataan visualisasi berupa Logo Curug Silawe, Maskot Curug Silawe, Foto air terjun Curug Silawe dan logo-logo intansi yang terkait.
  - b) **Warna** : *Full Color*
  - c) **Typografi** : *Niagara Engraved, Freehand 521 BT, Berlin Sans FB*
  - d) **Visualisasi** : Penataan dalam perancangan Billboard lebih menekankan pada penekanan tingkat keterbacaan yang tinggi. Karena billboard rencananya akan dipasang di pertigaan sawitan arah ke candi Borobudur. Di pertigaan tersebut tidak ada rambu lampu lalu lintas sehingga kesempatan membaca hanya sekilas. Dengan begitu desain dibuat simpel dan minin teks. Teks yang ada adalah “Obyek Wisata Air Terjun”, Curug Silawe, dan alamat lengkapnya. Ilustrasi berupa foto air terjun Curug Silawe dan Foto lebih kecil tentang obyek yang ada selain air terjun Curug Silawe.

## 5. Perancangan Media Pendukung

### a) Media Kaos

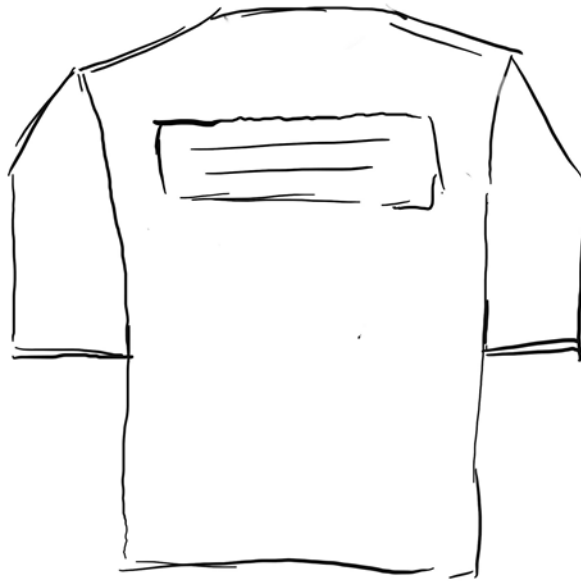
#### 1) *Layout* Gagasan (*Idea Layout/Brainstorming*)



Gambar 26 : *Layout* Gagasan Perancangan Kaos Desain 1  
Sumber : Zaeni, 2013

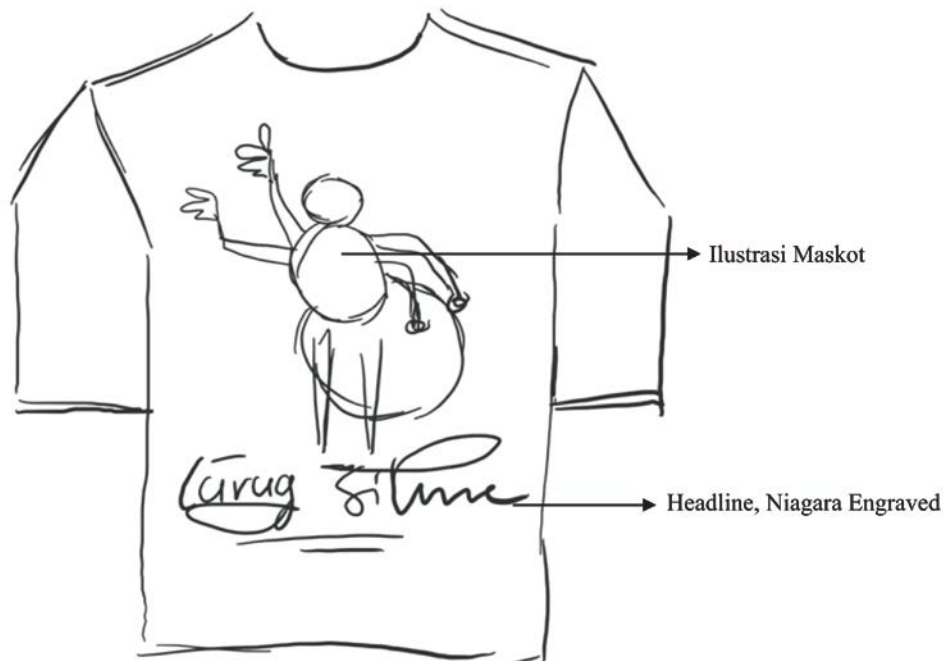


Gambar 27 : *Layout* Gagasan Perancangan Kaos Desain 2  
Sumber : Zaeni, 2013

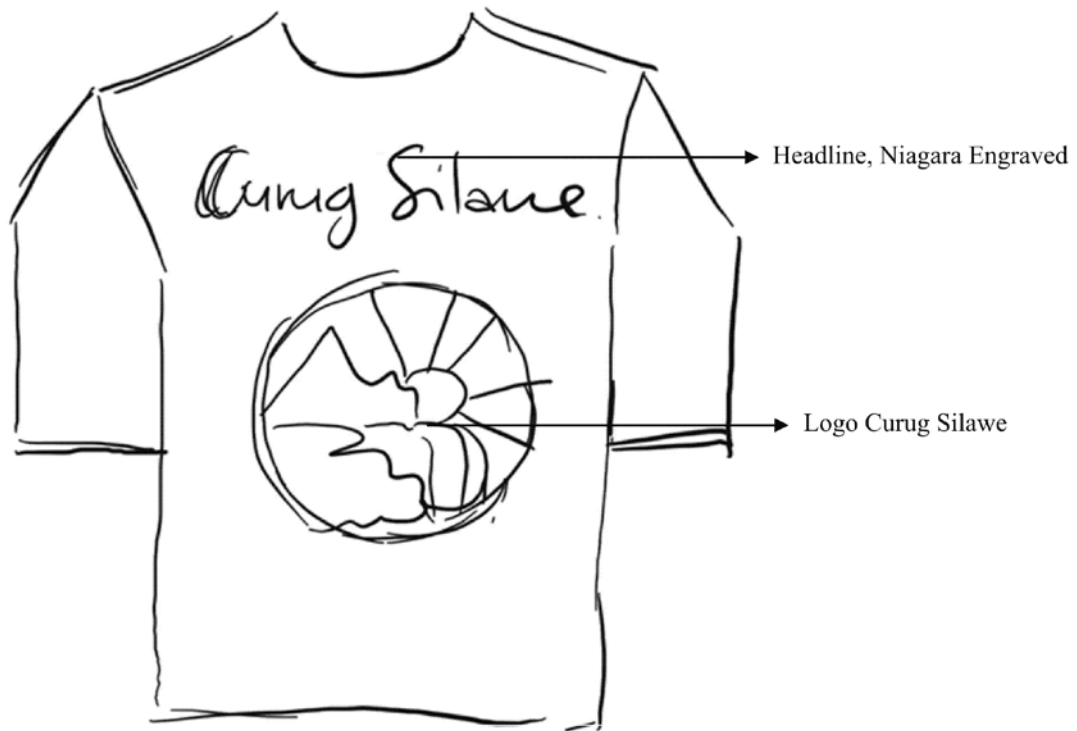


Gambar 28 : *Layout Gagasan Desain Belakang Kaos*  
Sumber : Zaeni, 2013

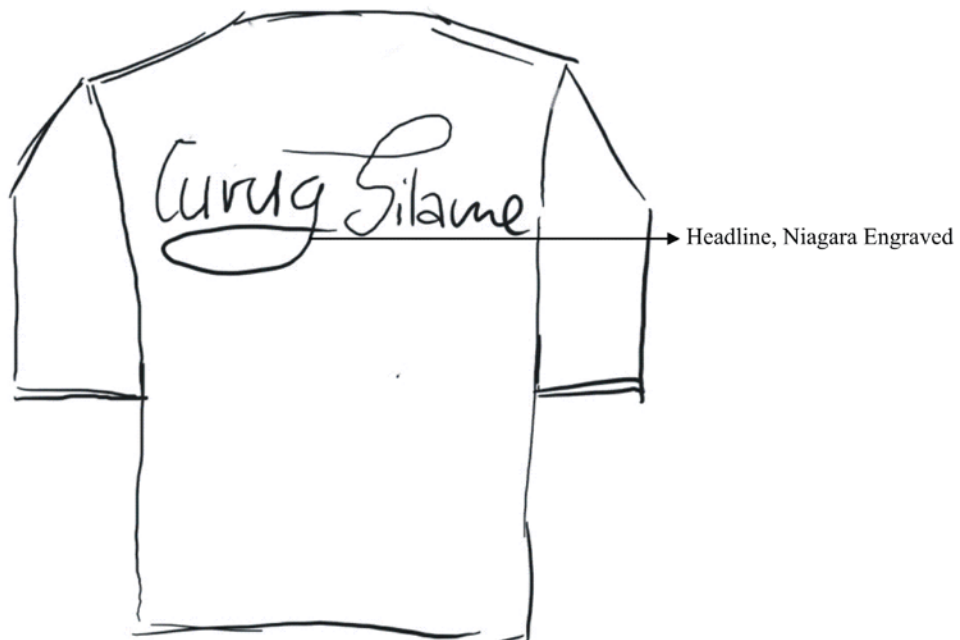
2) *Layout Kasar (Rough Layout/ Tight Tissue)*



Gambar 29 : *Layout Kasar Desain Kaos 1*  
Sumber : Zaeni, 3013



Gambar 30 : *Layout Kasar Desain Kaos 2*  
Sumber : Zaeni, 3013



Gambar 31 : *Layout Kasar Desain Belakang Kaos*  
Sumber : Zaeni, 3013

3) *Layout Lengkap (Comprehensive Layout/ Execution/ Final Design)*



Gambar 32 : *Layout Lengkap Desain Kaos 1*  
Sumber : Zaeni, 3013



Gambar 33 : *Layout Lengkap Desain Kaos 2*  
Sumber : Zaeni, 3013



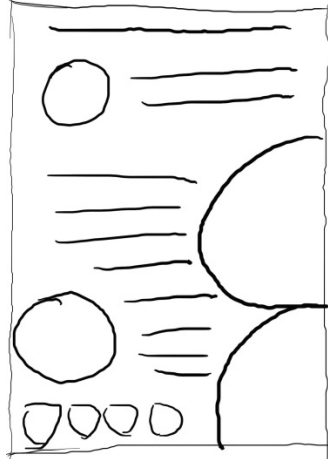
Gambar 34: *Layout* Lengkap Desain Kaos Hitam  
Sumber : Zaeni, 3013



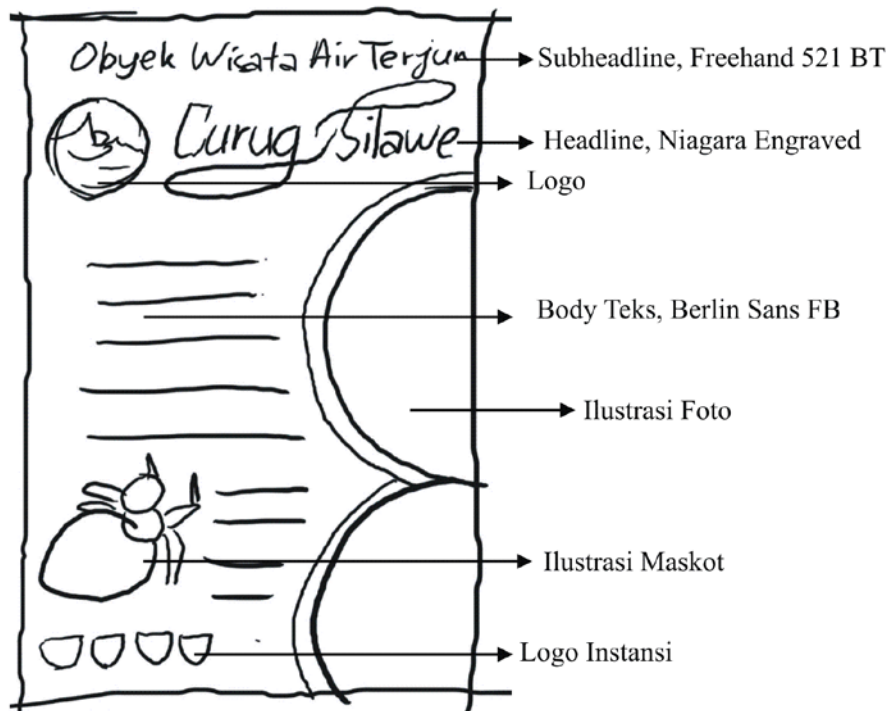
Gambar 35 : *Layout* Lengkap Desain Belakang Kaos  
Sumber : Zaeni, 3013

- a) Nama Media : Kaos
- b) Ukuran : M, XL
- c) Bahan : *Polyester*
- d) Visual :
  - 1) Ilustrasi : Desain Satu dengan warna kaos putih memvisualisasikan Maskot Curug Silawe dan Tipografi Curug Silawe. Bagian belakang terdapat tipografi Curug Silawe. Desain dua dengan kaos warna hitam memvisualisasikan logo Curug Silawe dan tulisan Curug Silawe. Bagian belakang sama yaitu tipografi Curug Silawe. desain berkesan *simple* dan *elegant*.
  - 2) Warna : Putih, Hitam, Hijau, Kuning
  - 3) Tipografi : *Niagara Engraved*

## b) Poster

1) *Layout Gagasan (Idea Layout/Brainstorming)*

Gambar 36 : *Layout Gagasan Desain Poster*  
Sumber : Zaeni, 3013

2) *Layout Kasar (Rough Layout/Tight Tissue)*

Gambar 37 : *Layout Kasar Desain Poster*  
Sumber : Zaeni, 3013

3) *Layout Lengkap (Comprehensive Layout/ Execution/ Final Design)*

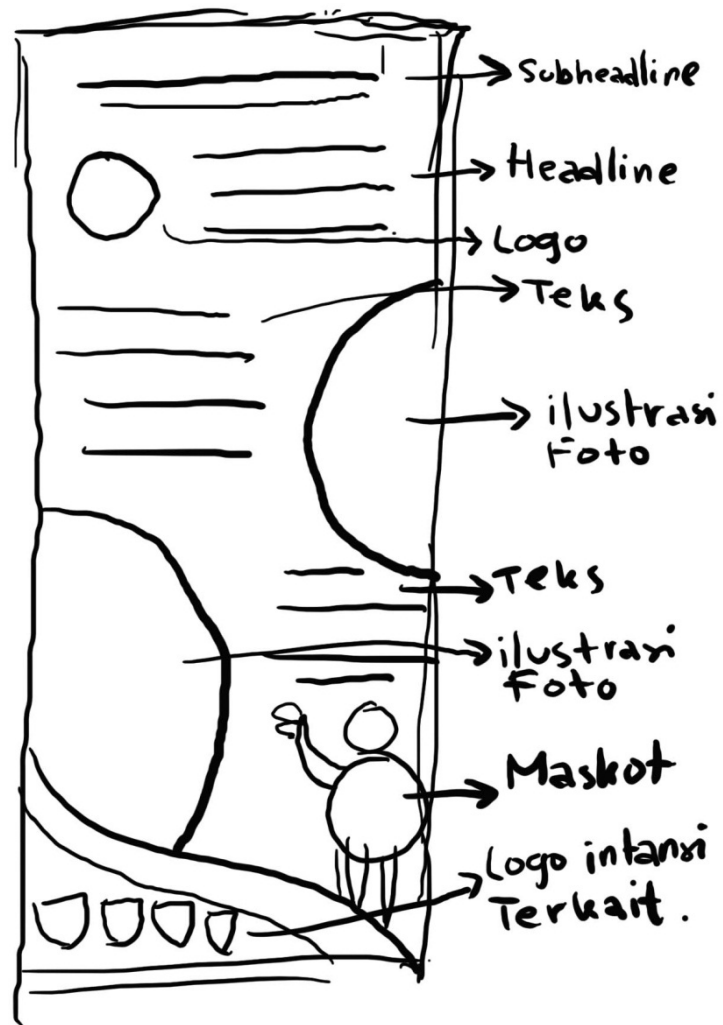


Gambar 38 : *Layout Lengkap Desain Poster*  
Sumber : Zaeni, 3013

- 1) Nama Media : Poster
- 2) Ukuran : A3
- 3) Format : Potrait
- 4) Bahan : Kertas *Ivory 230*
- 5) Verbal :
  - a. *Headline* : Curug Silawe
  - b. *Subheadline* : Objek Wisata Air Terjun
  - c. *Bodycopy* : Objek wisata Curug Silawe adalah objek wisata alam berupa air terjun. terletak di dusun Kopeng Kulon, Desa Sutopati, Kecamatan Kajoran, Kabupaten Magelasng. Terletak di lereng pegunungan sehingga kondisi lingkunganya masih alami dan terjaga.
  - d. *Closeworld* : Cocok untuk liburan anda beserta keluarga
- 6) Visual
  - a. Ilustrasi : menampilkan foto air terjun Curug Silawe dan Curug Sigong. Yang paling menonjol adalah Logo dan Maskot Obyek wisata Curug Silawe. disertakan logo intansi yang terkait.
  - b. Warna : *Full Color*
  - c. Tipografi : *Niagara Engraved, Freehand 521 BT, Berlin Sans FB*

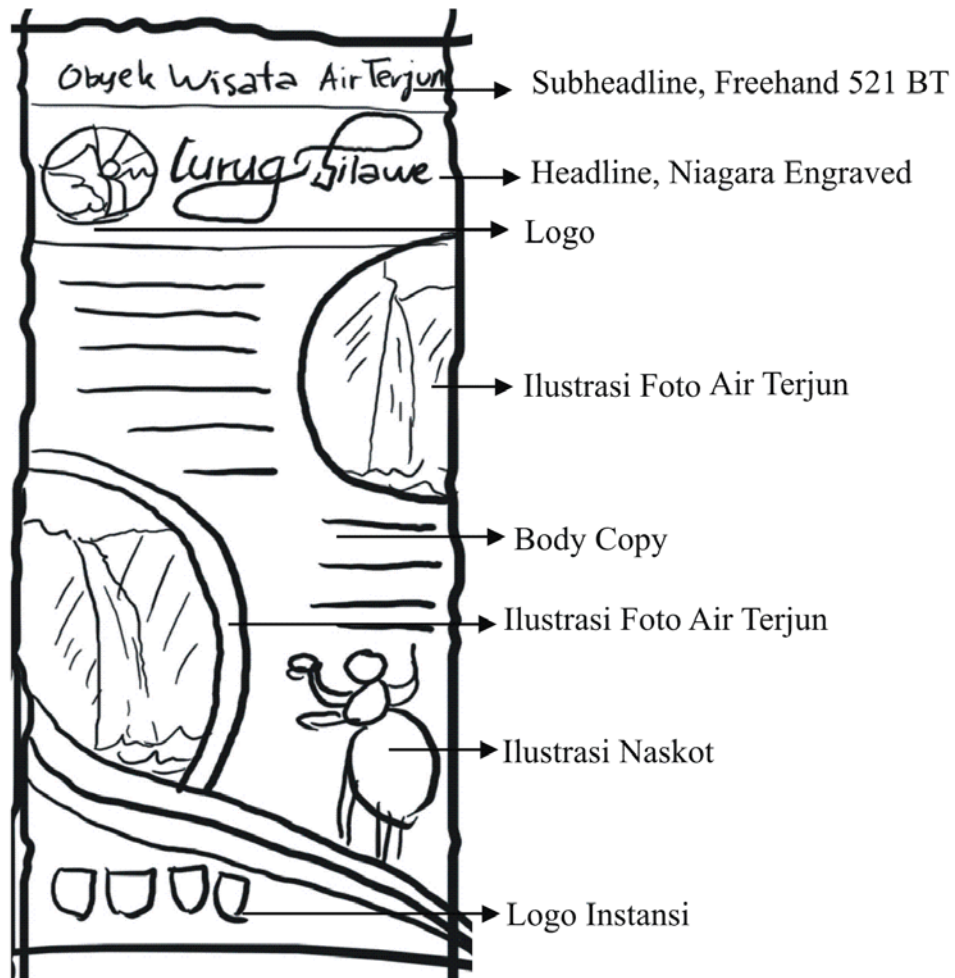
## c) Media X-Banner

## 1) Layout Gagasan (Idea Layout/Brainstorming)



Gambar 39 : Layout Gagasan Desain X-Banner  
Sumber : Zaeni, 3013

2) *Layout Kasar (Rough Layout/ Tight Tissue)*



Gambar 40 : *Layout Kasar Desain X-Banner*  
 Sumber : Zaeni, 3013

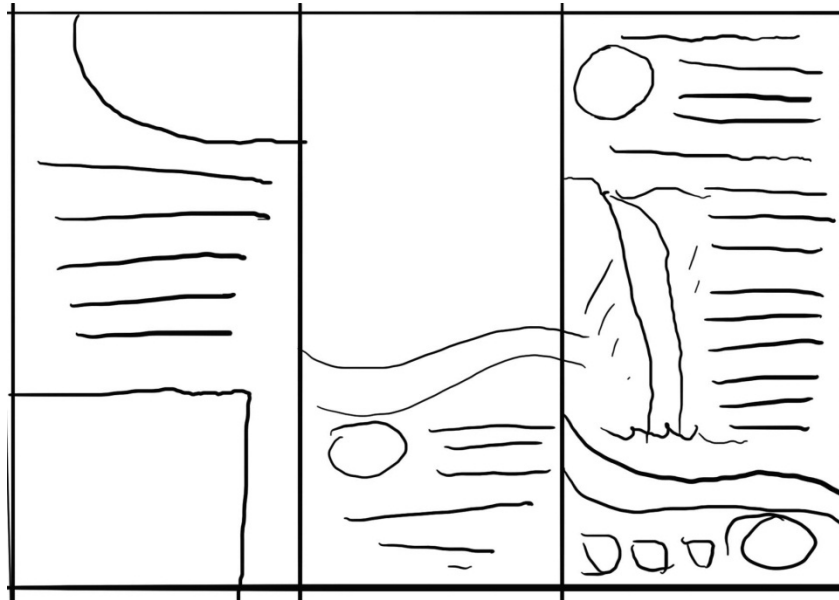
3) *Layout Lengkap (Comprehensive Layout/ Execution/ Final Design)*



Gambar 41 : *Layout Lengkap Desain X-Banner*  
Sumber : Zaeni, 3013

1. Nama Media : *X-Banner*
2. Ukuran : 60 X 160
3. Format : *Potrait*
4. Bahan : *Vinyl*
5. Verbal
  - a. *Headline* : Curug Silawe
  - b. *Subheadline* : Obyek Wisata Air Terjun
  - c. *Body teks* ; Curug Silawe adalah objek wisata air terjun dengan panorama lereng gunung sumbing yang indah. Kondisi lingkungannya masih alami dan terjaga.
  - d. *Closing World* : Beralamat di dusun Kopeng Kulon, desa Sutopati, kecamatan Kajoran, kabupaten Magelang, Jawa Tengah.
  - e. Visual : menampilkan foto air terjun Curug Silawe dan Curug Sigong. Yang paling menonjol adalah Logo dan Maskot Obyek wisata Curug Silawe. disertakan logo instansi yang terkait.
  - f. Tipografi : *Niagara Engraved, Berlin Sans FB, Freehand 521 BT*

## d) Media Brosur

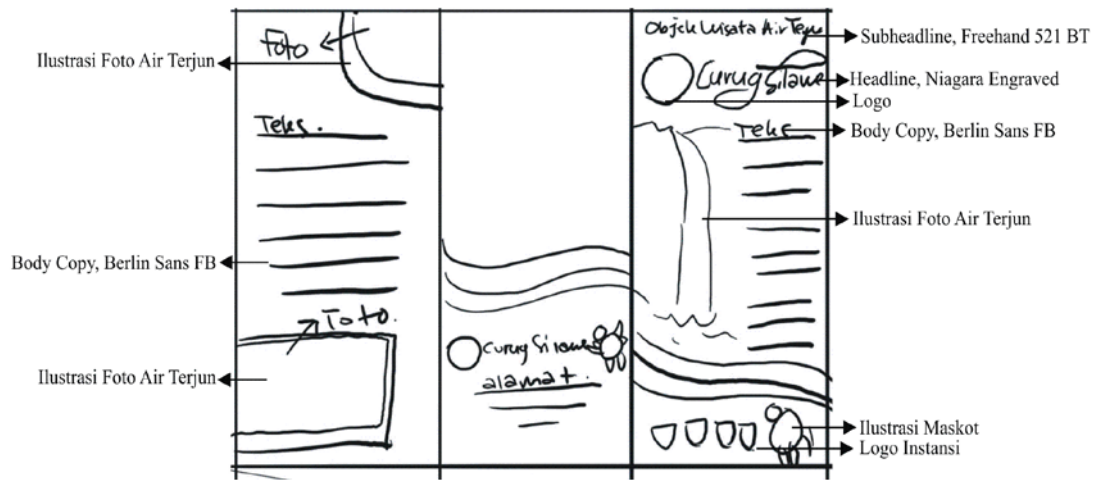
1) *Layout Gagasan (Idea Layout/Brainstorming)*

Gambar 42 : *Layout Gagasan Desain Brosur Depan*  
 Sumber : Zaeni, 2013

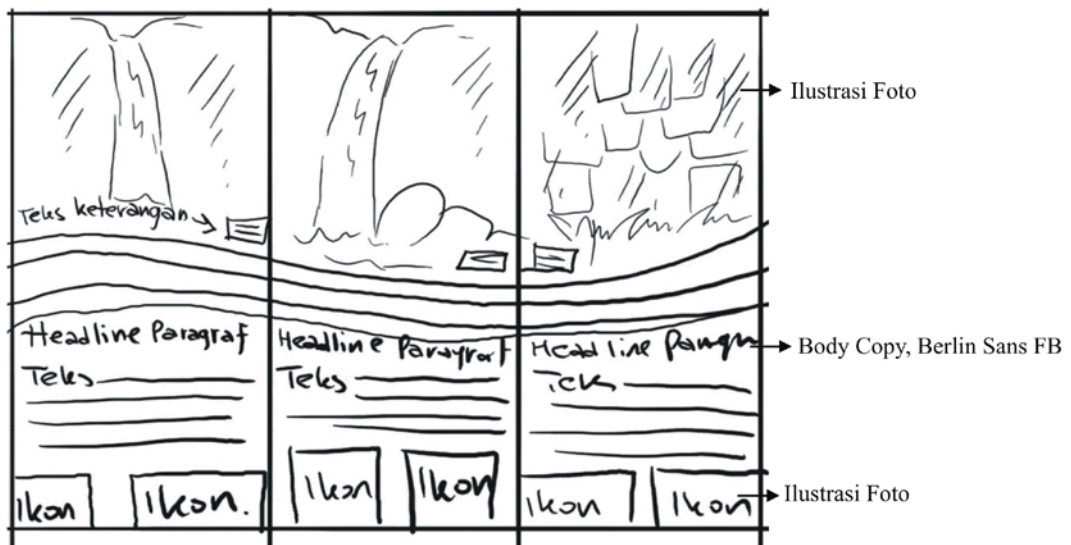


Gambar 43 : *Layout Gagasan Desain Brosur Isi*  
 Sumber : Zaeni, 2013

2) *Layout Kasar (Rough Layout/ Tight Tissue)*



Gambar 44 : *Layout Kasar Desain Brosur Depan*  
 Sumber : Zaeni, 2013



Gambar 45 : *Layout Kasar Desain Brosur Isi*  
 Sumber : Zaeni, 2013

### 3) *Layout Lengkap (Comprehensive Layout/ Execution/ Final Design)*

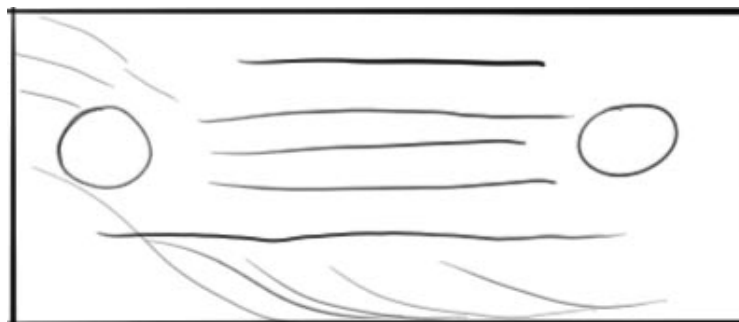


Gambar 46 : *Layout Lengkap Desain Brosur Depan*  
Sumber : Zaeni, 2013



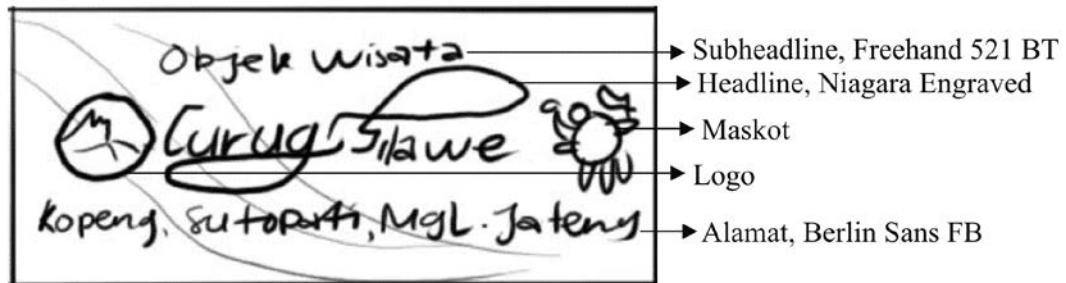
Gambar 47 : *Layout Lengkap Desain Brosur Isi*  
Sumber : Zaeni, 2013

1. Nama Media : Brosur
2. Ukuran : A4
3. Format : Landscape
4. Bahan : Ivory 120
5. Visual
  - a. Ilustrasi : Brosur terdiri dari tiga bagian, yang nantinya akan dilipat. Ketika dilipat nanti akan tampak bagian depan (sampul) dan belakang. Brosur ini dicetak bolak-balik sehingga sisi lainnya adalah isi. Terdapat ilustrasi foto air terjun Curug Silawe, air terjun Curug Sigong dan foto-foto pemandangan di sekitar objek Curug Silawe. dari semua ilustrasi foto terdapat teks yang menjelaskan maksudnya.
  - b. Warna : *Full Color*
  - c. Tipografi : *Niagara Engraved, Berlin Sans FB, Freehand 521 BT*
- e) Stiker
  - 1) *Layout Gagasan (Idea Layout/Brainstorming)*



Gambar 48 : *Layout Gagasan Desain Stiker*  
Sumber : Zaeni, 2013

2) *Layout Kasar (Rough Layout/ Tight Tissue)*



Gambar 49 : *Layout Kasar Desain Stiker*  
Sumber : Zaeni, 2013

3) *Layout Lengkap (Comprehensive Layout/ Execution/ Final Design)*



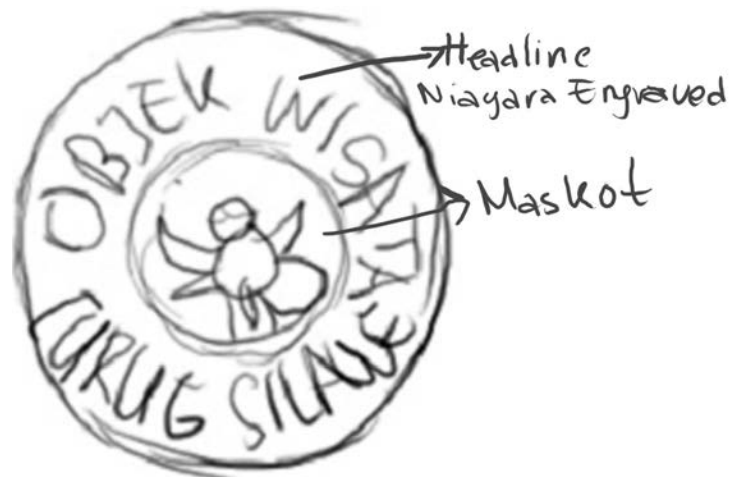
Gambar 50 : *Layout Lengkap Desain Stiker*  
Sumber : Zaeni, 2013

1. Nama media : Stiker
2. Ukuran : 6 X 14 cm
3. Format : Landcape
4. Bahan : Stiker Plastik
5. Verbal
  - a. Headline : Curug Silawe
  - b. Subheadline : Objek Wisata Air Terjun
  - c. Teks : -
  - d. Closing word : Kopeng Kulon, Sutopati, Kajoran, Magelang, Jawa Tengah
6. Visual
  - a. Ilustrasi : Logo Curug Silawe, maskot Curug Silawe,
  - b. Warna : Warna background menggunakan gradasi warna hijau, kuning, dan putih.
  - c. Tipografi : *Niagara Engraved, Berlin Sans FB, Freehand 521 BT*

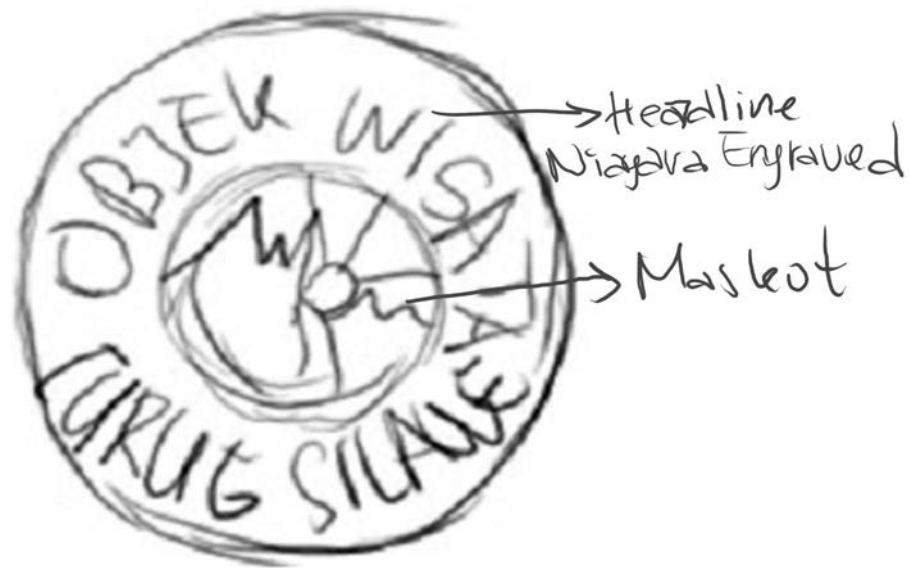
## f) Pin

1) *Layout Gagasan (Idea Layout/Brainstorming)*

Gambar 51 : *Layout Gagasan Desain pin*  
Sumber : Zaeni, 2013

2) *Layout Kasar (Rough Layout/Tight Tissue)*

Gambar 52 : *Layout Kasar Desain Pin 1*  
Sumber : Zaeni, 2013



Gambar 53 : *Layout kasar Desain Pin 2*  
Sumber : Zaeni, 2013

3) *Layout Lengkap (Comprehensive Layout/ Execution/ Final Design)*



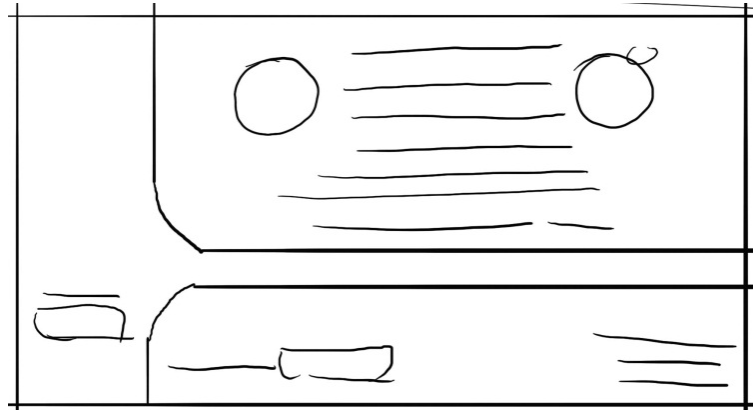
Gambar 54 : *Layout Lengkap Desain Pin 1*  
Sumber : Zaeni, 2013



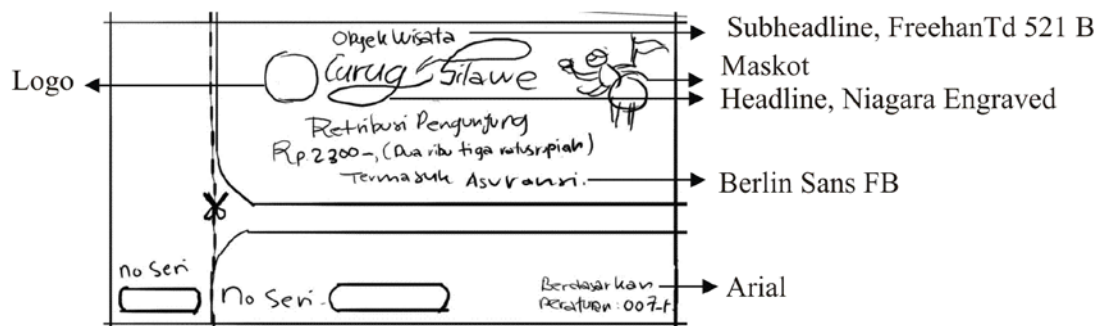
Gambar 55 : *Layout* Lengkap Desain Pin 2  
Sumber : Zaeni, 2013

1. Nama media : Pin
2. Ukuran : diameter 5 cm
3. Format : bulat
4. Bahan : Pin
5. Visual
  - a. Ilustrasi : Desain satu terdiri dari ilustrasi maskot dan tulisan Cobjek Wisata Curug Silawe, Desain dua terdiri dai ilustrasi logo dan tulisan Cobjek Wisata Curug Silawe
  - b. Warna : Coklat, hijau, kuning
  - c. Tipografi : *Niagara Engraved*

## g) Desain Karcis

1) *Layout Gagasan (Idea Layout/Brainstorming)*

Gambar 56 : *Layout Gagasan Desain Karcis*  
Sumber : Zaeni, 2013

2) *Layout Kasar (Rough Layout/Tight Tissue)*

Gambar 57 : *Layout Kasar Desain Karcis*  
Sumber : Zaeni, 2013

3) *Layout Lengkap (Comprehensive Layout/ Execution/ Final Design)*



Gambar 58 : *Layout Lengkap Desain Karcis*  
Sumber : Zaeni, 2013

1. Nama media : Karcis
2. Ukuran : 6 x 14 cm
3. Format : Landcape
4. Bahan : Kertas
5. Visual
  - a. Ilustrasi : Terdapat logo dan maskot Curug silawe lengkap dengan alamatnya.
  - b. Warna : warna backgruond hijau, kuning muda,
  - c. Tipografi : Arial, Niagara Engraved

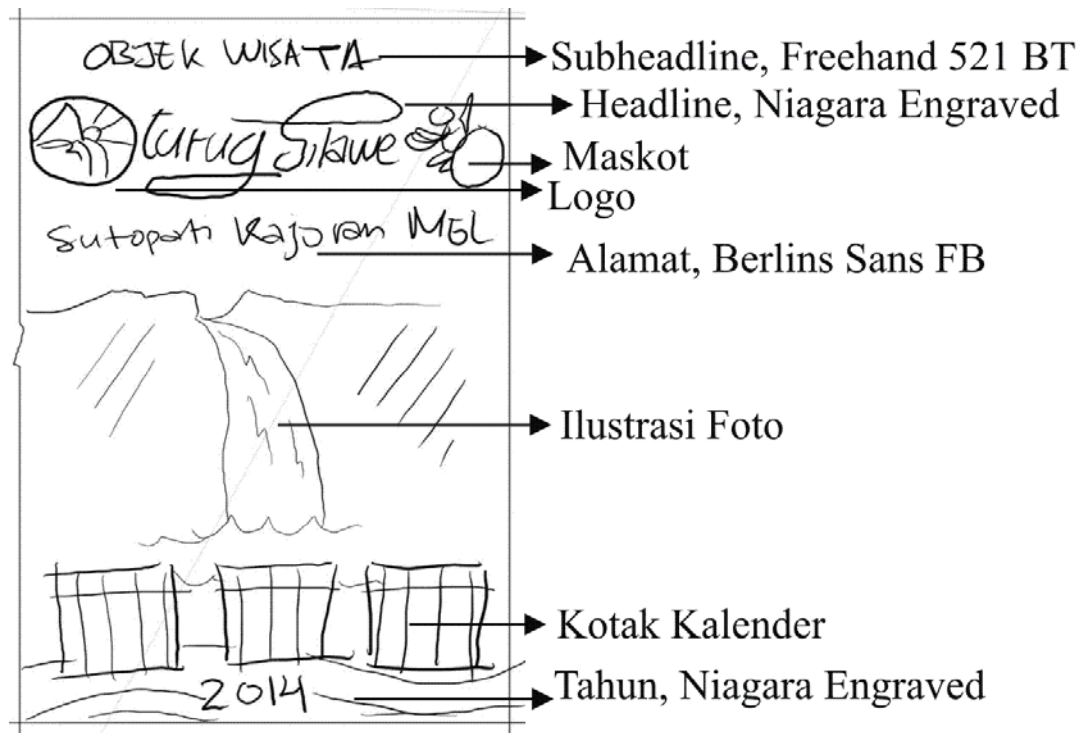
## h) Kalender

### 1) Layout Gagasan (Idea Layout/Brainstorming)



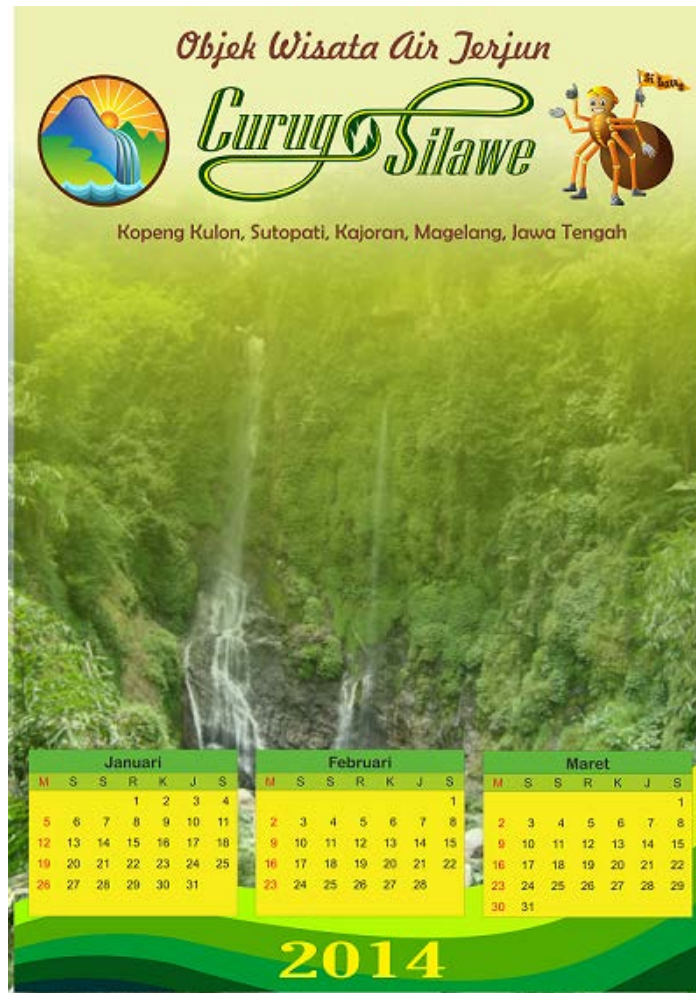
Gambar 59 : *Layout Gagasan Desain Kalender*  
Sumber : Zaeni, 2013

2) *Layout Kasar (Rough Layout/ Tight Tissue)*

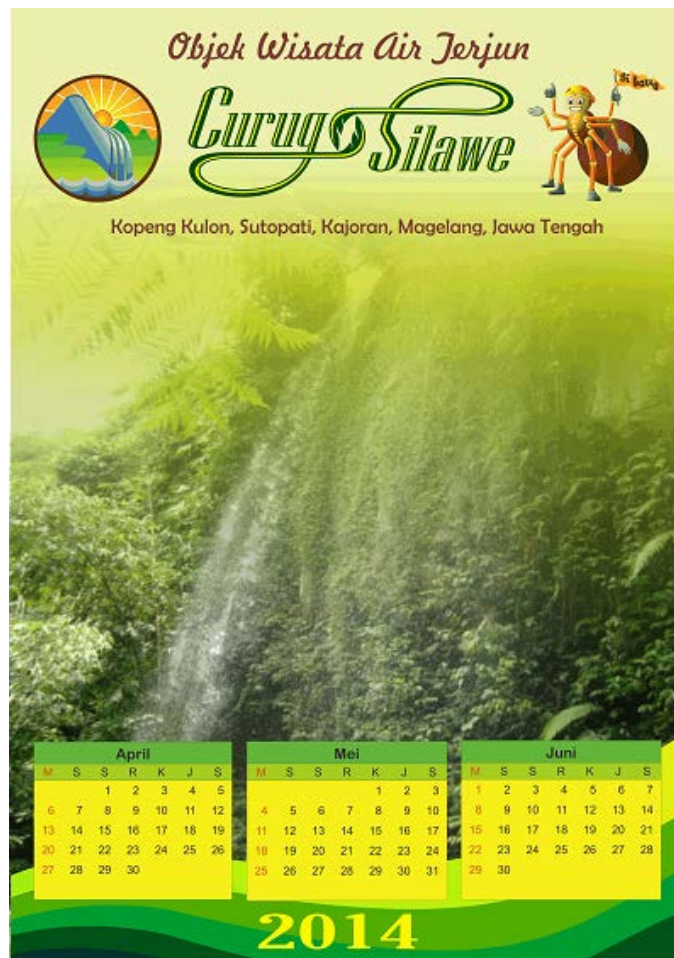


Gambar 60 : *Layout Kasar* Desain Kalender  
Sumber : Zaeni, 2013

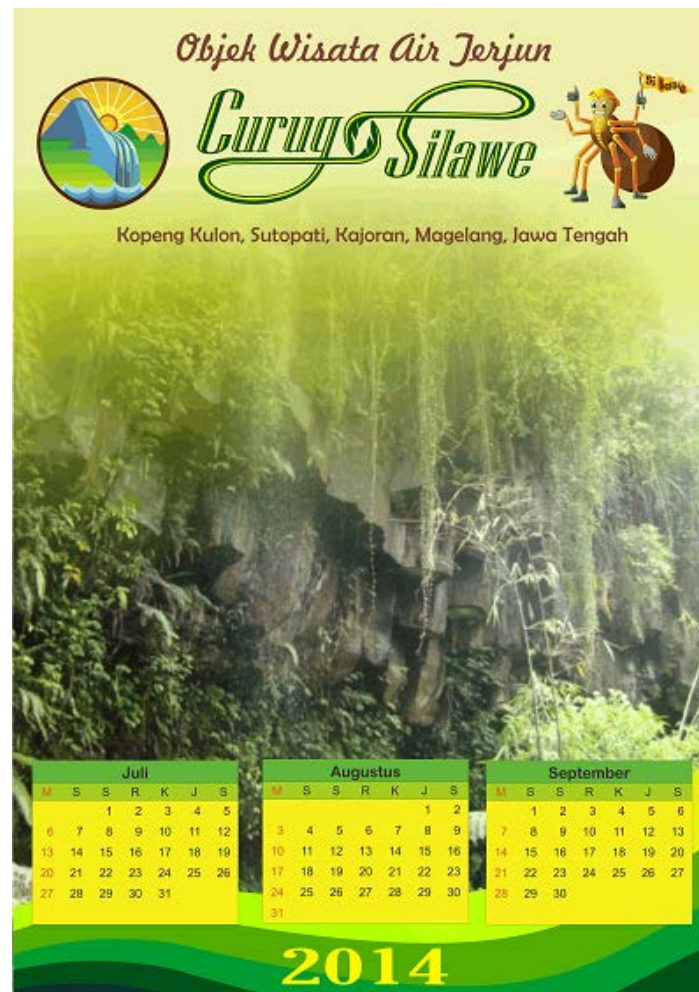
3) *Layout Lengkap (Comprehensive Layout/ Execution/ Final Design)*



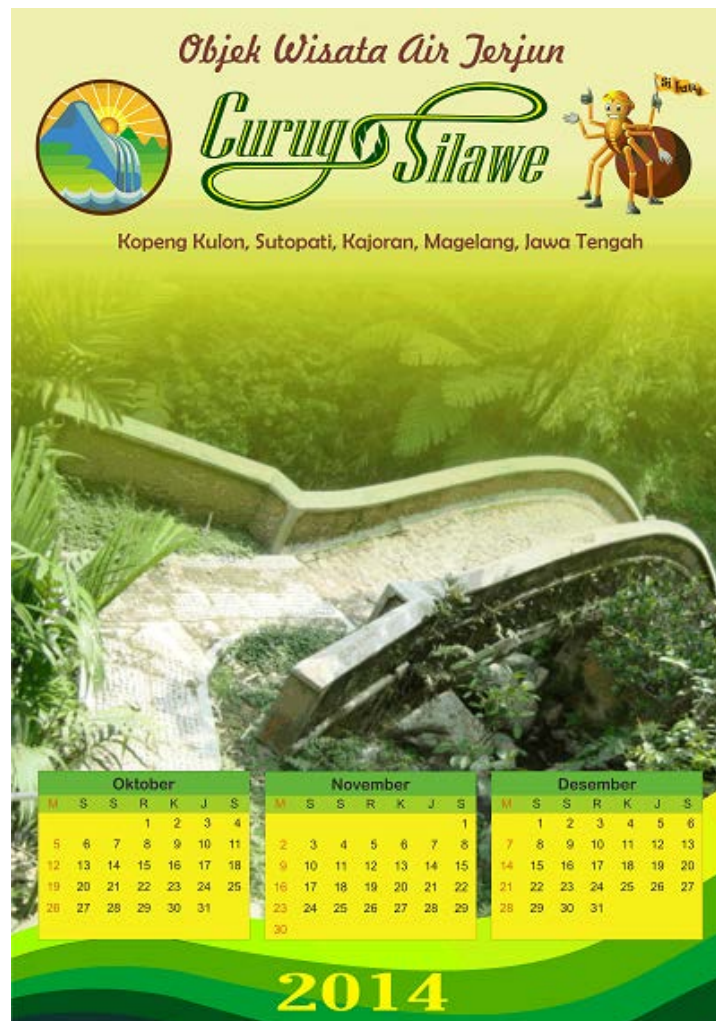
Gambar 61 : *Layout Lengkap Desain Kalender*  
 Sumber : Zaeni, 2013



Gambar 62 : *Layout* Lengkap Desain Kalender  
Sumber : Zaeni, 2013



Gambar 63 : *Layout* Lengkap Desain Kalender  
Sumber : Zaeni, 2013



Gambar 64 : *Layout* Lengkap Desain Kalender  
Sumber : Zaeni, 2013

1. Nama Media : Kalender
2. Ukuran : A3
3. Format : Potrait
4. Bahan : Kertas Ivory 320
5. Visual

- a. Ilustrasi : Kalender dengan ilustrasi foto meliputi foto air terjun Curug Silawe, ilustrasi foto air terjun Curug Sigong, ilustrasi logo dan ilustrasi maskot.
- b. Warna : Warna background Hijau, kuning
- c. Tipografi : Niagara Engraved, Berlin Sans FB, Freehand 521 BT, Arial Narrow

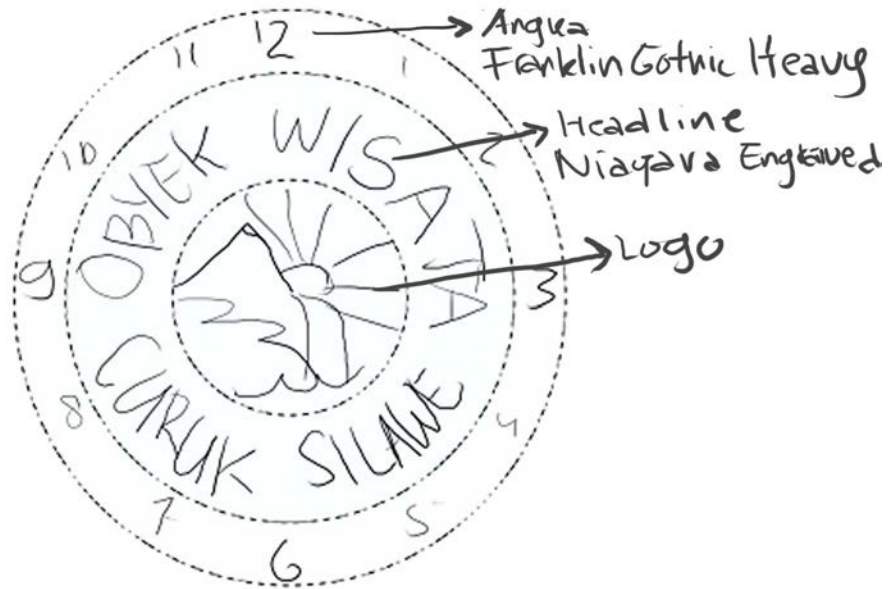
i) Jam Dinding

1) *Layout Gagasan (Idea Layout/Brainstorming)*

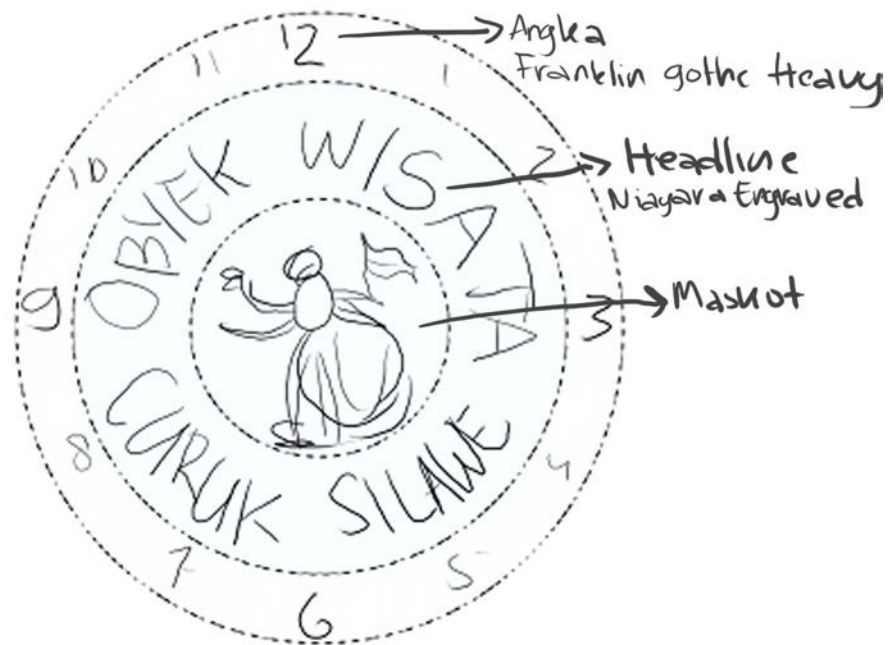


Gambar 65 : *Layout Gagasan Desain Jam Dinding*  
Sumber : Zaeni, 2013

2) *Layout Kasar (Rough Layout/ Tight Tissue)*



Gambar 66 : *Layout Kasar Desain Jam Dinding*  
Sumber : Zaeni, 2013



Gambar 67 : *Layout Kasar Desain Jam Dinding*  
Sumber : Zaeni, 2013

3) *Layout Lengkap (Comprehensive Layout/ Execution/ Final Design)*



Gambar 68 : *Layout Lengkap Desain Jam Dinding*  
Sumber : Zaeni, 2013



Gambar 69 : *Layout Lengkap Desain Jam Dinding*  
Sumber : Zaeni, 2013

1. Nama media : Jam dinding
2. Ukuran : Diameter 22 cm
3. Format : lingkaran
4. Bahan : *ivory* 120
5. Visual
  - a. Ilustrasi : Menggunakan logo dan maskot Curug Silawe. Tulisan ditata melingkar “Objek Wisata Curug Silawe”.
  - b. Warna : Warna *background* coklat tua, coklat muda
  - c. Tipografi : Niagara Engraved

j) Mug

1) *Layout* gagasan



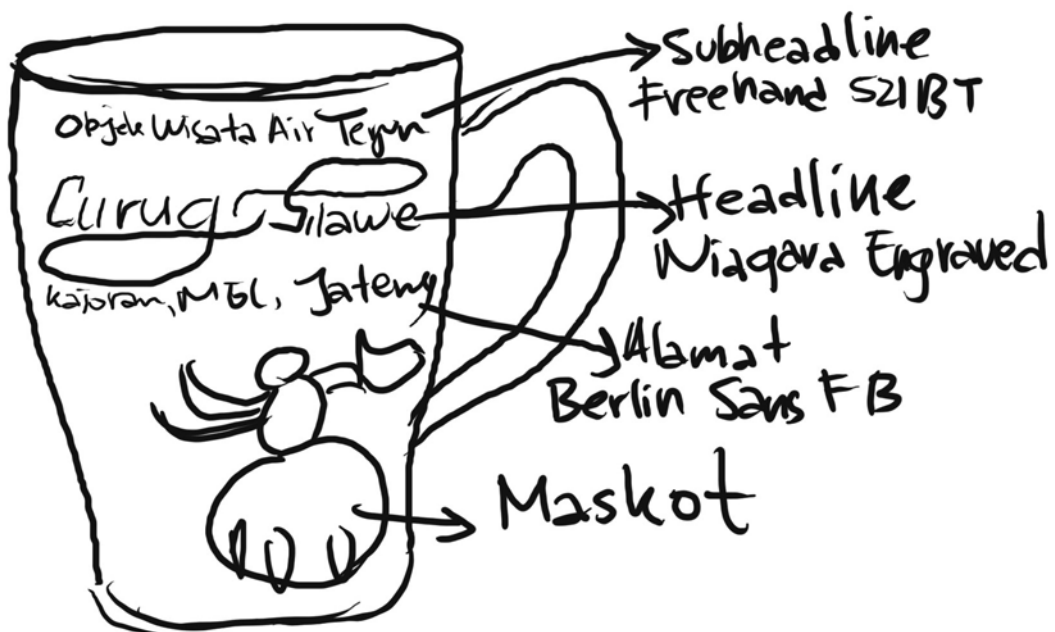
Gambar 70 : *Layout* Gagasan Desain Mug 1  
Sumber : Zaeni, 2013



Gambar 71 : *Layout* Gagasan Desain Mug 2  
Sumber : zaeni, 2013

2) *Layout Kasar*

Gambar 72: *Layout Kasar Desain Mug 1*  
 Sumber : Zaeni, 2013



Gambar 73: *Layout Kasar Desain Mug 2*  
 Sumber : zaeni, 2013

3) *Layout Lengkap*

Gambar 74: *Layout Lengkap Desain Mug 1*  
Sumber : Zaeni, 2013



Gambar 75: *Layout Lengkap Desain Mug 2*  
Sumber : Zaeni, 2013

## **BAB IV PENUTUP**

### **A. Kesimpulan**

Perancangan media promosi Objek Wisata Curug Silawe diharapkan dapat memperkuat *corporate identity* Objek Wisata Curug Silawe yang menarik, berbudaya, dan komunikatif. Diharapkan pula dengan perancangan media promosi, Objek Wisata Curug Silawe lebih dikenal masyarakat luas. Pengunjung yang datang semakin meningkat yang tentunya akan menambah pendapatan asli daerah. Dengan meningkatnya penghasilan maka Objek Wisata Curug Silawe dapat meningkatkan Sarana dan Prasarana yang masih minim, dan Objek Wisata Curug Silawe itu sendiri semakin mandiri tanpa bergantung bantuan dana dari pemerintah.

Data-data yang valid diperlukan dalam proses perancangan dan pengembangan ide. Berdasarkan hasil analisa dari proses pengumpulan dan proses pengolahan data dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

- 1) Konsep perancangan logo dan maskot dengan pengembangan promosi yang menarik mampu menguatkan *corporate identity* Objek Wisata Curug Silawe.
- 2) Jenis media utama dan media pendukung, yang dipilih berdasarkan pertimbangan jangkauan maupun frekuensi, media utama dianggap memiliki peluang yang lebih di antara media lainnya dalam hal pengenalan sebuah identitas di mata masyarakat.

- 3) Efektifitas perancangan Objek Wisata Curug Silawe dapat memberikan informasi yang lebih lengkap mengenai objek wisata tersebut yang dibutuhkan masyarakat.
- 4) Media utama berupa *billboard* dan kaos, sedangkan media pendukung berupa poster, brosur, *x-banner*, stiker, karcis, kalender, *pin*, dan *mug*.

## **B. Saran**

- 1) Bagi mahasiswa seni rupa hendaknya Tugas Akhir Karya Seni ini dijadikan sarana untuk belajar merancang konsep kemudian dikembangkan dan divisualisasikan dengan media-media yang sesuai dengan sasaran.
- 2) Bagi para desainer grafis dapat lebih memperhatikan prinsip dan elemen-elemen dalam desain yang tidak hanya semata-mata terlihat secara visual, tetapi dapat dipertanggungjawabkan secara materi desain dan penyusunannya.
- 3) Bagi badan usaha maupun organisasi diharapkan mampu memahami pentingnya identitas yang kuat dari sebuah perusahaan/organisasi yang dapat pula menguatkan identitas dari kota yang ada.
- 4) Bagi pemerintah daerah setempat hendaknya lebih peduli dalam pengembangan Objek Wisata di daerahnya.

## DAFTAR PUSTAKA

### Referensi Buku

- Darmaprawira, Sulasmi. 2002. *Warna, Teori dan Kreativitas Penggunaanya*. Bandung: ITB
- Fredy, Rangkuti. 1997. *Analisis SWOT-Tekhnik Membedah Kasus Bisnis*, Jakarta: Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama.
- Hendraman, hendi. 2008. *Tips n Trix Computer Graphics Desaign!*. Bandung: Informatika Bandung
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi 12 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kusrianto, Adi. 2004. *Tipografi Komputer untuk Desainer Grafis*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Kusrianto, Adi. 2007. *Pengantar Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Marlina, Leni. 2009. *30 Kreasi Logo Top Dunia dengan CorelDRAW X4*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Pujiriyanto. 2005. *Desain Grafis Komputer*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Sachari, Agus. 1986. *Paradigma Desain Indonesia*. Jakarta: CV. Rajawali.
- Sanyoto, Sadjiman Ebd. 2006. *Metode Perancangan Komunikasi Visual Periklanan*. Yogyakarta: Dimensi Pres.
- Sanyoto, Sadjiman Ebd. 2006. *Nirmana, Dasar-Dasar Seni dan Desain*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Susanto. 2012. *Diksi Rupa Kumpulan Istilah dan Gerakan Seni Rupa (Edisi Revisi)*. Yogyakarta: DictiArt Lab & Djagad Art House.
- Suyanto, M. 2004. *Aplikasi Desain Grafis Untuk Periklanan*. Yogyakarta: Penerbit Andi
- Sugihartono, dkk. 2010. *Animasi Kartun Dari Analog Sampai Digital*. Jakarta: PT. Indeks.
- Sihombing, Danton. 2001. *Tipografi Dalam Desain Grafis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Tinarbuko, Sumbo. 2009. *Semiotika Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Jalasutra.

### Referensi Internet

Ahmad Muhdlofir. Pengertian Iklan

<http://biroiklan.blogspot.pengertianiklan.pdf.com/>. Diakses pada tanggal 14 Mei 2013

Daniar Wikan. Pengertian Maskot.

<http://daniarwikan.blogspot.com/>. Diakses pada tanggal 14 Mei 2013.

Dr.Ir Eko Nugroho, M. Si. Pengertian Warna.

<http://elib.unikom.ac.id/files/disk1/448/jbptunikompp-gdl-didinbasir-22387-3-babii.pdf>. Diakses pada tanggal 26 Juli 2013.

Devian Art. Gambar Maskot Piala *Europe*.

[www.devianart.maskotfootball.europe.com](http://www.devianart.maskotfootball.europe.com). Diakses pada tanggal 3 Agustus 2013.

Topan Widodo. Macam-macam Desain Logo.

[www.ahlidesain.com](http://www.ahlidesain.com). Diakses pada tanggal 3 Agustus 2013

# **LAMPIRAN**

## Data Hasil Wawancara

Sumber : Suroso (Ketua Pengelola Obyek Wisata Curug Silawe)

No	Pertanyaan	Jawaban
1.	Kapan berdirinya Objek Wisata Curug Silawe?	Untuk tahun kapan berdirinya Objek Wisata Curug Silawe saya tidak mengetahuinya secara pasti, tetapi Curug Silawe mulai dikenal sebagai objek wisata oleh penduduk sekitar mulai tahun 1985. Saat itu saudara Manon Bowo, pemuda dari desa Sutopati mengajak teman-teman kuliahnya mendaki bukit di Dusun Kopeng Kulon, di sana mereka menemukan air terjun yang indah dan sangat berpotensi sebagai tempat wisata, mulai saat itulah air terjun Curug Silawe mulai dikenal oleh penduduk sekitar. Objek Wisata Curug Silawe mulai dikelola oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Magelang, pada tanggal 7 Maret 2007.
2.	Mengapa objek wisata air terjun ini dinamakan Curug Silawe?	Sebenarnya ada dua mata air terjun di dalam kompleks Objek Wisata Curug Silawe, yaitu air terjun Curug Silawe dan Curug Sigong, kedua air terjun tersebut letaknya berdekatan. Arti dari Curug Silawe yaitu "Curug" berasal dari bahasa Sunda yang artinya air terjun, Silawe berasal dari kata "Si" dan "Lawe", "si" adalah sebutan untuk bocah di daerah Jawa Tengah, sedangkan "Lawe" artinya laba-laba, karena saat mulai ditemukan dahulu banyak terdapat sarang laba-laba disekitar Curug Silawe. Curug Sigong berasal dari kata "Si" dan "Gong", "Si" sudah saya jelaskan tadi, kata "Gong" artinya adalah alat gamelan tradisional dari Jawa, dinamakan Curug Sigong karena warga sekitar sering mendengar bunyi gong pada malam hari.
3.	Selama ini media promosi apa saja yang digunakan untuk	Belum ada sama sekali, untuk mempromosikan masih menggunakan

	mempromosikan Objek Wisata Curug Silawe?	cara <i>getok tular</i> (yaitu istilah orang jawa yang artinya memberi informasi dari mulut kemulut).
4.	Apakah Objek Wisata Curug Silawe mempunyai logo, maskot dan tipografi?	Belum ada sama sekali mas. Ya Cuma ada tulisan Curug Silawe, itu saja tulisanya (maksudnya <i>font</i> ) masih berubah-ubah.
5.	Jika dibuat perancangan promosi untuk Objek Wisata Curug Silawe siapakah target audiennya?	Untuk target audiennya kalau bisa semua orang mas, maksudnya segala umur, jika perlu wisatawan dari luar negeri datang kesini.
6.	Jika saya buat desain logo, maskot dan tipografi Curug Silawe bagaimana standar visualisai yang bapak inginkan?	Kalau itu terserah masnya aja, ya saya kasih “ancer-ancer” (patokan) yaitu dari arti nama “Silawe” dan kalau bisa logonya menggambarkan keadaan Curug Silawe.
7.	Jika desain logo, maskot dan tipografi Curug Silawe selesai dibuat, rencananya media promosi utama berupa <i>billboard</i> , dan media pendukung berupa poster, brosur, <i>x-banner</i> , stiker, kalender dan jam dinding, apakah bapak setuju?	Oh setuju sekali mas, oya kalau bisa yang cinderamata bisa ditambahkan misalnya kaos dan mug, soalnya nanti kan bisa dijual disini (di kompleks Objek Wisata Curug Silawe). Untuk kaos kalau bisa segera dibuat mas, soalnya banyak pengunjung yang tanya oleh-oleh berupa kaos.
8.	Untuk merealisasikan Media Promosi secara nyata memerlukan dana, apakah ada bantuan misalnya dari Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Magelang?	Biasanya ada mas, tetapi untuk menguskanya biasanya sulit mas, tetapi untuk kaos kami Insya Allah akan mendanai. Kalau <i>billboard</i> atau yang besar-besar coba bekerja sama dengan PEMKAB (Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Magelang), harusnya bisa mas karena disini sistemnya juga bagi hasil untuk masalah pendapatan.
9.	Berapa tarif masuk Objek Wisata Curug Silawe?	Tarif masuknya Rp 2.300,- untuk hari libur dan hari biasa tarifnya sama.
10.	Berapa kira-kira jumlah pengunjung yang datang?	Ya tidak pasti mas, untuk hari biasa ya rata-rata 20 orang, untuk hari libur ya 60 orang, untuk libur nasional bisa sampai ratusan. Yang paling banyak saat liburan idul fitri pengunjungnya bisa membludak karena disini selalu diadakan konser dangdut.
11.	Berapa jumlah karyawan yang mengelola Objek Wisata Curug Silawe?	Untuk hari biasa biasanya tiga orang yang jaga, karena Objek Wisata Curug Silawe masih dikelola secara sederhana

		oleh warga Dusun Kopeng Kulon, kadang penjaganya berganti-ganti tergantung siapa yang ada waktu luang, tetapi yang tetap ada delapan orang. Jika saat ramai diadakan tambahan dari pemuda Karang Taruna Dusun Kopeng Kulon, Desa Sutopati.
12	Menurut bapak sarana dan prasarana Objek Wisata Curug Silawe sudah memadai?	Belum mas, masih sangat kurang, masnya sendiri kan tau disini hanya ada satu loket masuk, dua kamar mandi dan satu gazebo yang tidak terawat, ya kalau bisa dengan promosi ini pendapatan Objek Wisata Curug Silawe dapat meningkat sehingga dapat membangun secara mandiri sarana dan prasarana.
13	Apa harapan kedepan dari Perancangan Media Promosi Objek Wisata Curug Silawe setelah terrealisasi?	Ya saya harap dengan Perancangan Promosi ini, Objek Wisata Curug Silawe semakin ramai dikunjungi wisatawan, banyak masyarakat luas yang tahu bahkan wisatawan mancanegara, pengelolaan Objek Wisata Curug Silawe semakin profesional, pendapatan Objek Wisata Curug Silawe semakin meningkat, sarana dan prasarana semakin meningkat dan bisa membuka lapangan kerja bagi penduduk sekitar.



Foto Air Terjun Curug Silawe



Foto Air Terjun Curug Sigong



Dokumentasi Pengelola Objek Wisata Curug Silawe  
Memakai Kaos yang Siap Dijual



Dokumentasi Bersama Pengelola Objek Wisata Curug Silawe



Dokumentasi Pembukaan Pameran