

PERANCANGAN IKON DAN MEDIA PROMOSI WISATA PANTAI

TELENG RIA

PACITAN – JAWA TIMUR

Tugas Akhir Karya Seni (TAKS)

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



Disusun Oleh

Bowo Subastiyon

NIM 09206244022

PROGRAM STUDI PENDIDIKAN SENI RUPA

JURUSAN PENDIDIKAN SENI RUPA

FAKULTAS BAHASA DAN SENI

UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA

2017

PERSETUJUAN

Tugas Akhir Karya Seni yang berjudul “Perancangan Ikon dan Media Promosi Wisata Pantai Teleng Ria Pacitan Jawa Timur” ini telah disetujui oleh pembimbing untuk diujikan.



Yogyakarta, 23 Januari 2017

Pembimbing




A handwritten signature in black ink, appearing to read "R. Kuncoro W. Dewojati", is written over a horizontal line.

Drs. R. Kuncoro W. Dewojati, M.Sn.
NIP. 19660320 199412 1 001

PENGESAHAN

Tugas Akhir Karya Seni (TAKS) yang berjudul “Perancangan Ikon dan Media Promosi Wisata Pantai Teleng Ria Pacitan Jawa Timur” ini telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 17 Januari 2017

DEWAN PENGUJI

Nama	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
Drs. R. Kuncoro W D, M.Sn.	Ketua Penguji		24 Januari 2017
Dwi Retno S A, S.Sn, M.Sn.	Sekretaris		24 Januari 2017
Eni Puji Astuti, S.Sn, M.Sn.	Penguji Utama		24 Januari 2017

Yogyakarta, 24 Januari 2017
Fakultas Bahasa dan Seni
Universitas Negeri Yogyakarta



Dr. Widyastuti Purbani, MA.
NIP. 196105241990012001

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya

Nama : **Bowo Subastiyan**
NIM : 09206244022
Program Studi : Pendidikan Seni Rupa
Fakultas : Bahasa dan Seni Universitas Negeri Yogyakarta

Menyatakan bahwa Tugas Akhir Karya Seni (TAKS) ini adalah hasil pekerjaan saya sendiri. Sepanjang pengetahuan saya, Tugas Akhir Karya Seni ini tidak berisi 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 ternyata terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya.

Yogyakarta, 23 Januari 2017

Penulis,



Bowo Subastiyan

NIM. 09206244022

MOTTO

Kegagalan dan kesalahan mengajari kita untuk mengambil pelajaran dan menjadi lebih baik

PERSEMBAHAN

Tugas Akhir Karya Seni ini aku persembahkan kepada :
Tuhan Yang Maha Esa dan kedua orang tua saya, yang selalu mendukung dan
member motivasi.

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 “ Perancangan Ikon Wisata Pantai Teleng Ria Pacitan – Jawa Timur “ dengan lancar untuk memenuhi sebagian persyaratan guna memperoleh gelar sarjana.

Penulisan Tugas Akhir Karya Seni ini dapat terselesaikan karena bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu, saya menyampaikan terima kasih secara tulus kepada Rektor UNY, Bapak Prof. Dr. H. Rochmat Wahab, M.Pd.,M.A, Dekan FBS UNY, Dr. Widyastuti Purbani, M.A dan Ketua Jurusan Pendidikan Seni Rupa, Dwi Retno Sri Ambarwati, M.Sn, yang telah memberikan kesempatan dan berbagai kemudahan kepada saya. Kepada pembimbing TAKS, Drs. R. Kuncoro Dewojati M.Sn, dengan penuh kesabaran dalam memberikan bimbingan, arahan, dan dorongannya disela-sela kesibukannya.

Terima kasih juga saya ucapkan kepada kedua orang tuaku yang telah memberikan dukungan secara spiritual, moral, material, hingga saya dapat menyelesaikan studi dan Tugas Akhir Karya Seni ini dengan baik. Tidak lupa ucapan terima kasih saya sampaikan pengelola obyek wisata pantai Teleng Ria, yang telah bersedia memberikan kesempatan dan bantuan kepada penulis selama pengambilan data penelitian, dan teman-teman semua angkatan pendidikan seni rupa Universitas Negeri Yogyakarta yang tidak dapat saya sebut satu persatu.

Semoga segala bantuan dan amal baik yang telah diberikan mendapat pahala dari Allah SWT, serta dapat bermanfaat bagi pribadi khususnya dan pengembangan Jurusan Pendidikan Seni Rupa di UNY.

Yogyakarta, 2 Januari 2017

Penulis,



Bowo Subastiyan

DAFTAR ISI

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 LAMPIRAN.....	xv
ABSTRAK.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	3
C. Batasan Masalah.....	3
D. Rumusan Masalah.....	3
E. Tujuan.....	4
F. Manfaat.....	4
BAB II KAJIAN TEORI DAN METODE PERANCANGAN.....	6
A. Perancangan.....	6
B. Tinjauan Tentang Media Promosi.....	6
1. Definisi Media Promosi.....	6
2. Prioritas Media.....	7
3. Macam Media.....	7
C. Desain Grafis.....	8
D. Desain Komunikasi Visual.....	11
E. Ikon.....	21

F. Ikan Tuna.....	22
G. Mercusuar.....	22
H. Ombak.....	23
I. Matahari.....	24
J. Wisata dan Pariwisata.....	24
K. Pantai.....	26
BAB III VISUALISASI DAN PEMBAHASAN KARYA.....	28
A. Konsep.....	28
1. Konsep Perancangan.....	28
2. Bentuk Data.....	29
B. Teknik Pengumpulan Data.....	34
C. Alat atau Instrumen.....	35
D. Teknik Analisis Data.....	35
E. Program Dan Estimasi Biaya.....	38
F. Skema Perancangan.....	41
G. Visualisasi Karya.....	42
1. Perancangan Ikon.....	42
a. Layout Gagasan.....	43
b. Layout Kasar.....	45
c. Layout Lengkap.....	45
2. Deskripsi Ikon.....	47
3. Komposisi Ikon.....	50
H. Media Promosi.....	50
1. Media Utama (<i>Prime Media</i>)	50
a. Media <i>Banner</i>	51
2. Media Pendukung (<i>Supporting Media</i>).....	54
a. Poster.....	55
b. Kaos.....	59
c. Topi.....	63
d. Jam Dinding.....	66

e. <i>Mug</i>	70
f. Gantungan Kunci.....	73
g. Media Pin.....	76
h. Stiker.....	80
i. <i>Sign System</i>	84
j. Media Tiket.....	86
k. Kalender.....	88
BAB IV PENUTUP	92
A. Kesimpulan.....	92
B. Saran.....	93
DAFTAR PUSTAKA	94
LAMPIRAN	95

DAFTAR TABEL

Tabel 1	Analisis SWOT.....	36
Tabel 2	Program Media Perancangan Media Promosi.....	38
Tabel 3	Estimasi Biaya Perancangan Media Promosi.....	39
Tabel 4	Skema Perancangan.....	41

DAFTAR GAMBAR

Gambar	1	Komponen Visual pada Huruf.....	14
Gambar	2	Contoh Arti Warna.....	20
Gambar	3	Pintu Masuk Pantai Teleng Ria.....	30
Gambar	4	Pemecah Ombak Sebelah Barat Pantai Teleng Ria.....	30
Gambar	5	Mercusuar.....	31
Gambar	6	Wahana Air.....	31
Gambar	7	Peselancar Asing.....	32
Gambar	8	Pemancing.....	32
Gambar	9	<i>Sunrise</i>	33
Gambar	10	Pantai Teleng Ria.....	33
Gambar	11	<i>Sunset</i>	34
Gambar	12	<i>Layout</i> Gagasan Perancangan Ikon 1.....	43
Gambar	13	<i>Layout</i> Gagasan Perancangan Ikon 2.....	43
Gambar	14	<i>Layout</i> Gagasan Perancangan Ikon 3.....	44
Gambar	15	<i>Layout</i> Gagasan Perancangan Ikon 4.....	44
Gambar	16	<i>Layout</i> Kasar Desain Ikon.....	45
Gambar	17	<i>Layout</i> Lengkap Desain Ikon Background Terang.....	45
Gambar	18	Desain Ikon <i>Background</i> Gelap.....	46
Gambar	19	Desain Ikon <i>Background</i> Terang <i>Grayscale</i>	46
Gambar	20	Desain Ikon <i>Background</i> Gelap <i>Grayscale</i>	47
Gambar	21	Huruf <i>Black Jack</i>	49
Gambar	22	<i>Layout</i> Gagasan Desain <i>Banner</i> 1.....	51
Gambar	23	<i>Layout</i> Gagasan Desain <i>Banner</i> 2.....	51
Gambar	24	<i>Layout</i> Gagasan Desain <i>Banner</i> 3.....	52
Gambar	25	<i>Layout</i> Kasar Desain <i>Banner</i>	52
Gambar	26	<i>Layout</i> Lengkap Desain <i>Banner</i>	53
Gambar	27	<i>Layout</i> Gagasan Desain Poster 1.....	55
Gambar	28	<i>Layout</i> Gagasan Desain Poster 2.....	56

Gambar	29	<i>Layout Kasar Desain Poster</i>	57
Gambar	30	<i>Layout Lengkap Desain Poster</i>	58
Gambar	31	<i>Layout Gagasan Desain Kaos 1</i>	59
Gambar	32	<i>Layout Gagasan Desain Kaos 2</i>	60
Gambar	33	<i>Layout Gagasan Desain Kaos 3</i>	60
Gambar	34	<i>Layout Gagasan Desain Kaos 4</i>	61
Gambar	35	<i>Layout Kasar Desain Kaos</i>	61
Gambar	36	<i>Layout Lengkap Desain Kaos</i>	62
Gambar	37	<i>Layout Gagasan Desain Topi 1</i>	63
Gambar	38	<i>Layout Gagasan Desain Topi 2</i>	63
Gambar	39	<i>Layout Gagasan Desain Topi 3</i>	64
Gambar	40	<i>Layout Gagasan Desain Topi 4</i>	64
Gambar	41	<i>Layout Kasar Desain Topi</i>	65
Gambar	42	<i>Layout Lengkap Desain Topi</i>	65
Gambar	43	<i>Layout Gagasan Desain Jam Dinding 1</i>	66
Gambar	44	<i>Layout Gagasan Desain Jam Dinding 2</i>	67
Gambar	45	<i>Layout Gagasan Desain Jam Dinding 3</i>	67
Gambar	46	<i>Layout Gagasan Desain Jam Dinding 4</i>	68
Gambar	47	<i>Layout Kasar Desain Jam Dinding</i>	68
Gambar	48	<i>Layout Lengkap Desain Jam Dinding</i>	69
Gambar	49	<i>Layout Gagasan Desain Mug 1</i>	70
Gambar	50	<i>Layout Gagasan Desain Mug 2</i>	70
Gambar	51	<i>Layout Gagasan Desain Mug 3</i>	71
Gambar	52	<i>Layout Gagasan Desain Mug 4</i>	71
Gambar	53	<i>Layout Kasar Desain Mug</i>	72
Gambar	54	<i>Layout Lengkap Desain Mug</i>	72
Gambar	55	<i>Layout Gagasan Desain Gantungan Kunci 1</i>	73
Gambar	56	<i>Layout Gagasan Desain Gantungan Kunci 2</i>	74
Gambar	57	<i>Layout Gagasan Desain Gantungan Kunci 3</i>	74
Gambar	58	<i>Layout Gagasan Desain Gantungan Kunci 4</i>	74
Gambar	59	<i>Layout Kasar Desain Gantungan Kunci</i>	75

Gambar	60	<i>Layout</i> Lengkap Desain Gantungan Kunci	75
Gambar	61	<i>Layout</i> Gagasan Desain Pin 1.....	76
Gambar	62	<i>Layout</i> Gagasan Desain Pin 2.....	77
Gambar	63	<i>Layout</i> Gagasan Desain Pin 3.....	77
Gambar	64	<i>Layout</i> Gagasan Desain Pin 4.....	78
Gambar	65	<i>Layout</i> Kasar Desain Pin	78
Gambar	66	<i>Layout</i> Lengkap Desain Pin	79
Gambar	67	<i>Layout</i> Gagasan Desain Stiker 1.....	80
Gambar	68	<i>Layout</i> Gagasan Desain Stiker 2.....	80
Gambar	69	<i>Layout</i> Gagasan Desain Stiker 3.....	81
Gambar	70	<i>Layout</i> Gagasan Desain Stiker 4.....	81
Gambar	71	<i>Layout</i> Kasar Desain Stiker.....	82
Gambar	72	<i>Layout</i> Lengkap Desain Stiker.....	83
Gambar	73	<i>Layout</i> Gagasan Desain <i>Sign System</i> 1.....	84
Gambar	74	<i>Layout</i> Gagasan Desain <i>Sign System</i> 2.....	84
Gambar	75	<i>Layout</i> Kasar Desain <i>Sign System</i>	85
Gambar	76	<i>Layout</i> Lengkap Desain <i>Sign System</i>	85
Gambar	77	<i>Layout</i> Gagasan Desain Tiket.....	86
Gambar	78	<i>Layout</i> Kasar Desain Tiket.....	87
Gambar	79	<i>Layout</i> Lengkap Desain Tiket.....	87
Gambar	80	<i>Layout</i> Gagasan Desain Kalender 1.....	88
Gambar	81	<i>Layout</i> Gagasan Desain Kalender 2.....	89
Gambar	82	<i>Layout</i> Kasar Desain Kalender 1	89
Gambar	83	<i>Layout</i> Kasar Desain Kalender 2	90
Gambar	84	<i>Layout</i> Lengkap Desain Kalender1	90
Gambar	85	<i>Layout</i> Lengkap Desain Kalender 2	91

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Data Hasil Wanwancara.....	98
Lampiran 2	Foto Dokumentasi.....	100
Lampiran 3	Surat Permohonan Observasi.....	102
Lampiran 4	Foto Dokumentasi Ujian.....	103
Lampiran 5	Perangkat Pameran.....	104

**PERANCANGAN IKON DAN MEDIA PROMOSI WISATA PANTAI
TELENG RIA
PACITAN – JAWA TIMUR**

Oleh :
Bowo Subastiyon
NIM 09206244022
ABSTRAK

Perancangan ikon dan media promosi wisata pantai Teleng Ria Pacitan Jawa Timur yang diterapkan pada media promosi ini bertujuan untuk lebih mengenalkan objek wisata Pantai Teleng Ria kepada masyarakat luas. Objek wisata pantai Teleng Ria belum mempunyai desain ikon dan juga belum mempunyai media promosi formal, serta diharapkan dapat meningkatkan wisatawan di objek wisata pantai Teleng Ria diantaranya dermaga wisata, pemecah ombak, wahana air, selancar, *jetsky*, dan yang terbaru adalah *banana boat*. Letak objek wisata pantai Teleng Ria tidak jauh dari pusat kota Pacitan, jaraknya kurang lebih 3 kilometer atau jika di tempuh dengan kendaraan bermotor kira – kira 10 menit saja.

Proses perancangan ikon yang diterapkan pada media promosi ini melalui tahap pengumpulan data, analisis data dengan menggunakan analisis SWOT dan dilanjutkan tahap visualisasi desain. Proses perancangan mengacu pada kreatifitas dan kemampuan dalam menyajikan gagasan baru yang melalui tahapan proses membuat *layout* gagasan, *layout* kasar, dan *layout* lengkap. Instrumen proses dalam pembuatan karya diantaranya berupa perangkat manual misalnya: pensil, kertas dan penghapus. Selain itu juga menggunakan perangkat komputer, *digital camera* dan *scanner*.

Hasil dari perancangan ikon wisata yang diterapkan pada media promosi ini berupa media utama (*prime media*) dan media pendukung (*supporting media*). Media utama yang digunakan adalah *banner* dengan ukuran 7 x 4 meter, sedangkan media pendukung adalah berupa poster, kaos, topi, jam dinding, *mug*, gantungan kunci, pin, stiker, *sign system*, tiket dan kalender. Konsep perancangan ikon wisata pantai Teleng Ria ini adalah ikan tuna yang menjadi mayoritas penghasilan nelayan yang ada di pantai Teleng Ria. Target *audiens* dari perancangan ikon ini adalah untuk semua kalangan wisatawan baik dari kota Pacitan maupun wisatawan dari daerah lain.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Secara geografis, Kabupaten Pacitan berada di sebelah barat daya Propinsi Jawa Timur. Terletak di antara 7.55°-8.17 ° Lintang Selatan dan 110.55 ° -111.25 ° Bujur Timur. Pacitan bersebelahan dengan Jawa tengah disebelah barat, Kabupaten Trenggalek di sebelah timur, dan kabupaten Ponorogo di sebelah Utara. Sedangkan sisi selatan Pacitan adalah Laut Selatan.

Luas Kabupaten Pacitan 1.289.8716 km². Sebagian besar wilayah berupa perbukitan dan pegunungan. Bagian selatan sebagian besar berupa perbukitan kapur. Sedangkan bagian utara berupa tanah. Kandungan tanah di Pacitan sebelah utara terdiri dari *asosialitasol*, mediteran merah, campuran *tuf*, dan bahan *vulkan*. Karena itu, Pacitan sebelah utara berpotensi menghasilkan tambang bentonit, *feltspar*, *ball elay*, *phirophilit*, batu bintang, *kalsid*, pasir besi, batu hias, timah hitam, mangan, dan sirtu (BPS: *Pacitan dalam Angka 2015*). Data tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar wilayah Pacitan kurang bagus untuk lahan pertanian.

Meski bertanah yang kurang bagus, wilayah Pacitan memiliki potensi penghasil ikan yang besar. Sebab, berbatasan langsung dengan Samudra Hindia yang kaya ikan. Tahun 2014 jumlah tangkapan ikan laut di Kabupaten Pacitan mencapai 7999 Ton (BPS: *Pacitan dalam angka 2014*).

Melihat potensi laut yang luar biasa, maka pemerintah kabupaten Pacitan serius mengembangkan potensi laut sebagai sumber pendapatan daerah dan masyarakat. Oleh karena itu, sejak tahun 2012 fasilitas sarana dan prasarana penangkapan ikan dikembangkan, mulai dari penyediaan dermaga hingga perbaikan fasilitas Tempat Pelelangan Ikan (TPI).

Selain mengembangkan potensi penghasil ikan tangkap, Pacitan juga mengembangkan pariwisata pantai. Salah satu pantai yang populer yaitu Pantai Teleng Ria yang mempunyai daya tarik tersendiri.

Pantai Teleng Ria terletak di selatan Kota Pacitan, yaitu lokasinya sekitar 3 Km dari kantor Bupati Pacitan. Salah satu daya tarik Pantai Teleng Ria yaitu pasir yang bersih, ombak yang bagus untuk berselancar, dan ketersedianya beragam hasil olahan ikan.

Berdasar data di Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda dan Olahraga (Disbudparpora) Kabupaten Pacitan, pantai Teleng Ria Pacitan disosialisasikan melalui situs pacitantourism.net. Selain itu, upaya sosialisasi juga dilakukan melalui media cetak dan beragam kerjasama dengan agen perjalanan.

Namun demikian, upaya untuk mendukung promosi dengan membuat ikon wisata khususnya pantai Teleng Ria belum dilakukan. Ikon merupakan tanda yang mirip dengan objek yang diwakilinya atau tanda dan acuannya memiliki kemiripan. Tanda yang dimiliki ciri-cirinya sama dengan apa yang dimaksudkan, yang nantinya diharapkan menjadi penanda yang khas untuk wisata pantai Teleng Ria. Keberadaan ikon sebagai media sosialisasi sangat penting, sehingga ikon

Pantai Teleng Ria merupakan identitas yang senantiasa akan diingat oleh pengunjung.

Berdasar latar belakang di atas, maka penulis tertarik untuk membuat perancangan ikon wisata Pantai Teleng Ria yang menjadi penciri khas Pantai Teleng Ria yaitu penghasil ikan dan tempat berselancar.

B. Identifikasi Masalah

1. Bagaimana membuat konsep perancangan ikon wisata Pantai Teleng Ria Pacitan yang mampu menarik minat masyarakat?
2. Bagaimanakah bentuk perancangan ikon yang efisien untuk obyek wisata Pantai Teleng Ria Pacitan?

C. Batasan Masalah

1. Konsep perancangan ikon obyek wisata Pantai Teleng Ria yang mampu menarik minat masyarakat.
2. Jenis media/bentuk perancangan yang efisien untuk obyek wisata Pantai Teleng Ria.
3. Bentuk perancangan ikon obyek wisata di Pantai Teleng Ria yang menarik, kreatif dan komunikatif.

D. Rumusan Masalah

1. Bagaimanakah konsep perancangan ikon obyek wisata Pantai Teleng Ria Kabupaten Pacitan?

2. Bagaimanakah bentuk perancangan ikon obyek wisata Pantai Teleng Ria Kabupaten Pacitan?

E. Tujuan

1. Menghasilkan ikon obyek wisata Pantai Teleng Ria Kabupaten Pacitan.

F. Manfaat

Perancangan ini juga diharapkan memberikan manfaat bagi berbagai pihak, antara lain:

1. Mahasiswa
 - a. Mengembangkan ide dan kreativitas menciptakan desain komunikasi visual yang mudah dipahami, komunikatif dan tepat sasaran.
 - b. Menerapkan ilmu pengetahuan yang telah didapatkan di bangku perkuliahan.
 - c. Menjadi bahan referensi/kajian pustaka bagi mahasiswa lain dalam bidang desain komunikasi visual.
2. Lembaga
 - a. Universitas Negeri Yogyakarta

Memberikan sumbangan penulisan kepada Universitas Negeri Yogyakarta tentang desain perancangan ikon sehingga dapat dijadikan sebagai bahan acuan yang mampu menambah ilmu pengetahuan khususnya desain komunikasi visual.

b. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Pacitan

Memberikan tambahan ide pembuatan media promosi kepada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata tentang desain komunikasi visual dan memberikan informasi tentang media yang efektif dan efisien melalui konsep perancangan visual untuk perancangan ikon obyek wisata Pantai Teleng Ria .

BAB II

KAJIAN TEORI DAN METODE PERANCANGAN

A. Pengertian perancangan

Dalam kamus Bahasa Indonesia, perancangan berarti cara / pembuatan merancang, sedangkan merancang artinya mengatur segala sesuatu sebelum bertindak, mengerjakan / melakukan sesuatu. Perancangan suatu karya pada dasarnya lahir dari berbagai pertimbangan pikiran, gagasan, rasa dan jiwa penciptanya (internal), yang di dukung oleh faktor eksternal hasil penerapan dari berbagai bidang ilmu, teknologi, lingkungan, sosial budaya, estetika, ekonomi dan praktek, serta segala pengembangan di masa depan. Perancangan desain mengacu pada prinsip dasar desain yang membentuknya, prinsip-prinsip dasar desain tersebut meliputi keseimbangan, titik fokus, ritme, kesatuan (Suyanto,2004 : 57).

Strategi merancang adalah bercerita secara visual, ekspresi sebuah ide dapat mengejutkan orang-orang yang melihat iklan, baik mengejutkan dengan kata ataupun mengasyikkan dengan menggunakan gambar atau foto. Strategi merancang merupakan strategi komunikasi yang sangat menantang yang membutuhkan ekspresi dari sebuah konsep yang sangat jelas dan cermat (Suyanto, 2006 : 20).

B. Tinjauan Tentang Media Promosi

1. Definisi Media Promosi

Media adalah alat, sarana komunikasi seperti koran, majalah, radio, televisi, film, poster, spanduk yang terletak antara dua pihak (KBBI,2008 : 829).

Sedangkan menurut Pujriyanto (2005 : 15) media adalah sarana untuk menyampaikan pesan atau informasi kepada publik menggunakan berbagai unsur grafis seperti teks atau gambar/foto.

Istilah promosi berasal dari bahasa latin "*promovere*" yang kemudian diadopsi dalam bahasa inggris yaitu "*promote*" yang berarti meningkatkan atau menaikkan sesuatu (Kamus Webster, 1997: 1077). Kata *promote* kemudian diadopsi kedalam Bahasa Indonesia yaitu promosi. Istilah promosi memiliki makna upaya menyampaikan suatu pesan dari kondisi kurang dikenal menjadi lebih dikenal oleh masyarakat. Menurut pengertian diatas maka dapat disimpulkan bahwa pengertian dari media promosi adalah alat atau sarana penghubung (dapat berupa media cetak dan elektronik) antara dua pihak (produsen dan konsumen) untuk memperkenalkan sesuatu.

2. Prioritas Media

Salah satu tujuan dari promosi adalah mengumpulkan audiens sebanyak-banyaknya agar iklan bisa sampai kepada audiens. Tapi terkadang sebuah media saja tidak cukup, karena itu perlu adanya beberapa media yang nantinya bersifat utama (*prime media*) dan pendukung (*supporting media*).

3. Macam Media

Media adalah sarana untuk menyampaikan pesan atau informasi kepada publik dengan menggunakan berbagai unsur komunikasi grafis seperti teks atau gambar foto (Pujriyanto, 2005:15). Menurut Freddy Adhono Basuki (dalam Pujriyanto, 2005:16), media komunikasi grafis secara garis besar dapat dikelompokkan menjadi :

- a) Media cetak/visual (*printed material*), contohnya : poster (dalam dan luar), stiker, sampul buku, pembungkus/*packaging*, selipat (*folder*), selebaran (*leaflet*), amplop dan kop surat, tas belanja, katalog, iklan majalah dan surat kabar.
- b) Media luar ruangan (*outdoor*), contohnya : spanduk (*banner*), papan nama, umbul-umbul, *neon box*, *neonsign*, *billboard*.
- c) Media elektronik (*electronic*), contohnya : radio, televisi, internet, film, program video, animasi komputer.
- d) Tempat pajang (*display*), contohnya : etalase (*window display*), *point of purchase*, desain gantung, *floor stand*.
- e) Barang-barang kenangan (*special offer*), contohnya : kaos, topi, payung, gelas, aneka *souvenir*, sajadah, tas dan sebagainya.

C. Desain Grafis

Grafis adalah citra meliputi gambar dan pencitraan yang dihasilkan komputer, terbentuk garis, lengkungan, kurva, dan sebagainya. Komputer dapat menghasilkan pencitraan dalam sejumlah *pixel* dan *printer dot matrix* akan mencetak citra atau gambar tersebut dalam sejumlah titik. Desain grafis mempekerjakan berbagai elemen seperti marka, simbol, uraian verbal yang di visualisasikan lewat typografi dan gambar baik dengan teknik fotografi ataupun ilustrasi. Elemen-elemen tersebut diterapkan dalam dua fungsi, sebagai perangkat visual dan perangkat komunikasi. (<http://www.total.or.id>).

Desain grafis adalah salah satu terapan dari seni lukis (gambar) yang memberikan kebebasan kepada sang desainer untuk memilih, menciptakan, dan

mengatur elemen rupa seperti ilustrasi, foto, tulisan, dan garis diatas media, dengan tujuan untuk diproduksi dan dikomunikasikan sebagai sebuah pesan (Yulianti, 2008: 10).

Desain grafis dapat didefinisikan sebagai aplikasi dari ketrampilan seni dan komunikasi untuk kebutuhan bisnis dan industri (yang biasa disebut seni komersil). Aplikasi – aplikasi ini dapat meliputi periklanan, penjualan produk, menciptakan identitas visual untuk institusi, produk perusahaan, dan secara visual menyempurnakan pesan dalam publikasi (M.Suyanto, 2004: 27), sehingga dapat dikatakan bahwa desain grafis adalah karya seni murni maupun terapan yang disusun sedemikian rupa sehingga tercipta satu kesatuan, terdiri dari gambar maupun tulisan yang menghasilkan sesuatu bentuk yang unik. Berguna, mengejutkan, dan mudah diingat orang.

Dalam Desain Komunikasi Visual kita perlu mengenal unsur – unsur dasar dan penataannya sehingga dapat menghasilkan komposisi desain yang harmonis, menarik, komunikatif, dan menyenangkan pembaca. Unsur – unsur rupa yang digunakan didalam desain tersebut antara lain:

1. Titik

Titik adalah salah satu unsur visual yang wujudnya relatif kecil, di mana dimensi memanjang dan melebarnya dianggap tidak berarti. Titik cenderung ditampilkan dalam bentuk kelompok, dengan variasi jumlah, susunan, dan kepadatan tertentu.

2. Garis

Garis dianggap sebagai unsur visual yang banyak berpengaruh terhadap pembentukan suatu objek sehingga garis, selain dikenal sebagai goresan atau coretan, juga menjadi batas limit suatu bidang atau warna. Ciri khas garis adalah terdapatnya arah serta dimensi memanjang. Garis dapat tampil dalam bentuk lurus, lengkung, gelombang, zigzag, dan lainnya. Kualitas garis ditentukan oleh tiga hal, yaitu orang yang membuatnya, alat yang digunakan serta bidang dasar tempat garis digoreskan.

3. Bidang

Bidang merupakan unsur visual yang berdimensi panjang dan lebar. Ditinjau dari bentuknya, bidang bisa dikelompokkan menjadi dua, yaitu bidang geometri/beraturan dan bidang non-geometri alias tidak beraturan. Bidang geometri adalah bidang yang relatif mudah diukur luasannya, sedangkan bidang non-geometri merupakan bidang yang relatif sukar diukur luasannya. Bidang bisa dihadirkan dengan menyusun titik maupun garis dalam kepadatan tertentu, dan dapat pula dihadirkan dengan mempertemukan potongan hasil goresan satu garis atau lebih.

4. Tekstur

Tekstur adalah nilai raba dari suatu permukaan. Secara fisik tekstur dibagi menjadi tekstur kasar dan halus, dengan kesan pantul mengkilat dan kusam. Ditinjau dari efek tampilannya, tekstur digolongkan menjadi tekstur nyata dan tekstur semu. Disebut tekstur nyata bila ada kesamaan antara hasil raba dan penglihatan. Misalnya, bila suatu permukaan terlihat kasar dan

ketika diraba juga terasa kasar. Sementara itu, pada tekstur semu terdapat perbedaan antara hasil penglihatan dan perabaan. Misalnya, bila dilihat tampak kasar tetapi ketika diraba ternyata sebaliknya, yaitu terasa halus.

5. Warna

Salah satu unsur visual yang dapat dengan mudah menarik perhatian adalah warna. Secara visual warna dibedakan menjadi dua golongan, yaitu warna panas dan dingin. Warna panas meliputi merah, oranye, kuning-oranye, kuning-hijau mempunyai kesan hangat, dinamis, aktif dan mengundang perhatian, sedangkan warna dingin meliputi hijau, biru, ungu memiliki kesan pasif, statis, damai dan secara umum kurang mencolok.

Warna- warna lembut dapat menyampaikan kesan tenang dan romantic, sedangkan warna kuat atau tajam dapat mengesankan dinamisme dan cenderung meriah.

Dalam seni rupa, warna dapat dilihat dari tiga dimensi, yaitu:

- (a) *Hue* – pembagian warna berdasarkan nama – nama warna, seperti warna primer (merah, kuning, biru), sekunder, dan tersier.
- (b) *Value* – terang – gelapnya warna
- (c) *Intensity* – tingkat kemurnian atau kejernihan warna.

D. Desain Komunikasi Visual

Desain menurut bahasa berarti merancang, sedangkan Komunikasi Visual adalah komunikasi mempergunakan mata sebagai alat penglihatan, dimana unsur dasar Bahasa visual (yang menjadi kekuatan utama dalam penyampaian pesan) adalah segala sesuatu yang dapat dilihat dan dipakai untuk menyampaikan arti,

makna, atau pesan (Kusrianto, 2007: 10). Hakekat komunikasi visual adalah menyampaikan suatu pesan visual dari komunikator kepada penerima pesan (komunikan) melalui media visual, harapan dari penyampaian pesan ini adalah pokok pikiran yang diterima oleh penerima pesan sama dengan pokok pikiran penyampai pesan (FSR ISI Yogyakarta dan Studio Diskom, 2009:69).

Desain Komunikasi Visual adalah ilmu yang mempelajari konsep komunikasi dan ungkapan daya kreatif, yang diaplikasikan dalam berbagai media komunikasi visual dengan mengolah elemen desain grafis yang terdiri dari atas gambar (ilustrasi), huruf dan typografi, warna, komposisi, dan layout. Semua itu dilakukan guna menyampaikan pesan secara visual, audio, dan audio visual kepada target sasaran (Tinarbuko,2007: 23).

Pada dasarnya desain merupakan pola rancangan yang menjadi dasar pembuatan suatu benda. Bisa dibilang bahwa sebuah desain merupakan bentuk perumusan dari berbagai unsur termasuk berbagai macam pertimbangan didalamnya. Desain grafis, yang sekarang lebih dikenal dengan sebutan Desain Komunikasi visual (DKV), adalah kombinasi kompleks antara kata-kata, gambar, angka, grafik, foto, dan ilustrasi yang membutuhkan pemikiran khusus dari seorang individu yang biasa menggabungkan elemen – elemen sehingga mereka dapat menghasilkan sesuatu yang khusus atau sangat berguna dalam bidang gambar.

Di dalam buku Irama Visual (2007: 10) tugas DKV (dalam hal ini desainer) adalah mengidentifikasi hingga akhirnya memilih dan memutuskan symbol atau tanda yang sesuai dengan konteksnya.

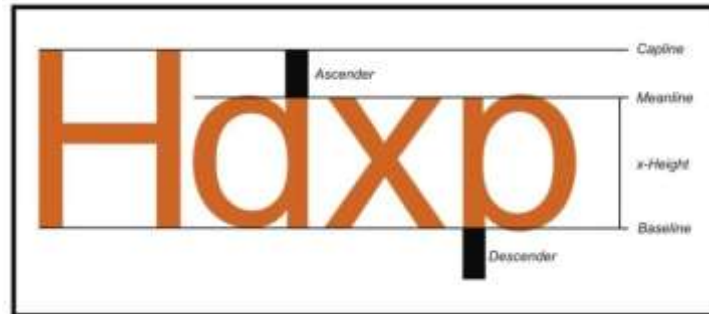
Sebuah produk berupa karya DKV baik dalam wujud poster, brosur, sampul buku, maupun animasi film, pada dasarnya adalah sebuah jawaban atas persoalan komunikasi yang dihadapi. Karya tersebut bukan kreasi bebas, artinya di dalam proses kelahirannya terjadi semacam dialog yang bermuara pada eksekusi desain seperti itu. Kebutuhan di satu pihak dan pihak lainnya adalah usulan pemecahan masalah atau ide.

1. Unsur – unsur Desain Komunikasi Visual

Kata unsur berasal dari Bahasa Arab yang berarti bahan atau elemen, sedangkan pengertian visual adalah berdasarkan penglihatan, dapat dilihat, sesuatu yang kelihatan (Purnomo, 2004: 2). Unsur-unsur dalam desain komunikasi visual berbeda dengan unsur seni rupa, unsur-unsur desain tersebut antara lain *typografi*, teks, ilustrasi, warna, dan lay out.

a. *Typografi* (Huruf)

Tipografi adalah ilmu yang mempelajari tentang huruf (Hendratman, 2008:63). Pendapat lain yang dikemukakan oleh Tinarbuko (2009:24) bahwa tipografi dalam konteks desain komunikasi visual mencakup pemilihan bentuk huruf, besar huruf, cara dan teknik penyusunan huruf menjadi kata atau kalimat sesuai dengan karakter pesan. Tipografi juga mempelajari tentang anatomi huruf, adalah sebagai berikut.



Gambar 1 : Komponen Visual pada Huruf.

Sumber: “Tipografi dalam Desain Grafis”, Danton Sihombing
(2001:12)

Menurut Sihombing (2001:1) terminologi yang umum digunakan dalam penamaan setiap komponen visual yang terstruktur dalam anatomi huruf adalah sebagai berikut.

a) *Baseline*

Baseline adalah sebuah garis maya lurus horisontal yang menjadi batas dari bagian terbawah dari setiap huruf besar.

b) *Capline*

Capline adalah sebuah garis maya lurus horizontal yang menjadi batas dari bagian teratas dari setiap huruf besar.

c) *Meanline*

Meanline adalah sebuah garis maya lurus horizontal yang menjadi batas dari bagian teratas, dari badan setiap huruf kecil.

d) *X-Height*

X-Height adalah jarak ketinggian dari *baseline* sampai ke *meanline*. *X-Height* merupakan fungsi dari badan huruf kecil. Cara yang termudah mengukur ketinggian badan huruf kecil adalah dengan menggunakan huruf “x”.

e) *Ascender*

Ascender adalah bagian dari huruf kecil yang posisinya tepat berada di antara *meanline* dan *capline*.

f) *Descender*

Descender adalah bagian dari huruf kecil yang posisinya tepat berada di bawah *baseline*.

Tipografi sangat penting dalam desain komunikasi visual, selain ditinjau dari segi anatomi, huruf juga dibagi menjadi beberapa jenis. Menurut Tinarbuko (2009: 26), huruf dibagi menjadi lima jenis, yaitu :

a) Huruf *Romein*

Huruf *Romein*, garis hurufnya memperlihatkan perbedaan antara tebal-tipis dan mempunyai kaki atau kait yang lancip pada setiap batang hurufnya.

b) Huruf *Epptian*

Huruf *Epptian* garis hurufnya memiliki ukuran yang sama tebal pada setiap sisinya. Kaki atau kaitnya berbentuk lurus atau kaku.

c) Huruf *Sans Serif*

Huruf *Sans Serif*, garis hurufnya sama tebal dan tidak mempunyai kaki atau kait.

d) Huruf *Miscellaneous*

Huruf *Miscellaneous*, jenis huruf ini lebih mementingkan nilai hias daripada nilai komunikasinya. Bentuknya senantiasa mengedepankan aspek dekoratif dan ornamental.

e) Huruf *Script*

Huruf *Script*, jenis huruf ini menyerupai tulisan tangan dan bersifat spontan.

b. Teks

Teks adalah salah satu elemen grafis selain gambar, maka desainer dapat mengolah teks agar dapat berfungsi sebagai gambar dan sebaliknya gambar dapat difungsikan sebagai pengganti karakter maupun penggalan kata (Kusrianto, 2007: 215). Teks terdiri dari bagian – bagian judul (*headline*), Subjudul (*subheadline*), Naskah (*body copy*), Logo (*logotype*), kata penutup (*closing word*).

1) Judul (*Headline*)

Headline atau judul berfungsi mengantarkan pandangan mata pembaca menuju teks pada artikel yang disajikan. Jika *Headline* tidak menarik, mungkin teks naskah tersebut tidak akan pernah dibaca orang. Itulah sebenarnya tugas dari seorang desainer, yakni mencuri perhatian pembaca agar bersedia membaca teks dalam artikel tersebut (Kusrianto, 2007: 210).

2) SubJudul (*Subheadline*)

Subjudul dibuat untuk menandai bagian level bahasan (yang berarti bagian yang lebih detail) dari suatu topik yang lebih rendah. Aturan yang berlaku pada *Headline* juga berlaku pada Subjudul.

3) Naskah (*Body copy*)

Panjang pendeknya *body copy* tergantung kebutuhan dan kondisi ruang (ukuran) iklan. Mengulas informasi secara rinci dan detail diharapkan dapat menjadi daya Tarik si pembaca (konsumen).

4) Identitas (*Signature*)

Identitas adalah salah satu unsur yang memberi bobot dalam sebuah desain. Selain memuat ciri khas brand tertentu, *signature* juga menjadi penarik perhatian.

5) *Caption*

Caption merupakan keterangan yang menyertai elemen visual. Biasanya dicetak dalam ukuran kecil dan dibedakan gaya atau jenis hurufnya dengan *body text* atau elemen teks lain.

6) Kalimat Penutup (*Closing word*)

Kalimat yang pendek, jelas, singkat, dan jujur yang biasanya bertujuan untuk mengarahkan pembaca untuk mengambil keputusan. *Closing word* juga dapat berupa alamat, info penjualan dan lainnya.

c. Ilustrasi

Ilustrasi menurut definisinya adalah seni gambar yang dimanfaatkan untuk memberi penjelasan atas suatu maksud atau tujuan secara visual. Dalam perkembangannya, ilustrasi secara lebih lanjut ternyata tidak hanya berguna sebagai sarana pendukung cerita, tetapi dapat juga menghiasi ruang kosong. Misalnya dalam majalah, Koran, tabloid, grafis dan akhir-akhir ini bahkan banyak dipakai *image* bitmap hingga karya foto (Kusrianto, 2007: 140).

d. Warna

Warna menurut ilmu fisika adalah kesan yang ditimbulkan oleh cahaya pada mata. Peran warna yang terutama ialah kemampuannya untuk lebih dalam mempengaruhi mata, getaran-getarannya menerobos hingga membangkitkan emosi. Penggunaan warna sangat luas, tidak hanya terbatas pada seni lukis saja, tapi juga seni karya arsitektur, dekorasi, patung,

bahkan pada segala benda pakai, besar peranannya terhadap kehidupan dan kesenangan manusia (Purnomo, 2004:28). Menurut “*The Prang System*”, warna dibagi menjadi tiga dimensi :

1) *Hue* (panas dinginnya warna)

Hue adalah istilah warna yang digunakan untuk menunjukkan nama dari suatu warna seperti merah, biru, dan sebagainya.

2) *Value* (gelap terangnya warna)

Value adalah warna yang membahas tentang gelap dan terangnya warna, ada banyak tingkatan dari warna terang ke gelap mulai warna putih ke warna hitam.

3) *Intensity / Chroma* (ketajaman warna)

Intensity atau *Chroma* adalah dimensi ketiga dari warna membahas cerah dan suramnya warna, yaitu kualitas dari suatu warna memungkinkan, suatu hue merah misalnya dibuat samar – samar ,sangat tajam dan kalem, warna dengan *intensity* yang penuh biasanya sangat mencolok dan menimbulkan efek brilliant dan akan sangat menarik (Purnomo, 2004: 32).

Kecenderungan dari penggunaan warna banyak dihubungkan dengan fungsinya sebagai lambang. Disamping mempunyai efek emosi yang kuat terhadap setiap orang kadang warna mempunyai dua atau lebih efek kejiwaan, menurut (Purnomo, 2004: 35), warna merupakan pelengkap gambar serta mewakili suasana kejiwaan dalam

berkomunikasi. Warna juga merupakan unsur yang sangat tajam untuk menyentuh kepekaan penglihatan sehingga mampu merangsang munculnya rasa haru, sedih, gembira, *mood* atau semangat dan lainnya.

Beberapa arti dari warna dapat dilihat sebagai berikut :

	Kekuatan, bertenaga, kehangatan, nafsu, cinta, agresifitas, bahaya.
	Kepercayaan, konservatif, keamanan, teknologi, kebersihan, perintah.
	Alami, kesehatan, pandangan yang enak, kecemburuan, pembaharuan.
	Optimis, harapan, semangat.
	Spiritual, misteri, keagungan, perubahan bentuk, arogan.
	Energi, keseimbangan, kehangatan, kreatif
	Bumi, dapat dipercaya, nyaman, bertahan
	Kekuatan, kemewahan, seksualitas, keagungan

Gambar 2 : **Contoh arti warna**

(Adi Kusrianto, 2007: 46)

Unsur dalam setiap hasil karya desain grafis dan desain komunikasi visual terdiri dari bagian – bagian yang bisa dipelajari secara terpisah. Pada setiap hasil karya desain pasti ada minimal satu dari unsur berikut :

- a. Proporsi : Proporsi yang dimaksud adalah kesesuaian antara ukuran halaman dengan isinya. Dalam dunia tata *layout* , dikenal ukuran kertas atau bidang kerja yang populer, yaitu yang dikenal dengan ukuran letter 8.5” x 11”.
- b. Keseimbangan : Prinsip keseimbangan merupakan suatu pengaturan agar penempatan elemen dalam suatu halaman memiliki efek seimbang. Terdapat dua macam keseimbangan, yaitu keseimbangan formal atau simetris dan keseimbangan informal atau tidak simetris.
- c. Kontras/Fokus : Dalam desain harus ada yang dominan atau yang ditonjolkan. Guna menampilkan kontras untuk memperoleh focus, salah satu cara dengan beberapa warna elemen diredupkan sehingga elemen lainnya menjadi lebih fokus.
- d. Irama : Irama atau *Rhythm* bermakna sama dengan *repetition* alias pola perulangan yang menimbulkan irama yang enak diikuti.
- e. Kesatuan : Hubungan antara elemen – elemen desain yang semula berdiri serta memiliki ciri sendiri yang disatukan menjadi sesuatu yang baru dan memiliki fungsi baru.

E. Ikon

Ikon adalah tanda yang didasarkan atas “keserupaan” atau “kemiripan” (*resemblance*) di antara representamen dan objeknya, entah objek tersebut betul – betul eksis atau tidak. Akan tetapi, sesungguhnya ikon tidak semata mata mencakup citra – citra realistis seperti lukisan, foto saja, melainkan juga ekspresi – ekspresi semacam grafik – grafik, skema – skema, peta geografis, persamaan – persamaan matematis, bahkan metafora (Budiman, 2005 : 56).

Melihat dari definisi dan fungsi ikon di atas tentunya pembuatan ikon sangatlah penting dalam suatu *brand*. Karena itu dalam perancangan media promosi ini membuat ikon sebagai pendukung dan identitas dari obyek wisata pantai Teleng Ria yang di promosikan.

F. Ikan Tuna

Ikan tuna adalah ikan laut pelagic yang termasuk bangsa *Thunini*, terdiri dari beberapa spesies dari family scombridae, terutama genus *thunnus*. Ikan ini adalah perenang andal (pernah diukur mencapai 77 km/jam). Tidak seperti kebanyakan ikan yang memiliki daging berwarna putih, daging tuna berwarna merah muda sampai merah tua. Hal ini karena otot tuna lebih banyak mengandung myoglobin daripada ikan lainnya. Beberapa spesies tuna yang lebih besar, seperti tuna sirip biru Atlantik (*Thunnus thynnus*), dapat menaikkan suhu darahnya diatas suhu air dengan aktivitas ototnya. Hal ini menyebabkan mereka dapat hidup di air yang lebih dingin dan dapat bertahan dalam kondisi yang beragam.

G. Mercusuar

Mercusuar ialah sebuah bangunan menara yang memancarkan sinar isyarat pada malam hari, membantu navigasi kapal – kapal yang memasuki pelabuhan, melewati pulau di tengah laut, serta mendekati bagian laut yang terlalu dangkal, gosong pasir, dan batu karang yang berbahaya. Menara ini dibangun di pelabuhan, pantai, pulau kecil di tengah laut, atau di daerah berbatu karang. Di daerah yang kerap kali berkabut, mercusuar dilengkapi klakson, sirene atau lonceng yang member isyarat suara dengan selang waktu tertentu. Mercusuar modern bahkan dilengkapi pemancar yang mengirimkan kode morse (radio beacon) sehingga di tengah cuaca gelap pun kapal dapat memperkirakan posisi mercusuar berdasarkan baringan radio yang dilakukan terhadapnya. (Baringan berasal dari kata Inggris *bearing*, atau lengkapnya *kompas bearing*, yaitu menentukan dari suatu tempat, sudut kompas sebuah benda).

Mercusuar memberikan informasi kepada pelaut melalui cahaya lampu dan warna menaranya. Sebuah menara tertentu memberikan informasi dengan warna cahaya yang berbeda – beda, hal itu bisa memberikan informasi yang berbeda sesuai dengan warnanya dan menunjukkan letak sebuah gosong, batu karang, atau daratan.

H. Ombak

Secara umum ombak ialah suatu gelombang laut yang menjalar dan melipat pada lapisan antar muka lautan yaitu berada diantara udara yang hangat dan dingin yang berupa lipatan air yang datang tiba – tiba secara berkala.

Ada pula yang mengatakan ombak merupakan sesuatu pergerakan naik turunnya air yang disebabkan oleh adanya gelombang laut yang akan membentuk kurva tersebut biasanya disebut dengan grafik sinusoidal.

Gelombang laut itu sendiri disebabkan oleh angin yang memindahkan energinya ke permukaan laut dan kemudian menyebabkan bentuk seperti alunan bukit – bukit yang diselingi riak – riak air laut sehingga ombak itu bersuara seperti deburan yang besar yang datang dan kemudian pergi secara terus menerus. Pemahaman mengenai ombak ini berhubungan dengan ilmu tentang kelautan yang disebut oceanografi.

I. Matahari

Pada dasarnya matahari merupakan salah satu bintang yang berada di tata surya dan menjadi pusatnya. Matahari termasuk bintang karena dapat menghasilkan energi cahaya sendiri. Cahaya matahari dibandingkan bintang yang lain terasa lebih cemerlang. Hal itulah yang menyebabkan pada waktu siang hari kita tidak dapat melihat bintang selain matahari. Matahari adalah bintang terdekat dengan Bumi dengan jarak rata-rata 149.680.000 km (93.026.724 mil).

Matahari dipercayai terbentuk pada 4,6 miliar tahun lalu. Kepadatan massa matahari adalah 1,41 berbanding massa air. Jumlah tenaga matahari yang sampai ke permukaan Bumi yang dikenali sebagai konstan surya menyamai 1.370 watt per meter persegi setiap saat. Matahari sebagai pusat Tata Surya merupakan bintang generasi kedua. Material dari matahari terbentuk dari ledakan bintang generasi pertama seperti yang diyakini oleh ilmuwan, bahwasanya alam semesta ini terbentuk oleh ledakan big bang sekitar 14.000 juta tahun lalu.

J. Wisata dan Pariwisata

Arti dari istilah pariwisata belum banyak diungkapkan oleh para ahli Bahasa dan pariwisata di Indonesia. Kata pariwisata berasal dari Bahasa sangsakerta, terdiri dari dua suku kata , yaitu “ pari ” dan “ wisata “. Pari berarti banyak, berkali – kali atau berputar – putar, sedangkan wisata berarti perjalanan atau bepergian. Jadi pariwisata berarti perjalanan yang dilakukan secara berkali – kali atau berkeliling.

Sedangkan menurut keputusan R.I. No 19 tahun 1969, Kepariwisataan adalah “ merupakan kegiatan jasa yang memanfaatkan kekayaan alam dan lingkungan hidup yang khas seperti hasil budaya, peninggalan sejarah, pemandangan alam yang indah dan iklim yang nyaman”.

Pariwisata dalam artian modern adalah merupakan fenomena dari jaman sekarang yang didasarkan atas kebutuhan akan kesehatan dan pergantian hawa, penilaian yang sadar dan menumbuhkan (cinta) terhadap keindahan alam dan khususnya disebabkan oleh bertambahnya pergaulan berbagai bangsa dan kelas masyarakat manusia sebagai hasil daripada perkembangan perniagaan, industri, perdagangan serta penyempurnan daripada alat – alat pengangkutan (E. Guyer Freuler).

Pariwisata adalah sejumlah kegiatan terutama yang ada kaitannya dengan kegiatan perekonomian yang secara langsung berhubungan dengan masuknya, adanya pendiaman dan Bergeraknya orang – orang keluar masuk suatu kota atau daerah dan negara. (Herman V.Schularad).

Pariwisata adalah suatu perjalanan yang dilakukan untuk sementara waktu, yang diselenggarakan dari suatu tempat etempat yang lain, dengan maksud bukan untuk berusaha atau mencari nafkah ditempat yang dikunjungi tetapi semata – mata untuk menikmati perjalanan hidup guna bertamasya dan rekreasi atau memenuhi keinginan yang beraneka ragam. (Oka Yoeti).

Pariwisata adalah perjalanan yang dilakukan secara berkali – kali atau berkeliling. (Drs. E.A.Chalikk.H).

K. Pantai

Pengertian pantai berbeda dengan pesisir. Tidak sedikit yang mengira bahwa kedua istilah itu memiliki arti yang sama, karena banyak istilah tentang pantai dan pesisir yang digunakan dalam berbagai tulisan seperti *beach, coast, shore, coastline, shore line, strand, kust*, dan lain – lain.

Menurut Sandy (1996), pantai adalah bagian dari muka bumi dari muka air laut rata- rata terendah sampai muka air laut rata-rata tertinggi. Bird (1984) mendefinisikan pantai sebagai *shore, beach* dan *choast*. *Shore* adalah suatu daerah yang meluas dari titik terendah air laut pada saat surut hingga batas tertinggi atau efektif yang dapat dicapai gelombang, meliputi :

1. Pantai bagian depan (*foreshore*) :

Yaitu daerah antara pasang tersurut hingga daerah pasang.

2. Pantai bagian belakang (*backshore*)

Yaitu daerah antara pasang tertinggi sampai daerah tertinggi terkena ombak.

3. Pantai lepas (*offshore*)

Yaitu daerah yang meluas dari titik pasang surut terendah ke arah laut.

Gross (1009: 257) menjelaskan *shore* adalah suatu daerah yang meluas dari titik terendah air laut pada saat surut hingga batas tertinggi di daratan yang dicapai oleh pasir yang terbawa gelombang. Sedangkan *beach* adalah *shore* yang sering dijumpai, yang merupakan akumulasi dari material-material dalam jumlah besar yang tidak hanyut terbawa gelombang, arus dan angin. Pasir pantai dapat berasal dari endapan *glacial* yang tererosi, yang mengandung krikil, pasir, tanah liat bercampur lumpur. Butiran pasir yang halus biasanya terkumpul di daerah pergerakan gelombang yang kecil atau daerah pasang surut.

Pantai biasanya terbentuk di daerah dekat dengan terjadinya sedimentasi, misal pada dasar tebing pantai dekat muara sungai. Endapan sedimen yang hanyut menuju pantai oleh arus dan gelombang menggantikan material-material yang ada ataupun hanyut menuju perairan yang lebih dalam yang terbawa sepanjang pantai.

BAB III

VISUALISASI DAN PEMBAHASAN KARYA

A. Konsep

1. Konsep Perancangan

Konsep perancangan sangat diperlukan untuk menciptakan desain yang berkesan inovatif, kreatif dan mampu menjadi citra serta menjadi media yang mampu mempromosikan obyek-obyek wisata di pantai Teleng Ria ini. Adapun konsep perancangan media promosi obyek wisata di pantai Teleng Ria ini secara umum adalah menghadirkan pemandangan obyek – obyek wisata yang ada di pantai Teleng Ria dalam bentuk gambar/ foto kedalam media promosi.

Langkah pertama dalam konsep ialah menentukan pendekatan desain, yaitu membuat desain yang *simple*/sederhana dengan mengolah unsur garis dan bidang. Media promosi menggunakan bahasa yang formal sehingga mudah dipahami semua kalangan. Target audiens dari perancangan ikon dalam media promosi ini adalah kalangan remaja hingga dewasa di Pacitan maupun wisatawan luar kota.

Berdasarkan konsep perancangan tersebut maka dibuat beberapa media promosi, diantaranya ikon, *prime media* (media utama) dan *supporting media* (media pendukung). Ikon dibuat sebagai identitas yang nantinya akan diaplikasikan pada *prime media* (media utama) dan *supporting media* (media pendukung). *Prime media* (media utama) yang dipakai berupa *banner*,

sedangkan *supporting media* (media pendukung) yang dipakai adalah poster, topi, peta wisata, kaos, gantungan kunci , kalender, pin, sign system.

2. Bentuk Data

a. Data verbal

Data tertulis (verbal) mengenai pantai Teleng Ria dan objek wisata didalamnya diperoleh dari berbagai macam sumber. Data verbal didapat selain dari hasil wawancara dengan sumber primer, juga berasal dari artiket dan internet. Pantai Teleng Ria merupakan salah satu pantai dari sekian banyak pantai yang berada di kabupaten Pacitan Jawa Timur. Pantai yang menawarkan wisata laut, kolam renang, pedagang hasil tangkapan nelayan dan juga pedagang pernak – pernik khas kota Pacitan. Pada area pantai dan pemecah ombak wisatawan dapat menikmati pemandangan laut yang indah disertai deburan ombak yang menghantam beton. Selain itu wisatawan juga bisa melihat wisatawan asing maupun penduduk setempat yang sedang berselancar dengan ciri khas ombak pantai selatan. Hal ini tentunya menjadi daya tarik dan sensasi tersendiri bagi pengunjungnya.

b. Data visual

Data visual berupa gambar – gambar, antara lain foto – foto lokasi, suasana lokasi, yang akan digunakan dalam perancangan ikon wisata di pantai Teleng Ria, berikut hasil dokumentasi dan gambar pribadi yang dapat dilihat pada gambar :



Gambar 3 : Pintu masuk pantai Teleng Ria

(sumber : dokumen pribadi, Juli 2016)



Gambar 4 : Pemecah ombak sebelah barat pantai Teleng Ria

(Sumber : Dokumen Pribadi, Juli 2016)



Gambar 5 : Mercusuar

(Sumber : Dokumen Pribadi, Juli 2016)



Gambar 6 : Wahana Air

(Sumber : Dokumen Pribadi, Juli 2016)



Gambar 7 : Peselancar asing

(Sumber : Dokumen Pribadi, Juli 2016)



Gambar 8 : Pemancing

(Sumber : Dokumen Pribadi, Juli 2016)



Gambar 9 : *Sunrise*

(Sumber : Pribadi Juli 2016)



Gambar 10 : Pantai Teleng Ria

(Sumber : Pribadi, Juli 2016)



Gambar 11 : *Sunset*

(Sumber : Dokumen Pribadi, Juli 2016)

B. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam perancangan media promosi ini adalah sebagai berikut:

1) Observasi

Observasi dilakukan dengan meninjau langsung ke tempat penelitian untuk memperoleh data yang di perlukan.

2) Wawancara

Wawancara dilakukan dengan pengelola pantai Teleng Ria. Data – data didapatkan dari hasil wawancara terkait pantai Teleng Ria dan obyek – obyek wisata lainnya yang ada di sana.

3) Dokumentasi

Teknik pengumpulan data dengan dokumentasi berarti pengumpulan data secara visual atau hal hal yang dapat dikategorikan sebagai data, melalui media kamera sebagai penyempurna data – data diatas. Data hasil dokumentasi berupa foto -foto

yang diambil dilokasi, antara lain, pantai Teleng Ria, wahana kolam renang, pemecah ombak, dan dermaga. Dalam proses pengumpulan data untuk perancangan ikon dan media promosi ini, peneliti mula – mula melakukan obsevasi ke lokasi penelitian. Setelah itu wawancara dilanjutkan dengan proses dokumentasi.

C. Alat atau Instrumen

Agar sebuah karya desain promosi dapat dibuat secara baik dan dimengerti khalayak luas maka diperlukan alat – alat yang mendukung pula. Instrument yang paling penting dalam pengumpulan data adalah seorang peneliti dengan teknik mendokumentasi sebuah data yang diperoleh.

Instrumen yang digunakan dalam pengumpulan data verbal adalah notebook, bolpion, sedangkan instrument dalam pengumpulan data visual adalah kamera digital dengan teknik dokumentasi. Data didapatkan dari beberapa sumber antara lain dari data primer, yaitu dari pengelola pantai Teleng Ria, sumber sekunder berasal dari artikel dan internet.

Proses pembuatan desain dikerjakan antara lain menggunakan perangkat manual misalnya pensil, penghapus. Selain itu juga menggunakan perangkat komputer diantaranya *hardware* (perangkat keras) berupa computer, digital kamera, serata *software* berupa program *grafis Adobe Photoshop CS 6, Corel Draw X 5*. Proses finishing dilakukan dengan system *digital printing*.

D. Teknik Analisis Data

Analisis data yang digunakan Analisis data yang digunakan dalam perancangan media promosi ini adalah Analisis SWOT. Menurut Philip Kotler

dan Gary Amstrong (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.

Tabel 1: Analisis SWOT

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.

Sumber: Philip Kotler dan Gary Amstrong, 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 12 Jilid 1*. Jakarta: Penerbit Erlangga.

Berikut adalah penjabaran analisis SWOT berdasarkan faktor internal dan eksternal yang dimiliki oleh pantai Teleng Ria :

a) *Strengths* (kekuatan)

- (1) Pantai Teleng Ria memiliki berbagai obyek wisata di dalamnya sehingga wisatawan tidak hanya akan mendapatkan wisata pantai saja.
- (2) Selain sebagai tempat wisata para wisatawan juga bias melihat pameran batu akik yang menjadi ciri khas kota Pacitan.
- (3) Fasilitas yang memadai bagi wisatawan, seperti tempat parkir, kamar mandi, penginapan , kolam renang, rumah makan dan toko – toko.
- (4) Letak tempat wisata yang masih alami sehingga wisatawan tidak akan jenuh selama perjalanan karena disuguhi pemandangan hijau yang indah.

b) *Weakness* (kelemahan)

- (1) Kurangnya media promosi yang menunjukkan alamnya wisata di pantai Teleng Ria sehingga potensi wisata di pantai Teleng Ria kurang terekpose.
- (2) Kurangnya perawatan di beberapa fasilitas umum yang ada di pantai tersebut.

c) *Opportunities* (peluang)

- (1) Pantai Teleng Ria merupakan pantai yang banyak memiliki obyek wisata
- (2) Banyaknya peluang usaha yang masih dapat di manfaatkan oleh masyarakat sekitar atau pengusaha luar.

d) *Threats* (ancaman)

- (1) Pantai lain yang memiliki pemandangan yang lebih indah dan bagus.

Dari analisis data SWOT diatas maka dapat disimpulkan media – media promosi apa sajakah yang mampu mendukung pariwisata di pantai Teleng Ria.

Dan media – media tersebut adalah banner, poster, kaos, topi, tiket, jam dinding, mug, stiker, gantungan kunci , kalender, pin, sign system serta pembuatan ikon dari pantai Teleng Ria itu sendiri.

E. Program dan Estimasi Biaya

1. Program Biaya

Pelaksanaan program media dilaksanakan dengan estimasi waktu dalam jangka satu tahun agar tercipta komunikasi yang efektif dan efisien.

Tabel 2 : **Program Media Perancangan Media Promosi**

a. Pelaksanaan Program Media Utama (*Prime Media*)

No	NAMA MEDIA	BULAN					
		1-2	3-4	5-6	7-8	9-10	11-12
1.	<i>Banner</i>	√	√	√		√	

b. Pelaksanaan Program Media Pendukung (*Supporting Media*)

No	NAMA MEDIA	BULAN					
		1-2	3-4	5-6	7-8	9-10	11-12
1.	Poster	√	√	√	√	√	√
2.	<i>Sign System</i>	√	√	√	√	√	√
3.	Gantungan Kunci	√		√		√	
4.	Kaos	√		√		√	
5.	Tiket	√		√		√	
6.	Stiker	√		√		√	
7.	Topi	√		√		√	

8.	Kalender	√	√	√	√	√	√
9.	Jam dinding	√		√	√	√	
10.	Mug	√		√		√	
11.	Pin	√		√		√	

2. Estimasi Biaya

Estimasi biaya media promosi ditetapkan supaya pelaksanaan program dapat berjalan dengan lancar sesuai dengan harapan. Berikut perincian biaya media promosi :

Tabel 3 : **Estimasi Biaya Perancangan Media Promosi**

a. Estimasi Biaya Cetak Media Utama (*Prime Media*)

No	JENIS MEDIA	UKURAN	JUMLAH MEDIA	BIAYA
1.	<i>Banner</i>	7 x 4 m	2	Rp. 1.400.000,00

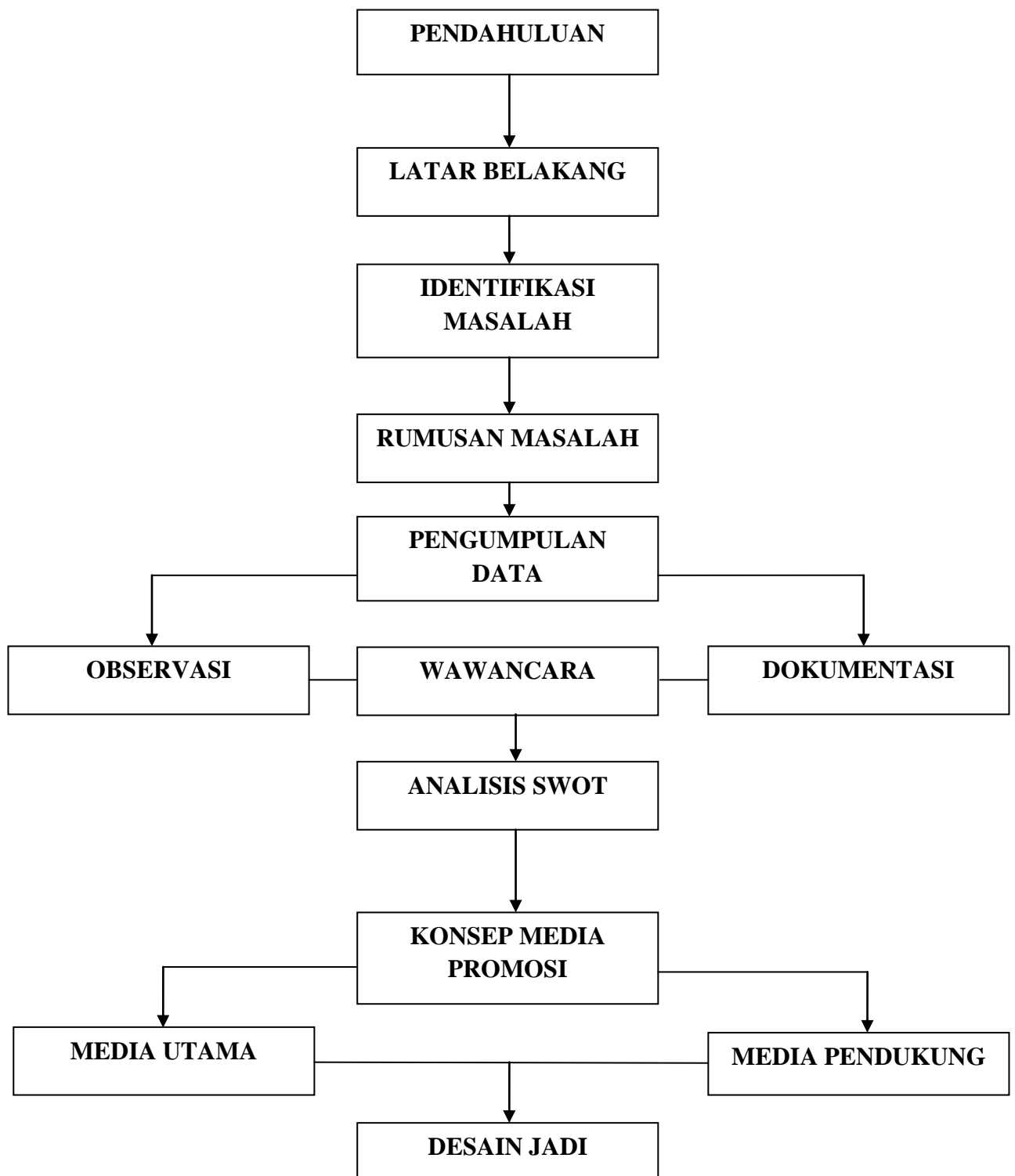
b. Estimasi Biaya Perancangan Media Pendukung (*Supporting Media*)

No	JENIS MEDIA	UKURAN	JUMLAH MEDIA	BIAYA
1.	Poster	A2	2	RP. 42.000,00
2.	<i>Sign System</i>			
3.	Gantungan Kunci	6 x 4 cm	10	Rp. 70.000,00
4.	Kaos	M dan XL	2	Rp. 165.000,00
5.	Tiket	8 x 15 cm	20	Rp. 10.000,00

6.	Stiker	10 x 7 cm	20	Rp. 40.000,00
7.	Topi		2	Rp. 80.000,00
8.	Kalender	A3	4	Rp. 8.000,00
9.	Jam Dinding	Diameter 22	1	Rp. 40.000,00
10.	Mug		2	Rp. 45.000,00
11.	Pin	Diameter 7,4 cm	5	Rp. 25.000,00

F. Skema Perancangan

Perancangan disusun secara sistematis supaya dapat menghasilkan karya yang terencana, berikut skema metode perancangan



G. Visualisasi Karya

1. Ikon

Ikon adalah tanda yang di dasarkan atas “ keserupaan” atau “kemiripan” (*resemblance*”) di antara representamen dan objeknya, entah objek tersebut betul – betul eksis atau tidak. Akan tetapi, sesungguhnya ikon tidak semata mata mencakup citra – citra realistis seperi lukisan, foto saja, melainkan juga ekspresi – ekspresi semacam grafik – grafik, skema – skema, peta geografis, persamaan – persamaan matematis, bahkan metafora (Budiman, 2005 : 56).

Melihat dari definisi dan fungsi ikon di atas tentunya pembuatan ikon sangatlah penting dalam suatu *brand*. Karena itu dalam perancangan media promosi ini membuat ikon sebagai pendukung dan identitas dari obyek wisata pantai Teleng Ria yang di promosikan. Ikon yang dibuat nantinya akan diaplikasikan ke media media promosi yang dibuat sebagai sebuah identitas. Karena itu pembuatan ikon pantai Teleng Ria harus mampu mewakili unsur yang ada di pantai Teleng Ria sehingga dengan melihat ikon tersebut audiens dapat langsung tahu pantai yang dimaksud.

Dalam perancangan ikon maupun perancangan media ini digunakan tiga jenis pendekatan yaitu *idea layout*, *rough layout* dan *comprehensive layout*.

a. *Layout Gagasan (Idea Layout)*



Gambar 12: *Layout Gagasan Perancangan Ikon 1*
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)



Gambar 13: *Layout Gagasan Perancangan Ikon 2*
(Sumber: Dokumentasi pribadi)



Gambar 14: *Layout* Gagasan Perancangan Ikon 3
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)



Gambar 15: *Layout* Gagasan Perancangan Ikon 4
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

b. *Layout Kasar (Rough Layout)*



Gambar 16: *Layout Kasar Desain Ikon*
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

c. *Layout Lengkap (Complete layout)*



Gambar 17 : ikon yang diaplikasikan pada *background* terang
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)



Gambar 18 : ikon yang diaplikasikan pada *background* gelap

(Sumber: Dokumentasi Pribadi)



Gambar 19 : ikon diaplikasikan pada *background* terang (versi *grayscale*).

(Sumber: Dokumentasi Pribadi)



Gambar 20 : ikon diaplikasikan pada *background* gelap (versi *grayscale*)

(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

2. Deskripsi Ikon

Ikon pantai Teleng Ria yang dirancang dibuat dalam dua macam aplikasi, yaitu ikon untuk aplikasi pada *background* gelap dan ikon untuk aplikasi pada *background* terang. Secara visual pada ikon pantai Teleng Ria terdapat gambar laut, ikan tuna, matahari, mercusuar dan tulisan “ Pantai Teleng Ria. Berikut merupakan deskripsi dari ikon pantai Teleng Ria yang dirancang :

a. Ikan Tuna

Ikan Tuna menjadi mayoritas penghasilan nelayan yang ada di pantai Teleng Ria saat ini. Karena hal itu maka pada perancangan ikon pantai Teleng Ria ini dengan menggunakan ikan tuna sebagai dasar pembuatan ikon untuk pantai Teleng Ria. Ikan tersebut di buat kartun dengan warna abu abu (C: 38 , M: 25, Y: 22, K: 0). Warna abu – abu di pilih karena dirasa mendekati warna ikan tuna

tersebut. Selain itu warna abu – abu memberikan kesan ketenangan, keteduhan, elegan. Warna abu – abu mudah di kombinasikan dengan berbagai macam warna lain, karena tidak bersifat kontras.

b. Laut

Dalam pembuatan ikon pantai tentunya memasukkan unsur laut atau air sangatlah penting agar *audiens* dapat langsung paham. Dalam ikon pantai Teleng Ria yang dibuat, gambar laut ditunjukkan memiliki dua tingkatan yaitu bagian atas dan bawah. Bagian atas memiliki bentuk yang lebih panjang dan bergelombang hal ini sebagai simbol laut yang luas dan berombak sedangkan bagian bawah memiliki bentuk yang lebih pendek dan tidak terlalu bergelombang. Sedangkan warna yang dipilih adalah warna dasar biru (C: 85, M: 42, Y: 23, K: 0) untuk menyimbolkan warna air.

c. Mercusuar

Selain ikan tuna sebagai unsur utama pembuatan ikon , mercusuar juga terdapat pada desain tersebut, karena selain dengan hasil mayoritas nelayan ikan tuna, disisi lain pantai Teleng Ria juga mempunyai mercusuar yang ada di sisi barat pantai . Simbol mercusuar pada ikon terletak di sebelah kanan dengan pemberian warna coklat (C: 55, M: 59, Y: 83, K: 9), hitam (C: 82, M: 78, Y: 78, K: 60), putih (C: 0, M: 0, Y: 0, K: 0) dan abu – abu (C: 36, M: 28, Y: 27, K: 0). warna tersebut di buat kontras supaya dapat menarik minat *audiens*.

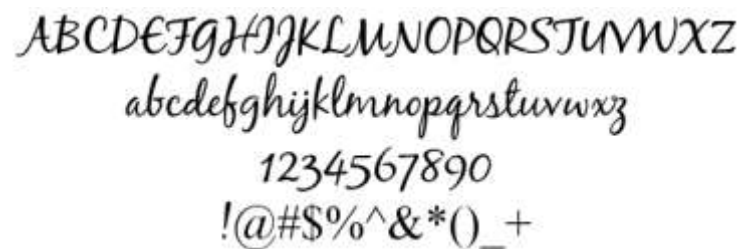
d. Matahari

Pemandangan pantai yang tak lepas dari sasaran wisatawan saat berada dipantai adalah pemandangan *Sunrise* atau pemandangan matahari terbit. Karena

hal itu telah melekat di pemikiran banyak orang maka pada ikon pantai Teleng Ria inipun dimunculkan *image* matahari. Gambar matahari dibuat berbentuk lingkaran dan berwarna kuning (C: 0, M: 0, Y: 93, K: 0), warna kuning dipilih supaya memberi kesan kegembiraan, terang, cerah, dan bersinar.

e. Tulisan

Pada ikon pantai Teleng Ria, teks pada ikon digunakan sebagai penjelas maupun identitas dari ikon yang dimaksud. Tulisan “ Pantai Teleng Ria” menggunakan warna hijau (C: 53, M: 0, Y: 77, K: 0), putih (C: 0, M: 0, Y: 0, K: 20) , contour hijau (C: 91, M: 43, Y: 100, K: 8) untuk memberi kesan segar, alami , sejuk dan bersifat menenangkan. Jenis huruf yang dipilih untuk tulisan pantai merupakan jenis huruf *Black Jack* . berikut ini adalah bentuk jenis huruf *Black Jack* :



Gambar 21: huruf *Black Jack*

(Sumber : Dokumentasi Pribadi)

Sedangkan tulisan Teleng Ria menggunakan jenis huruf *customs*, Ikon yang dibuat memiliki dua versi, yaitu ikon untuk aplikasi pada *background* gelap dan ikon untuk aplikasi pada *background* terang.

3. Komposisi Ikon

Secara visual komposisi ikon disusun secara *asimetris* supaya terlihat menarik, kreatif dan menghilangkan kesan yang monoton. Ikon pantai teleng Ria terbentuk atas dari beberapa unsur yang telah disusun menjadi satu. Ikan tuna sebagai mayoritas hasil tangkapan nelayan, matahari, kemudian diikuti dengan mercusuar yang di letakkan di bagian sebelah kanan ikan tuna. Di bawahnya terdapat unsur ombak diikuti dengan tulisan Pantai Teleng Ria sebagai sistem informasi. Penyusunan ikon dibuat dengan mengolah garis dan bidang menjadi bentuk – bentuk lengkung dan dinamis untuk menampilkan kesan yang menarik terhadap audiens.

H. Media Promosi

Ada banyak sekali jenis media promosi yang digunakan untuk beriklan, akan tetapi tidak semua media promosi memiliki tingkat efektifitas penyampaian pesan yang bagus. Oleh karena itu pembuatan media diperlukan media utama (*Prime Media*) dan media pendukung (*Supporting Media*).

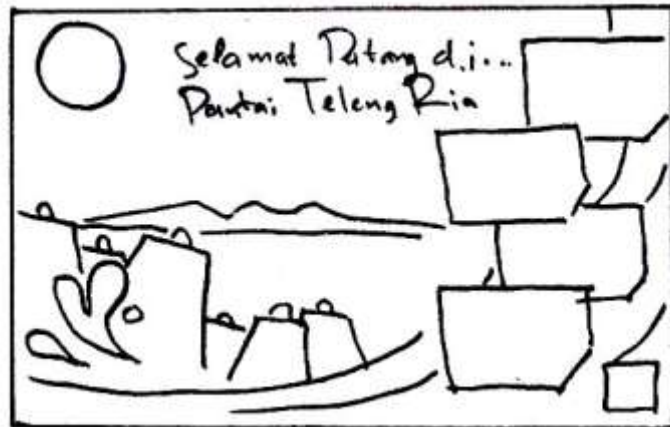
1. Media Utama (*Prime Media*)

Media utama menjadi prioritas dalam hal promosi karena dianggap paling tepat dalam menggapai para *audiens*. Media utama yang digunakan adalah *banner*. *Banner* dipilih karena dinilai memiliki efektivitas yang tinggi karena ukuran yang besar serta tingkat keterbacaan yang tinggi.

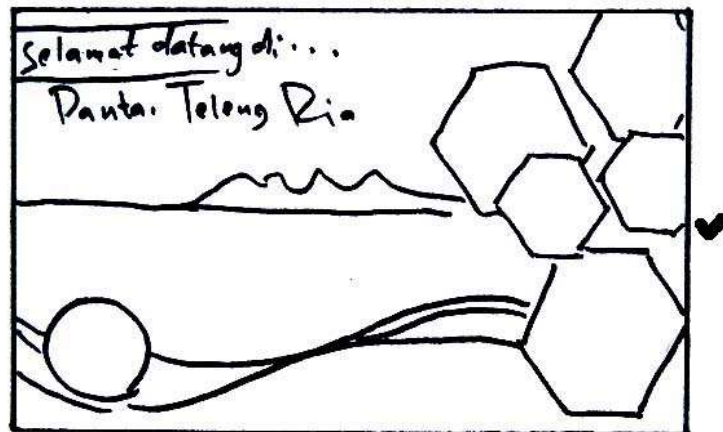
Banner termasuk dalam media luar ruangan (*outdoor*), *banner* sendiri merupakan sarana atau media promosi yang mempunyai unsur memberitakan

informasi atau kegiatan kepada masyarakat luas. Perancangan desain *banner* melalui tiga tahap, yaitu :

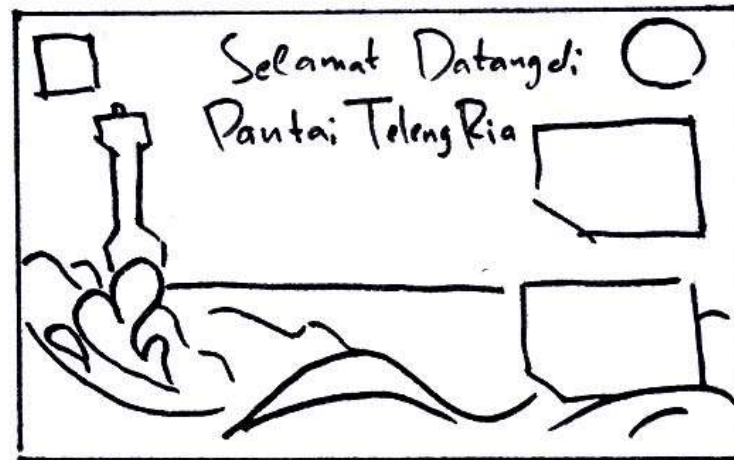
a. *Layout Gagasan (Idea Layout)*



Gambar 22: *Layout Gagasan 1*
(Sumber: Dokumentasi pribadi)

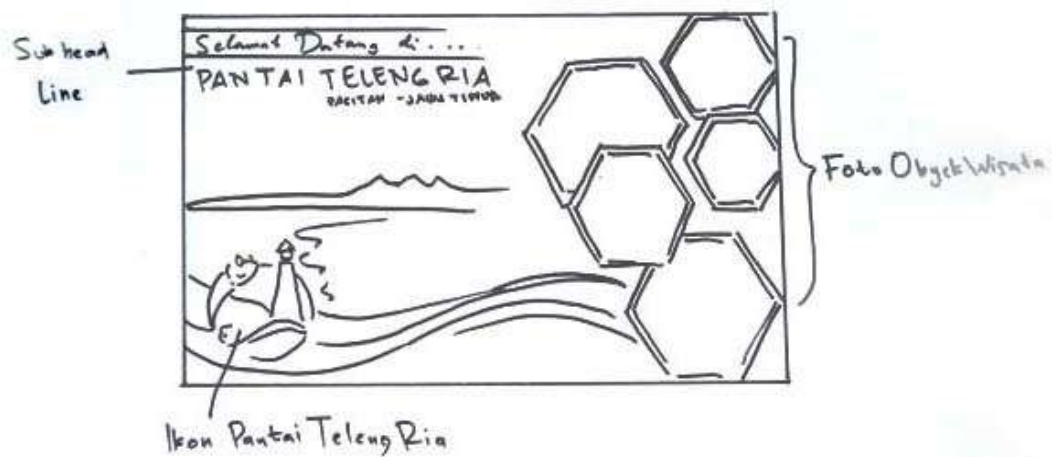


Gambar 23: *Layout Gagasan 2*
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)



Gambar 24: *Layout Gagasan 3*
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

b. Layout Kasar (Rough Layout)



Gambar 25: *Layout Kasar Banner*
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

c. *Layout Lengkap (Comprehensive Layout)*



Gambar 26: *Layout Lengkap Banner*
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

- | | |
|------------------------|------------------------|
| a. Nama Media | : <i>Banner</i> |
| b. Ukuran | : 7 x 4 m |
| c. Format | : <i>Landscape</i> |
| d. Bahan | : <i>Vynil</i> |
| e. Verbal | : |
| 1. <i>Headline</i> | : Pantai Teleng Ria |
| 2. <i>Subheadline</i> | : Selamat Datang di... |
| 3. <i>Body Copy</i> | : - |
| 4. <i>Closing Word</i> | : Pacitan Jawa Timur |

- f. Visual :
1. Ilustrasi : Perancangan *banner* di buat memakai foto pantai Teleng Ria untuk memunculkan *image* wisata pantai, penataan visualisasi berupa ikon pantai Teleng Ria dan foto obyek wisata.
 2. Warna : *Full Color*
 3. Tipografi : *Forte, Cooper Black, Century Gothic* dan *Customs*
 4. Visualisasi : Penataan dalam perancangan *Banner* lebih menekankan pada tingkat keterbacaan yang tinggi. Karena *Banner* akan di pasang di pintu masuk kota Pacitan baik yang dari arah barat maupun timur. Desain di buat dengan menampilkan pantai Teleng Ria serta wahana yang dapat di nikmati di sekitar pantai tersebut.

2. Media Pendukung (*Supporting Media*)

Media pendukung atau *supporting media* adalah sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan kepada *audiens* yang fungsinya untuk pendamping media utama. Tujuan adanya media pendukung adalah untuk memperluas jangkauan promosi tentang obyek wisata pantai Teleng ria tersebut.

a. Media Poster

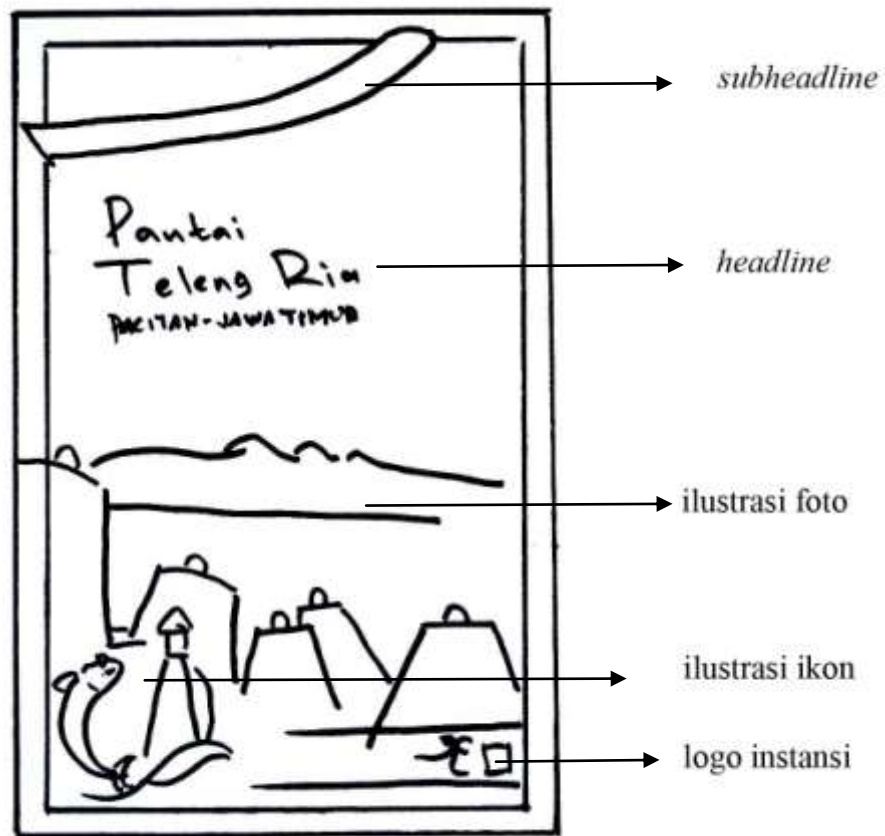
1. *Layout Gagasan (Idea Layout)*

Gambar 27: *Layout Gagasan Poster 1*
(Sumber: Dokumentasi pribadi)



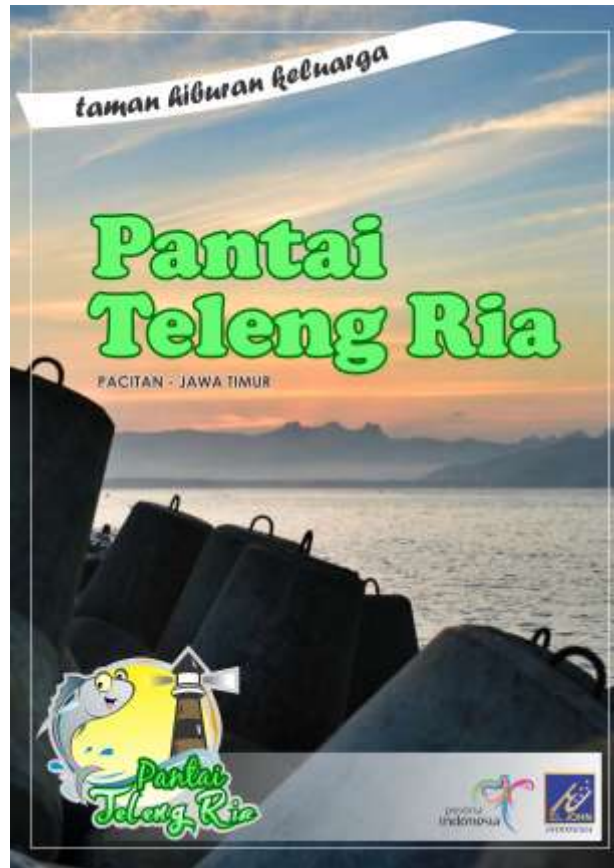
Gambar 28: *Layout* Gagasan Poster 2
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

2. Layout Kasar (Rough Layout)



Gambar 29: *Layout Kasar Poster*
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

3. Layout Lengkap (Comprehensive Layout)



Gambar 30: *Layout* Lengkap Poster
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

- | | | |
|-----------------------|---|------------------------|
| a. Nama Media | : | Poster |
| b. Ukuran | : | A2 |
| c. Format | : | Potrait |
| d. Bahan | : | Kertas <i>Ivory</i> |
| e. Verbal | : | |
| 1. <i>Headline</i> | : | Pantai Teleng Ria |
| 2. <i>Subheadline</i> | : | Taman Hiburan Keluarga |

3. *Body Copy* : -
 4. *Close Word* : Pacitan Jawa Timur
- f. Visual :
1. Ilustrasi : Menampilkan foto pantai Teleng Ria waktu pagi hari, di lengkapi jargon, ikon pantai Teleng Ria dan disertakan logo instansi yang terkait.
 2. Warna : *Full Color*
 3. Tipografi : *Forte, Cooper Black, Century Gothic* dan *Customs*

b. Media Kaos

1. *Layout Gagasan (Idea Layout)*



Gambar 31: *Layout Gagasan Perancangan Kaos Desain 1*
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)



Gambar 32: *Layout* Gagasan Perancangan Kaos Desain 2
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

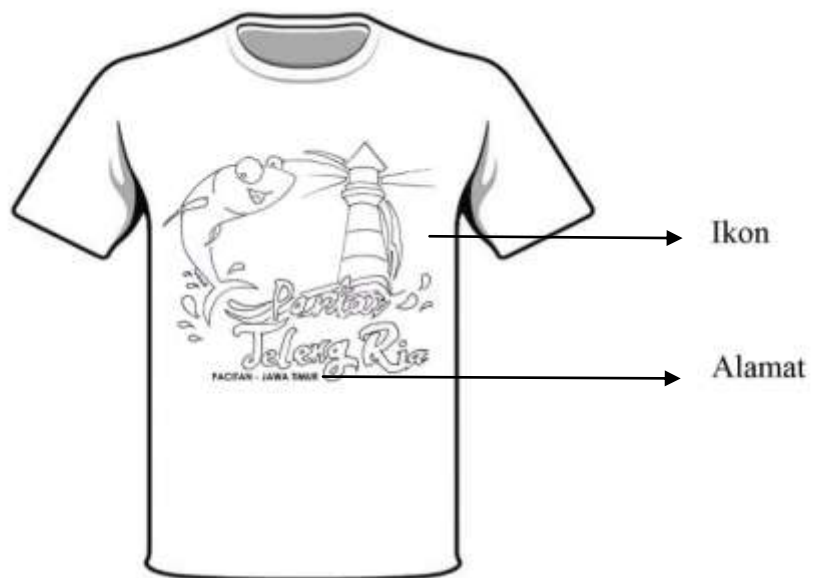


Gambar 33: *Layout* Gagasan Perancangan Kaos Desain 3
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)



Gambar 34: *Layout* Gagasan Perancangan Kaos Desain 4
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

2. *Layout* Kasar (*Rough Layout*)



Gambar 35: *Layout* Kasar Desain Kaos
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

3. *Layout Lengkap (Comprehensive Layout)*



Gambar 36: *Layout Lengkap Desain Kaos*
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

- a. Nama Media : Kaos
- b. Ukuran : M, XL
- c. Bahan : Cotton Combed 30s
- d. Visual :
 - 1. Ilustrasi : Desain kaos dengan memvisualisasikan Ikon pantai Teleng Ria dan tipografi Pantai Teleng Ria yang berkesan *simple* dan *elegan*.
 - 2. Warna : *Full Color*
 - 3. Tipografi : *Cooper Black, Century Gothic, Customs*

c. Media Topi

1. *Layout Gagasan (Idea Layout)*



Gambar 37: *Layout Gagasan Desain Topi 1*
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)



Gambar 38: *Layout Gagasan Desain Topi 2*
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)



Gambar 39: *Layout* Gagasan Desain Topi 3
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)



Gambar 40: *Layout* Gagasan Desain Topi 4
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

2. *Layout Kasar (Rough Layout)*



Gambar 41: *Layout Kasar Desain Topi*
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

3. *Layout Lengkap (Comprehensive Layout)*



Gambar 42: *Layout Lengkap Desain Topi*
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

- a. Nama Media : Topi Trucker
- b. Ukuran : 58 cm
- c. Bahan : Sablon Poliflex
- d. Visual :
 - 1. Ilustrasi : Warna topi menggunakan warna dasar putih dan hitam, pada bagian depan di beri ikon pantai Teleng Ria dengan tehnik sablon
 - 2. Warna : *Full Color*
 - 3. Tipografi : *Forte, Cooper Black, Century Gothic* dan *Customs*

d. Media Jam Dinding

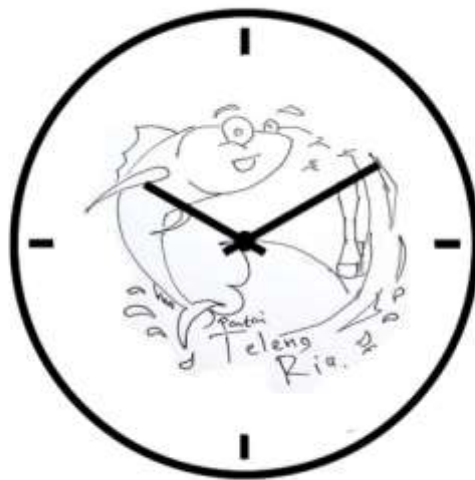
1. *Layout* Gagasan (*Idea Layout*)



Gambar 43: *Layout* Gagasan Desain Jam Dinding 1
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)



Gambar 44: *Layout* Gagasan Desain Jam Dinding 2
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

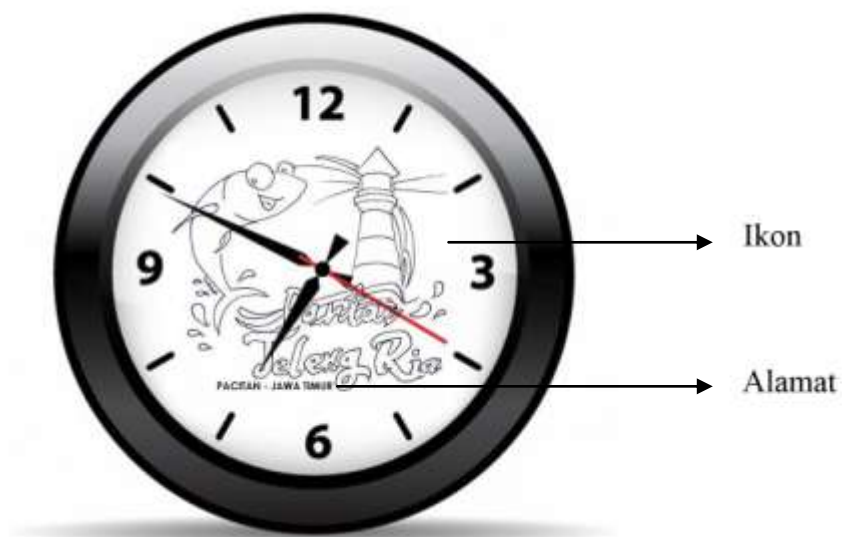


Gambar 45: *Layout* Gagasan Desain Jam Dinding 3
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)



Gambar 46: *Layout* Gagasan Desain Jam Dinding 4
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

2. *Layout Kasar (Rough Layout)*



Gambar 47: *Layout Kasar* Desain Jam Dinding
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

3. *Layout* Lengkap (*Comprehensive Layout*)



Gambar 48: *Layout* Lengkap Desain Jam Dinding
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

- | | |
|---------------|--|
| a. Nama Media | : Jam Dinding |
| b. Ukuran | :Diameter 22 cm |
| c. Format | : Lingkaram |
| d. Bahan | : <i>Ivory</i> 120 |
| e. Visual | : |
| 1. Ilustrasi | : Menggunakan desain ikon pantai Teleng
Ria |
| 2. Warna | : <i>Full Color</i> |
| 3. Tipografi | : <i>Forte, Cooper Black, Century Gothic</i> dan
<i>Customs</i> |

e. Media Mug

1. *Layout Gagasan (Idea Layout)*



Gambar 49: *Layout Gagasan Desain Mug 1*
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)



Gambar 50: *Layout Gagasan Desain Mug 2*
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)



Gambar 51: *Layout* Gagasan Desain Mug 3
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)



Gambar 52: *Layout* Gagasan Desain Mug 4
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

2. *Layout Kasar (Rough Layout)*



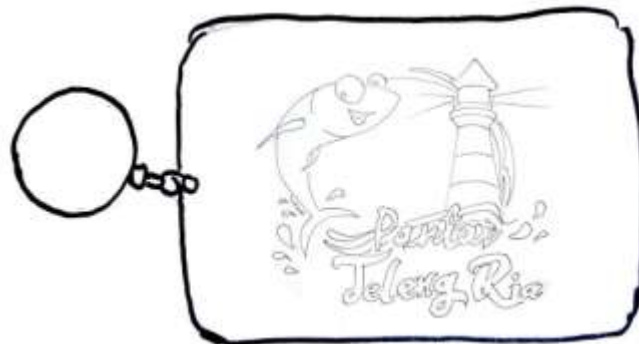
Gambar 53: *Layout Kasar* Desain Mug
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

3. *Layout Lengkap (Comprehensive Layout)*

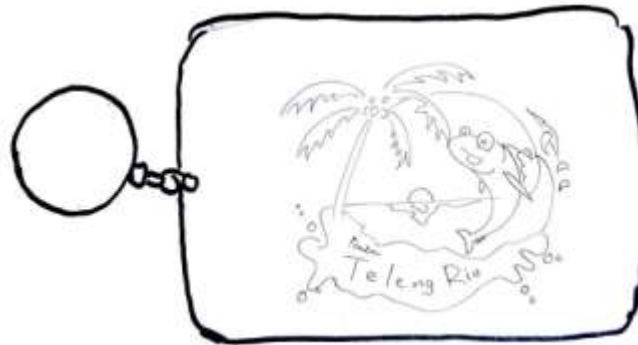


Gambar 54: *Layout Lengkap* Desain Mug
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

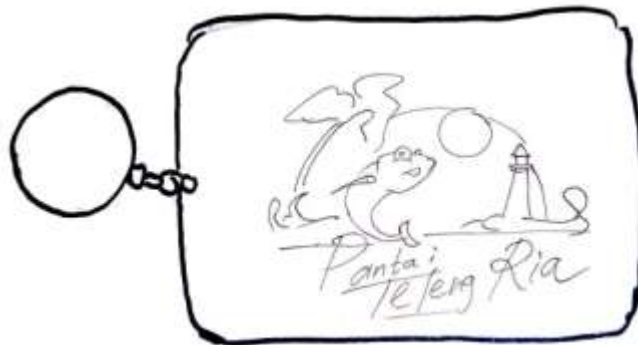
- a. Nama Media : Mug
- b. Ukuran : Medium
- c. Bahan : Keramik
- d. Visual :
 - 1. Ilustrasi : Desain yang di terapkan pada Mug yaitu ikon dari pantai Teleng Ria
 - 2. Warna : *Full Color*
 - 3. Tipografi : *Forte, Cooper Black, Century Gothic* dan *Customs*
- f. Media Gantungan Kunci
 - 1. *Layout* Gagasan (*Idea LAYOUT*)



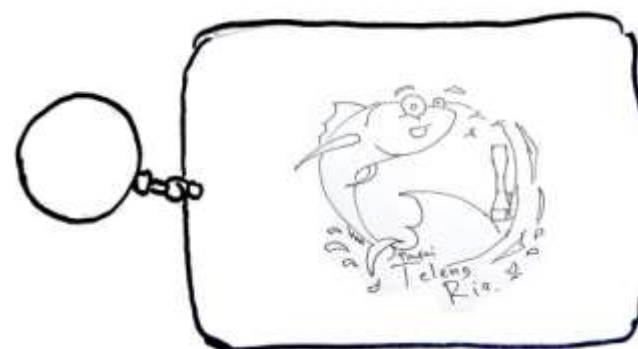
Gambar 55: *Layout* Gagasan Desain Gantungan Kunci 1
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)



Gambar 56: *Layout* Gagasan Desain Gantungan Kunci 2
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)



Gambar 57: *Layout* Gagasan Desain Gantungan Kunci 3
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)



Gambar 58: *Layout* Gagasan Desain Gantungan Kunci 4
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

2. *Layout Kasar (Rough Layout)*



Gambar 59: *Layout Kasar Desain Gantungan Kunci*
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

3. *Layout Lengkap (Comprehensive Layout)*



Gambar 60: *Layout Lengkap Desain Gantungan Kunci*
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

- a. Nama Media : Gantungan Kunci
- b. Ukuran : 6 x 4 cm
- c. Bahan : *Acliric*

- d. Verbal :
1. Ilustrasi : Gantungan kunci berbentuk segi empat, dengan aplikasi ikon pantai Teleng Ria
 2. Warna : *Full Color*
 3. Tipografi : *Forte, Cooper Black, Century Gothic* dan *Customs*

g. Media Pin

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



Gambar 61: *Layout* Gagasan Desain Pin 1
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)



Gambar 62: *Layout* Gagasan Desain Pin 2
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)



Gambar 63: *Layout* Gagasan Desain Pin 3
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)



Gambar 64: *Layout* Gagasan Desain Pin 4
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

2. *Layout* Kasar (*Rough Layout*)



Gambar 65: *Layout* Gagasan Desain Pin
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

3. *Layout Lengkap (Comprehensive Layout)*



Gambar 66: *Layout Lengkap Desain Pin*
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

- a. Nama Media : Pin
- b. Ukuran : Diameter 7,4 cm
- c. Bahan : Plastik
- d. Verbal :
 - 1. Ilustrasi : Pin berwarna putih dengan di aplikasikan ikon pantai Teleng Ria
 - 2. Warna : *Full Color*
 - 3. Tipografi : *Forte, Cooper Black, Century Gothic dan Customs*

h. Media Stiker

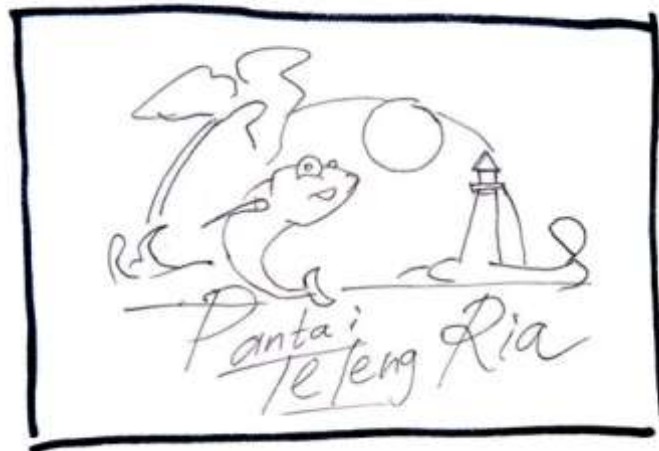
1. *Layout Gagasan (Idea Layout)*



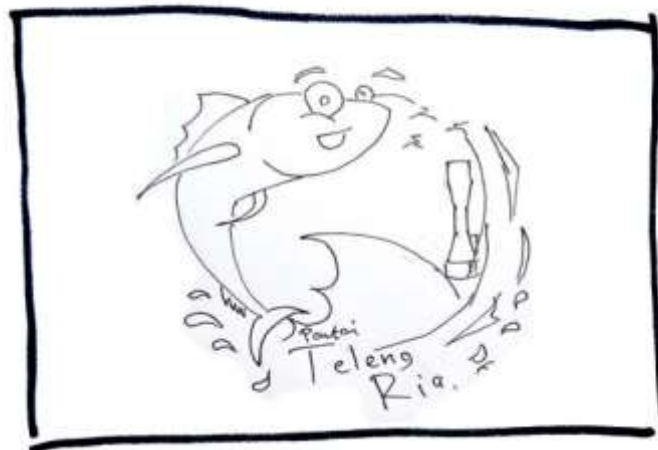
Gambar 67: *Layout Gagasan Desain Stiker 1*
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)



Gambar 68: *Layout Gagasan Desain Stiker 2*
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

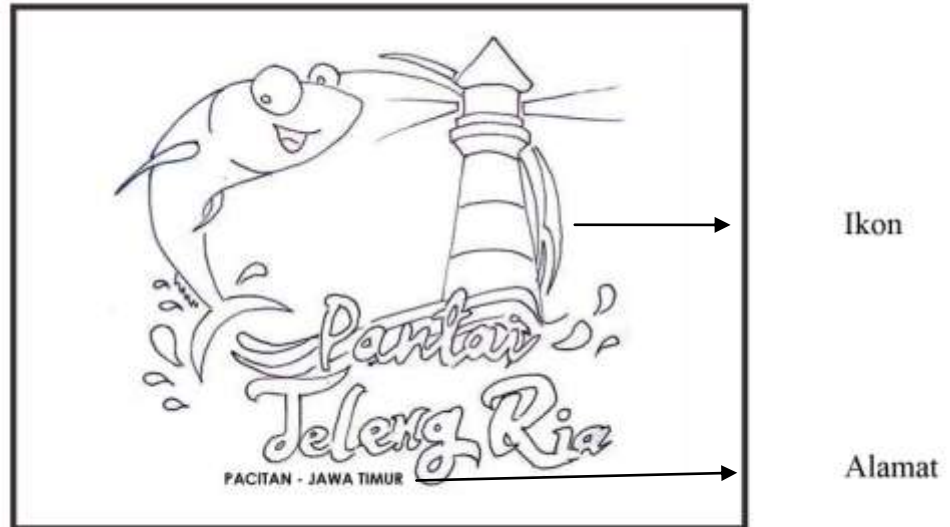


Gambar 69: *Layout* Gagasan Desain Stiker 3
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)



Gambar 70: *Layout* Gagasan Desain Stiker 4
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

2. *Layout Kasar (Rough Layout)*



Gambar 71: *Layout Kasar* Desain Stiker
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

3. *Layout Lengkap (Comprehensive Layout)*



Gambar 72: *Layout Lengkap Desain Stiker*
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

- | | | |
|------------------------|---|------------------------|
| a. Nama Media | : | Stiker |
| b. Ukuran | : | 10 x 7 cm |
| c. Format | : | <i>Landscape</i> |
| d. Bahan | : | Stiker Plastik |
| e. Verbal | : | |
| 1. <i>Headline</i> | : | Pantai Teleng Ria |
| 2. <i>Subheadline</i> | : | - |
| 3. <i>Closing Word</i> | : | Pacitan – Jawa Timur |
| f. Visual | : | |
| 1. Ilustrasi | : | Ikon pantai Teleng Ria |
| 2. Warna | : | <i>Full Color</i> |

3. Tipografi : *Forte, Cooper Black, Century Gothic dan Customs*

i. *Media Sign System*

1. *Layout Gagasan (Idea Layout)*



Gambar 73: *Layout Gagasan Desain Sign System 1*
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)



Gambar 74: *Layout Gagasan Desain Sign System 2*
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

2. *Layout Kasar (Rough Layout)*



Gambar 75: *Layout Kasar Desain Sign System*
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

3. *Layout Lengkap (Comprehensive Layout)*

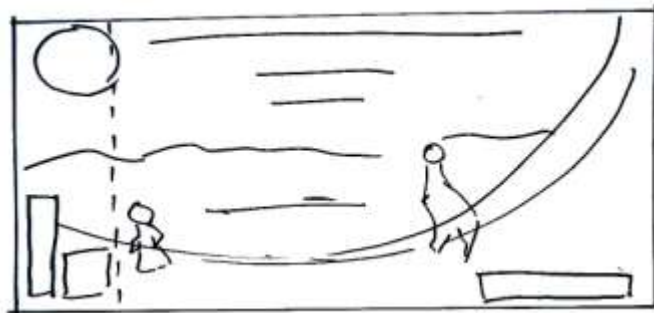


Gambar 76: *Layout Lengkap Desain Sign System*
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

- a. Nama Media : *Sign System*
- b. Ukuran : 60 x 30 cm
- c. Bahan : Alumunium
- d. Visual :
 - 1. Ilustrasi : Gambar ikan Tuna
 - 2. Warna : *Full Color*
 - 3. Tipografi : *Arial*

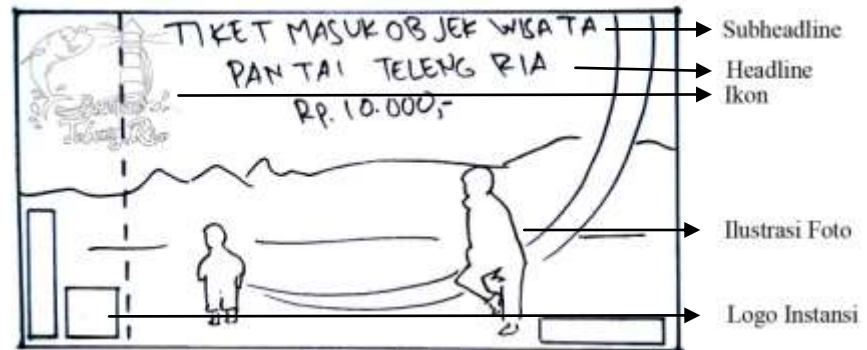
j. Media Tiket

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



Gambar 77: *Layout* Gagasan Desain Tiket
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

2. Layout Kasar (*Rough Layout*)



Gambar 78: *Layout Kasar* Desain Tiket
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

3. Layout Lengkap (*Comprehensive Layout*)



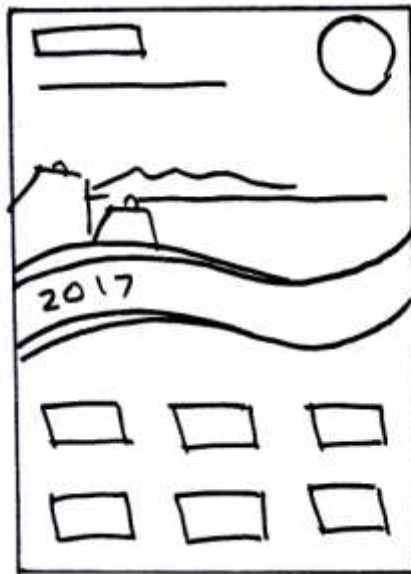
Gambar 79: *Layout Lengkap* Desain Tiket
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

- a. Nama Media : Tiket
- b. Ukuran : 15 x 8 cm
- c. Format : *Landscape*
- d. Bahan : Kertas
- e. Visual :
 1. Ilustrasi : Terdapat Ilustrasi Foto pantai Teleng Ria, ikon, dan lokasi pantai

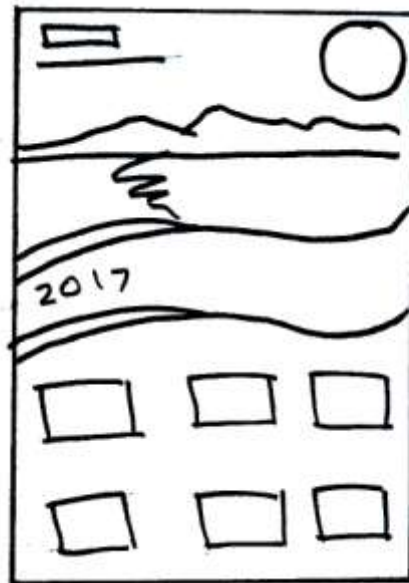
2. Warna : *Full Color*
3. Tipografi : *Cooper Black, Clarendon BT, Cooper Blac, Arial, Century Scoolbook dan Customs*

k. Media Kalender

1. *Layout Gagasan (Idea Layout)*

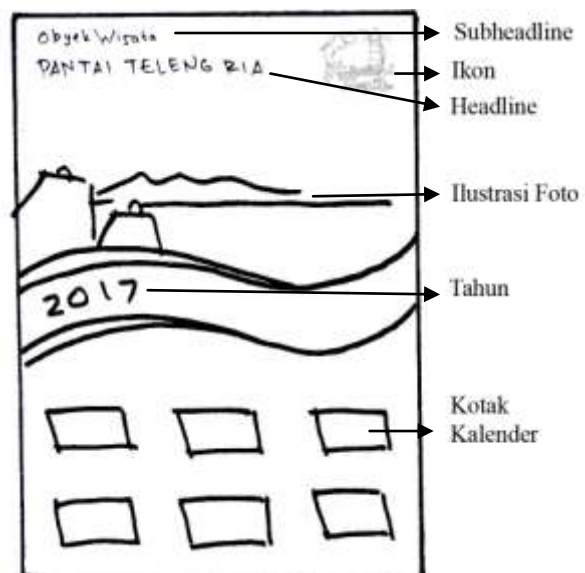


Gambar 80: *Layout Gagasan Desain Kalender 1*
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

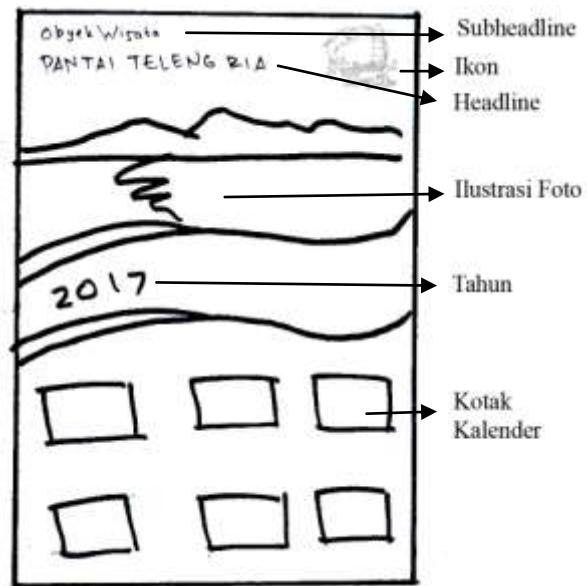


Gambar 81: *Layout* Gagasan Desain Kalender 2
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

2. *Layout* Kasar (*Rough Layout*)



Gambar 82: *Layout* Kasar Desain Kalender 1
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)



Gambar 83: *Layout Kasar Desain Kalender 2*
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

3. *Layout Lengkap (Comprehensive Layout)*



Gambar 84: *Layout Lengkap Desain Kalender 1*
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)



Gambar 85: *Layout* Lengkap Desain Kalender 2
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

- a. Nama Media : Kalender
- b. Ukuran : A3
- c. Format : *Portrait*
- d. Bahan : kertas *Ivory 320*
- e. Visual :
 1. Ilustrasi : Kalender dengan ilustrasi foto dan ikon pantai Teleng Ria
 2. Warna : *Full Color*
 3. Tipografi : *Cooper Black, Forte, Arial, Black Jack* dan *Customs*

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Perancangan ikon wisata yang diterapkan pada media promosi pantai Teleng Ria diharapkan dapat memperkuat *corporate identity* pantai Teleng Ria. Diharapkan pula dengan perancangan ini obyek wisata pantai Teleng Ria dapat dikenal oleh masyarakat luas, pengunjung semakin meningkat dan menambah pendapatan. Dengan meningkatnya pendapatan tersebut, pantai Teleng Ria dapat meningkatkan sarana dan prasarana yang selama ini masih menjadi kekurangan dari tempat wisata tersebut.

Berdasarkan hasil analisa dari proses pengumpulan dan pengolahan data dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

- 1) Konsep perancangan ikon dengan pengembangan media promosi yang menarik mampu menguatkan *corporate identity* wisata pantai Teleng Ria.
- 2) Jenis media utama dan media pendukung yang dipilih berdasarkan pertimbangan dan jangkauan. Dengan perancangan ikon dapat menjadi identitas pantai Teleng Ria dimata masyarakat luas.
- 3) Efektifitas perancangan ikon dapat memberikan informasi yang lebih lengkap mengenai wisata pantai Teleng Ria tersebut.
- 4) Media utama berupa *Banner*, sedangkan media pendukung berupa poster, kaos, topi, jam dinding, *mug*, gantungan kunci, pin, stiker, *sign system*, tiket dan kalender.

B. Saran

- 1) Bagi mahasiswa seni rupa hendaknya Tugas Akhir Karya Seni ini dijadikan sarana untuk belajar merancang suatu konsep kemudian dikembangkan 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 pihak swasta PT. El John, diharapkan dapat memanfaatkan media – media promosi supaya usaha promosi menjadi lebih maksimal, karena media promosi merupakan sarana berkomunikasi kepada masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Budiman, Kris. 2005. *Ikonisitas: Semiotika Sastra dan Seni Visual*. Yogyakarta : BukuBaik
- Darmaprawira, S. 1989. *Warna Sebagai Salah Satu Unsur Seni dan Desain*. Jakarta: Departemen Pendidikan dan Kebudayaan Direktorat Jendral Pendidikan Tinggi.
- Kusrianto, Adi. 2007. *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Philip Kotler dan Gery Amstrong. 2008. *Prinsip - Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Pujiriyanto. 2005. *Desain Grafis Komputer (Teori Grafis Komputer)*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Purnomo, H. 2004. *Nirmana Dwimatra*. Yogyakarta: Unit Produksi Seni Rupa Fakultas Bahasa dan Seni UNY.
- Rustan, S. 2008. *Layout, Dasar dan Penerapannya*. Jakarta: Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama
- Supriyono, R. 2010. *Desain Komunikasi Visual Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta : Andi
- Sihombing, Danton. 2001. *Tipografi Dalam Desain Grafis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Suyanto, M. 2004. *Aplikasi Desain Grafis Periklanan Dilengkapi Sampel Iklan Terbaik Kelas Dunia*. Yogyakarta. Andi Offset.
- Tinarbuko, Sumbo. 2009. *Semiotika Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Jalasutra.

www.scribd.com, diakses 24 Agustus 2016

www.wikipedia.org, diakses 28 Agustus 2016

LAMPIRAN

HASIL WAWANCARA SEPUTAR PANTAI TELENG RIA

1. Kenapa disebut pantai Teleng Ria?

Dinamakan pantai Teleng Ria karena dari letak geografis, keberadaan pantai ini berada di dalam kawasan atau lingkungan dengan nama dusun Teleng.

2. Berapa jarak tempuh ke pantai Teleng Ria?

Dari pusat kota Pacitan, jarak tempuh ke pantai Teleng Ria adalah sekitar 3 kilo meter, atau perjalanan 10 menit kendaraan bermotor.

3. Ada berapa jalur untuk ke pantai Teleng Ria?

Dikarenakan pantai Teleng Ria termasuk berada di dalam kota Pacitan, maka jalur tempuh untuk ke pantai Teleng Ria adalah sama dengan jalur tempuh menuju ke kota Pacitan, yakni :

- Dari arah barat, adalah dari arah Yogyakarta dan Solo, tepat pintu masuk kota Pacitan sebelah barat jika dilalui dari jalur provinsi.
- Dari arah utara, yakni dari arah Ponorogo, Madiun dan sekitarnya.
- Dan dari arah Timur yakni melalui Jalur Lintas Selatan yang tembus ke arah Trenggalek dan sekitarnya.

4. Ada fasilitas apa saja yang ada di pantai Teleng Ria?

Beberapa fasilitas yang ada di pantai Teleng Ria antara lain :

- Area pesisir pantai dengan pengawasan dari petugas penjaga pantai "*life guard*".
- Resort hunian berupa penginapan hotel *Surfing Bay Cottages* dilengkapi fasilitas ruang *meeting* dan juga *restaurant*.

- *Restaurant, Sea View Restaurant, Kampung Nelayan dan Steam Boat House Japanese food.*
- Taman hiburan berupa *Kampoeng Air Waterpark*, taman dan kolam bermain anak, ayunan, kolam anak-anak, kolam dewasa, *slider*, bak tumpah, *ria orchid*, *mini zoo*, kantin 88.
- *Kampoeng cemara*, tempat asik buat bersantai dibawah rimbunan pohon cemara.
- Pasar ikan goreng siap saji dan pusat cendera mata batu akik.
- Panggung *Songgobudoyo* untuk berbagai acara – acara kebersamaan.
- Bumi perkemahan.

5. Selama ini media apa saja yang digunakan untuk mempromosikan pantai Teleng Ria?

Promosi yang selama ini dilakukan oleh pantai Teleng Ria adalah :

- Media promosi offline dengan pemasangan – pemasangan spanduk dan baliho di sudut – sudut jalan ramai di beberapa kota besar.
- Media promosi onair, dengan media tayang televise dan radio.
- Media promosi online, dengan media website dan social media.

6. Berapa kira-kira jumlah pengunjung yang datang setiap akhir bulan?

Jumlah pengunjung di tahun 2016 tiap bulannya adalah sebagai berikut :

- Januari 48.848 pengunjung
- Februari 19.970 pengunjung
- Maret 20.154 pengunjung

- April 20.703 pengunjung
- Mei 37.022 pengunjung
- Juni 11.246 pengunjung
- Juli 76.918 pengunjung
- Agustus 15.954 pengunjung
- September 22.823 pengunjung
- Oktober 22.672 pengunjung
- November 17.925 pengunjung
- Desember 25.451 pengunjung

7. Berapa jumlah karyawan untuk mengelola pantai Teleng Ria?

Sampai tahun 2017 ini jumlah karyawan di pantai Teleng Ria adalah 74 karyawan.

8. Menurut bapak, sarana dan prasarana pantai Teleng Ria sudah memadai atau belum?

Sampai saat ini, pantai Teleng Ria masih dalam proses pembangunan untuk menambah fasilitas – fasilitas umum untuk para wisatawan.

9. Apa harapan dari perancangan ikon wisata setelah terealisasi?

Harapan kami kota Pacitan khususnya pantai Teleng Ria menjadi kota destinasi wisata baik lokal, domestik, hingga mancanegara.







