BAB III

STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL PROMOSI OBJEK WISATA PANTAI GEDAMBAAN

III.1 Pendekatan Komunikasi

Strategi dalam pendekatan komunikasi wisata Pantai Gedambaan ini dibuat dengan komunikasi yang mudah dimengerti oleh target audiens. Komunikasi tersebut diolah menggunakan bahasa verbal dan bahasa visual.

Komunikasi dalam penyebarluasan promosi Pantai Gedambaan ini mengandung arti adanya nilai-nilai budaya. Dalam hal ini masalah keberadaan Pantai Gedambaan yang akan dikomunikasikan kepada masyarakat luas. Strategi komunikasi sangatlah penting dalam perancangan media promosi ini, karena komunikasi yang tidak tepat sasaran akan menimbulkan protes dan pengaruh negatife bagi masyarakat.

Strategi yang dilakukan dalam promosi Pantai Gedambaan yaitu disampaikan secara informatif dan persuasif yaitu untuk menyampaikan atau membujuk konsumen supaya tertarik untuk berkunjung ketempat wisata Pantai Gedambaan.

III.1.1 Tujuan Komunikasi

Tujuan komunikasi yang bersifat informatif dan persuasif, agar target audiens dapat mengetahui keberadaan Pantai Gedambaan serta kelebihan-kelebihan yang terdapat didalamnya, sehingga target audiens tertarik untuk berkunjung ke objek wisata Pantai Gedambaan.

Dalam pembuatan strategi komunikasi objek wisata Pantai Gedambaan ini, tujuan komunikasi sangatlah penting agar pesan yang disampaikan dapat tepat sasaran, adapun tujuannya adalah:

- Untuk memperkenalkan objek wisata Pantai Gedambaan dengan menjadikan Ikon budaya sebagai *vocal power*, dan didukung fasilitas unggulan yang ada didalamnya.

- Agar dapat memberikan kesan keunikan yang dimiliki objek wisata Pantai Gedambaan, yaitu Pantai Gedambaan berada di bawah kaki Gunung Sebatung yang menjadi ciri khas Kab. Kotabaru

- Respon yang diharap adalah untuk meningkatkan pengetahuan masyarakat tentang keberadaan Pantai Gedambaan, dan meningkatkan ketertarikan masyarakat untuk berkunjung ke Pantai Gedambaan.

III.1.2 Tema Utama Pesan yang Disampaikan

Pesan utama dalam strategi komunikasi Pantai Gedambaan ini adalah menyampaikan informasi, bahwa objek wisata Pantai Gedambaan adalah tempat pariwisata yang menarik dikunjungi bagi masyarakat Kotabaru dan masyarakat di luar Kotabaru, karena Pantai Gedambaan memiliki sebuah keunikan yang tidak dimiliki oleh objek wisata Pantai lainnya yaitu Pantai Gedambaan memiliki bangunan-bangunan yang didesain seperti rumah adat Banjar, dan selalu diadakan upacara adat setiap tahunnya. Selain itu Pantai Gedambaan berada di bawah kaki Gunung Sebatung, yang mana Gunung Sebatung adalah ciri khas dari pada Kabupaten Kotabaru.

III.1.3 *Positioning*

Dalam rangka mengkomunikasi suatu produk kepada khalayak yang akan disampaikan dalam benak masyarakat sebagai target sasaran adalah suatu hal yang sangat penting. Dalam strategi komunikasi Pantai Gedambaan ini, akan mencoba membangun positioning dengan pendekatan yang telah dirumuskan.

Objek wisata Pantai Gedambaan sebagai tempat Wisata pantai yang berada di Kabupaten Kotabaru yang sangat tertanam nilai-nilai budaya di dalamnya, diantara nilai budaya tersebut yang paling menonjol adalah Pantai Gedambaan berada di bawah kaki Gunung Sebatung yang menjadi ciri khas serta ikon Kab. Kotabaru, hal tersebutlah yang menjadi kekuatan serta daya tarik pantai dan menjadi pembeda dengan kawasan wisata lainnya di Kalimantan Selatan khususnya dan di Indonesia pada umumnya. Disamping itu teradapat juga acara adat yang dilakukan setahun sekali, penginapan yang didesain menyerupai rumah adat yang disiapkan untuk wisatawa. Singkatnya yang membedakan wisata pantai yang lain dengan wisata Pantai Gedambaan adalah "Wisata pantai yang penuh budaya".

Kelebihan berupa keunikan tersebut dan fasilitas yang tersedia harus selalu terjaga, sehingga dapat menjadi daya tarik bagi Pantai Gedambaan sebagai daerah tujuan wisata.

III.1.4 Materi Pesan

Dalam stategi komunikasi Pantai Gedambaan memerlukan materi pesan yang akan disampaikan sebagai pesan dari komunikasi ini sendiri. Adapun materi yang akan disampaikan adalah:

- Memberikan informasi kepada khalayak tentang keberadaan Pantai Gedambaan sebagai objek wisata yang berada di Kab. Kotabaru
- Menjelaskan bahwa Pantai Gedambaan adalah objek wisata yang di dalamnya terdapat unsur-unsur budaya, yang paling ditonjolkan disini yaitu Pantai Gedambaan berada di bawah kaki Gunung Sebatung yang menjadi ikon Kab. Kotabaru, disamping itu juga bangunan penginapan yang didesain seperti rumah adat, dan juga acara adat.
- Kelengkapan fasilitas dan kenyamanan yang terdapat di Pantai Gedambaan.

III.1.5 Pendekatan Visual

Pendekatan bentuk visual yang akan ditampilkan dengan menggunakan foto yang diolah melalui proses komputerisasi, dengan mengutamakan tampilan yang dibuat sesederhana mungkin dan mengarah pada konsep yang ada, yaitu warna-warna yang digunakan memperlihatkan kesan sejuk, pantai dan budaya, tipografi yang dimunculkan dalam promosi ini adalah tipografi yang memiliki kesan ceria namun damai, dan yang paling penting adalah bisa dibaca dengan jelas oleh masyarakat. Media promosi ini memiliki sistem *layout* yang tidak terlalu rumit sehingga pesan yang akan disampaikan dapat dengan mudah diterima target sasaran.

III.1.6 Pendekatan Verbal

Penggunaan bahasa dalam proses pendekatan kepada khalayak sebagai pendukung sangatlah penting. Bahasa dapat mempengaruhi pemikiran, peilaku, dan pengambilan sikap, karena karakteristik bahasa mempengaruhi proses pemikiran pada otak manusia.

Bahasa yang digunakan dalam komunikasi Pantai Gedambaan adalah bahasa yang sederhana, singkat, tidak formal, dan jelas, penggunaan bahasa Indonesia yang sederhana agar khalayak sasaran akan lebih mudah mengerti dan memahaminya. Untuk mencari *copywriting* dalam perancangan komunikasi Pantai Gedambaan, maka dari kesimpulan tersebut dipilih salah satu yang paling cocok untuk dijadikan sebuah *copywriting* dengan pertimbangan dari keunikan yang dimiliki objek wisata Pantai Gedambaan, yaitu :

- *Tagline :* **Gedambaan Pantai berbudaya"**. Kalimat ini bersifat *informatif*, yang mana memiliki fungsi untu menginformasikan keberadaan Pantai Gedambaan, dan juga menginformasikan pantai

gedambaan memiliki keunikan yaitu terdapat nilai-nilai budaya di dalamnya.

- *Body copy :* **"Dengan 10.000 rupiah datanglah ke Gedambaan, nikamati pantainya dan budayanya".** Yang mempunyai fungsi sebagai kalimat *pesruasif.*

III.2 Strategi Kreatif Promosi Pantai Gedambaan

Penyampaian pesan dalam mempromosikan Objek Wisata Pantai Gedambaan kepada target audiens menggunakan pendekatan melalui visual yang menggambarkan keadaan Pantai Gedambaan, didukung *copywriting* dengan *tagline* dengan fungsi yaitu pendekatan informatif dan persuasif. Sehingga mampu mengenalkan keberadaan objek wisata Pantai Gedamaban kepada khalayak, dan mampu menarik perhatian khalayak untuk melihat, mengerti, dan kemudian mengambil sebuah tindakan agar dapat mengunjungi objek wisata Pantai Gedambaan.

III.3 Strategi Media

Penggunaan media yang akan dipilih adalah yang paling maksimal dalam menginformasikan keberadaan objek wisata Pantai Gedambaan beserta daya tarik yang dimilikinya, sehingga dapat meningkatkan jumlah wisatawan yang berkunjung ke Pantai Gedamabaan seperti yang diharapkan. Pengaplikasian media harus dilakukan secara konsisten serta sistematis agar ketepatan dan kesesuaian dalam promosi akan mencapai hasil yang maksimal.

III.3.1 Pemilihan Media

Pemilihan media akan dioptimalkan sesuai dengan kebutuhan dan juga efektifitas, baik waktu pembuatan maupun visual yang ditampilkan agar dapat mudah dimengerti oleh masyarakat, media-media tersebut adalah:

- **Media Utama**
    - Kalender dinding

      Yang digunakan sebagai media utama dalam promosi ini adalah kaleneder dinding, kerena kalender memiliki keunggulan ukurannya bisa disesuaikan dengan kebutuhan, produksinya murah. Kalender dapat dijadikan media promosi karena sangat berguna, sebab kalender selalu akan dilihat oleh masyarakat terutama target audiens jika ditempatkan di tempat yang tepat.
- **Media Pendukung**
    - Poster

      Khalayak dapat mengatur tempo dalam membaca informasi yang ada dalam poster, dan juga dapat mengulang bacaannya kembali dan mengatur cara membaca. Poster pun merupakan media yang dapat di tinjau ulang oleh pembaca dengan tenang, dapat membaca dengan teliti mengenai promosi Pantai Gedambaan dan dapat membaca kembali bagian-bagian menurut kehendaknya, dan ingkat keterbacaan tinggi dan penyebarannya mempunyai jangkauan luas.
    - *Billboard*

      Billboard dipasang di tempat-tempat umum di khususnya di Kabupaten Kotabaru, dan di Ibukota Provinsi Kalimantan Selatan yaitu Banjarmasin. Sehingga akan banyak yang melihat dan membacanya, dengan demikian *billboard* yang dipasang ditempat yang tepat akan mampu mencapai khalayak sasaran seluas-luasnya.
    - Umbul-umbul

      media promosi ini dipasang pada tiang atau kontruksi lain yang sifatnya tidak permanen, dan sangat berguna untuk menginformasikan keberadaan Pantai Gedambaan sebab mudah dilihat masyarakat karena ditempatkan ditempat umum.
    - Brosur

Menampilkan detail informasi tentang Objek Wisata Pantai Gedambaan, sehingga khalayak sasaran dapat membayangkan hal-hal menarik apa saja yang akan mereka dapatkan di Objek Wisata Pantai Gedambaan.

- Baliho

  Baliho dipilih karena dapat menggambarkan secara luas dengan ukurannya yang besar, dan akan menjadi perhatian bagi pengguna jalan karena ditempatkan di perempatan jalan.

- *Gimmick*
  - Stiker

    Bentuk media promosi melalui stiker disalurkan melalui loket tiket objek wisata Pantai Gedambaan, dan disampaikan dengan cara membagikannya langsung kepada pengunjung sebagai pengingat di kemudian hari.

  - *Paper bag*

    Bagi segmentasi objek wisata Pantai Gedambaan yang berada di kelas sosial menengah sangat suka memanfaatkan barang yang menjadi keperluan sehari-hari, termasuk *paper bag* yang biasanya digunakan untuk membawa barang-barang ringan ketika hendak bepergian.

  - Gantungan kunci

    Diberikan kepada para pengunjung saat berkunjung ke wisata Pantai Gedambaan, akan menjadi informasi di kemudian hari bagi orang lain yang melihatnya.

- *X-Banner*

  merupakan media pendukung yang berguna untuk memperkuat akan keberadaan Pantai Gedambaan, karena akan selalu menjadi perhatian bagi orang-orang yang berada di sekitarnya.

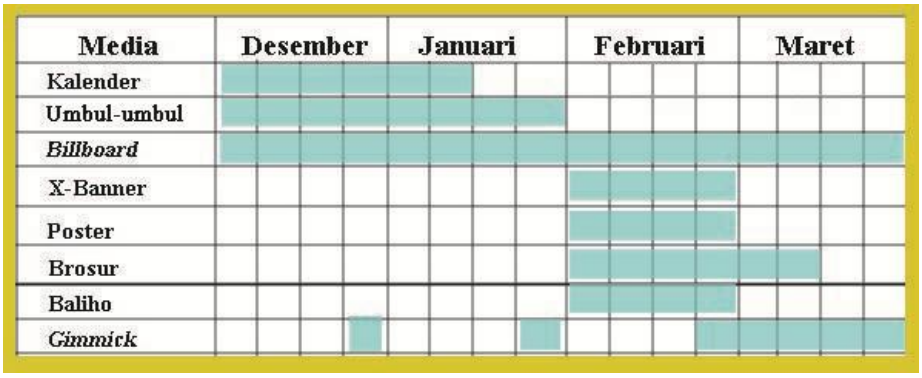
III.3.2 Tempat Penyebaran Media Promosi

Dalam menyusun strategi penyebaran media promosi perlu dipertimbangkan apa saja hal-hal yang mendasari atas dipromosikannya objek wisata Pantai Gedambaan. Letak lokasi objek wisata Pantai Gedambaan berada di daerah terpencil yaitu di Desa Gedambaan kabupaten kotabaru, sedangakan target sasarannya adalah masyarakata perkotaan yang berada di Kalimantan Selatan, sehingga mudahnya penyebaran di lakukan.

Penyebaran promosi akan dilakukan di provinsi Kalimantan Selatan terutama di Banjarmasin dan Kotabaru untuk sosialisasi masyarakat Kalimantan Selatan secara umum, yaitu di tempat-tempat seperti terminal, jasa *travel,* dan tempat umum. Setelah dilakukan penyebaran media dilakukan di Banjarmasin dan Kotabaru, maka akan dilakukan pula promosi kembali secara bertahap ke setiap kabupaten-kabupaten lain yang ada di Kalimantan Selatan.

III.3.3 Jadwal dan Tempat Penyebaran Media Promosi

Jadwal penyebaran media dilakukan empat empat bulan (4 bulan). Penyebaran dilaksanakan pada awal bulan Desember 2012 dan berakhir pada bulan Maret, kemudian akan ditinjau atau diulang bila diperlukan. Penyebaran dibagi ke dalam tiga tahap, yaitu tahap informasi, tahap persuasi, dan tahap pengingat hingga menimbulkan tingkah laku yang berkembang.



Gambar III. 1 Jadwal Penyebaran Media Promosi

Sumber: Dokumentasi Pribadi

Pada tahap awal promosi lebih ditekankan kepada pemberian informasi mengenai keberadaan objek wisata Pantai Gedambaan dengan media utama, kemudian media pendukung dipergunakan untuk disebar melalui biro-biro perjalanan pariwisata dan tempat yang dikunjungi oleh wisatawan misalnya swalayan, jalan umum, dan lain-lain. Berikut adalah tabel empat penyebaran media:

Tabel III. 1 Tempat Penyebaran Media Promosi

Tahap penyebaran media	Media	Tempat penyebaran media
Tahap informasi		Dibagikan di saat pengunjung datang, biro *travel*, kantor swasta, kantor pemerintah, loket tiket di terminal, dan warung
	Billboard	Hanya satu titik, yakni di pusat kota banjarmasin, Jl. Ahmad Yani Km.6
	Umbul-umbul	Satu titik di pusat kota setiap kabupaten di

		Kalimantan Selatan
Tahap persuasi	X-Banner	Di biro travel
	Brosur	Biro travel, loket tiket terminal, di penginapan murah
	Poster	Di loket terminal
	Baliho	Di perempatan jalan pusat kota
Tahap pengingat	Stiker (gratis)	Di loket objek wisata Pantai Gedambaan
	Gantungan kunci (gratis)	
	Paper bag (beli 3 tiket)	

Sumber: Dokumentasi Pribadi

III.4 Konsep Visual

Tema pada perancangan promosi ini memperlihatkan keunikan yang dimiliki objek wisata Pantai Gedambaan, yaitu terdapat nilai-nilai budaya di dalamnya seperti adanya acara adat yang selalu daiadakan setahun sekali, Pantai Gedambaan terletak di bawah kaki Gunung sebatung yang menjadi ikon kabupaten Kotabaru, dan penginapan yang terdapat di Pantai Gedambaan didesain seperti rumah adat Banjar. Maka tema yang digunakan pada perancangan promosi ini adalah pantai yang diwarnai dengan nilai-nilai budaya. Konsep dalam perancangan promosi ini menggunakan ilustrasi foto dengan dibungkus tampilan

*layou*t yang dibuat menggambarkan suasana pantai yang berbudaya, dan ditata dengan sesederhana mungkin. Sederhana dalam artian bahwa media promosi ini memiliki sistem navigasi yang tidak terlalu rumit sehingga pesan yang akan disampaikan dapat dengan mudah diterima target sasaran.

III.4.1 Format Desain

Format desain yang dipakai dalam media promosi ini menggunakan format *portrait* dan *landscape*, karena bentuk format *portrait* dan *landscape* mempunyai ukuran lebih panjang pada satu sisinya, baik horizontal maupun vertikal. Ini karena format yang seperti ini terlihat lebih mempunyai banyak ruang, sehingga informasi yang disampaikan pun lebih informatif. Di lain hal, format desain seperti ini lebih menarik dibandingkan dengan bentuk sama sisi atau bujur sangkar. Pertimbangan dari pemilihan dua format desain ini adalah :

- Format *portrait* lebih menonjolkan visual, agar dapat menarik perhatian para khalayak sasaran yang melihat.



Gambar III. 2 Format *portrait*

Sumber: Dokumentasi Pribadi

- Format *landscape* lebih mengutamakan banyaknya informasi yang ditampilkan.



Gambar III. 3 Format *landscape*
Sumber: Dokumentasi Pribadi

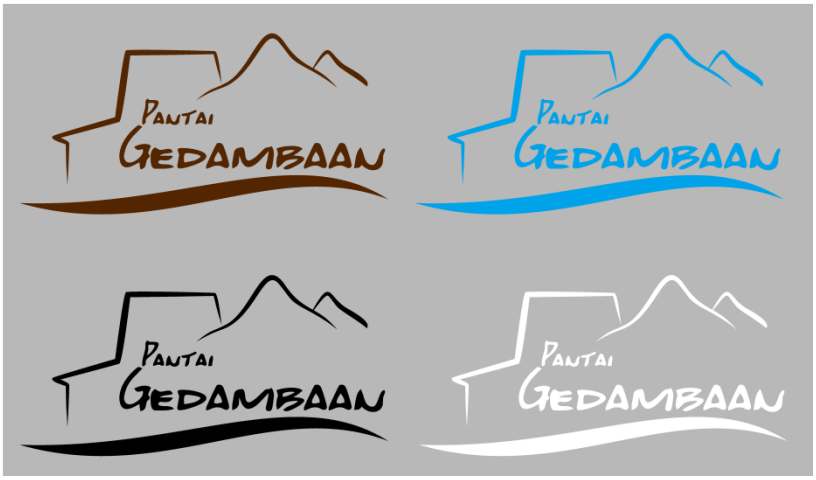
III.4.2 Logo

Dalam promosi Pantai Gedambaan dibutuhkan logo sebagai tanda pengenal, maka dibuatlah logo dengan konsep yang sederhana. Yaitu dengan menggunakan visual *siluet* gunung dan rumah adat Banjar yang kemudian disederhanakan lagi, dan tidak lupa membuat kesan pantai dengan memberikan tanda gelombang biru yang berada di bagian bawah logo.



Gambar III. 4 Logo
Sumber: Dokumentasi pribadi

Logo tersebut memiliki variasi-variasi warna yang suatu ketika akan bermanfaat jika harus diletakkan pada media-media yang mengharuskan melakukan perubahan pada warna logo.



Gambar III. 5 Variasi warna logo

Sumber: Dokumentasi pribadi

III.4.3 Konsep *Layout*

Penataan elemen-elemen desain grafis yang muncul dalam visual promosi ini akan dikomposisikan yang akan menjadi satu kesatuan. Gambaran suasana Pantai Gedambaan berada di atas dan disesuaikan dengan media aplikasi. Sedangkan identitas perusahaan selalu ditempatkan paling bawah dari gambaran. Kemudian *tagline* ditempatkan, sedangkan *body copy* ditempatkan di bawah foto-foto. Sedangkan foto-foto fasilitas dan keunikan yang dimiliki pantai Gedambaan diletakkan ditengah, Serta nama perusahaan yang selalu ditempatkan di bawah, ini agar memudahkan khalayak sasaran untuk menangkap informasi yang disampaikan. Komposisi pun disesuaikan dengan format desain yang digunakan sesuai dengan lokasi penempatan media itu sendiri.



Gambar III. 6 *layout*

Sumber: Dokumentasi Pribadi

Gambar di atas adalah dasar komposisi *layout* pada perancangan promosi objek wisata Pantai Gedambaan, dan bisa berubah menyesuaikan media yang digunakan.

III.4.4 Tipografi

Jenis huruf yang digunakan pada promosi ini mengacu pada thema yang ada, jenis huruf yang akan digunakan untuk *tagline* menggunakanjenis huruf ***Bobcat*** dan ***Eras Light ITC***, sedangkan untuk visual *body copy* menggunakan jenis huruf ***Harrington***. Jenis huruf ***Bobcat*** diartikan sebagai jenis huruf yang bergaya alami namun *modern* yang mempunyai keterbacaan jelas, sedangkan jenis huruf ***Harrington*** menggambarkan budaya banjar yang mana di setiap ujung hurufnya

terdapat lekukan yang selaras dengan budaya Banjar. Serta penggunaan jenis huruf untuk penulisan informasi menggunakan jenis huruf ***Tunga*** yang mempunyai keterbacaan jelas.

- Bobcat

  A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

  a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

  1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ,;:" ?/!@#%&

- Eras Light ITC (italic)

  A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

  a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

  1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ,.;:"?/!@#%&

- Harrington

  A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

  a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

  1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ,.;:"?/!@#%&

- Tunga

  A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

  a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

  1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ,.;:"?/!@#%&

Berikut adalah penerapan jenis-jenis huruf diatas terhadap *tagline* dan *body copy*

Tagline :



Body copy

Dengan **10.000** rupiah kita bisa menikmati pantai dan melestarikan budaya di **Gedambaan**

III.4.5 Ilustrasi

Ilustrasi yang digunakan dalam perancangan promosi objek wisata Pantai Gedambaan ini adalah Ilustrasi foto dari Pantai Gedambaan itu sendiri dan menampilkan keunikan serta fasilitas yang ada di Pantai Gedamban, untuk menimbulkan kesan suasana asli dari objek wisata Pantai Gedambaan. Sehingga nantinya menjadi suatu komposisi yang menarik untuk menyampaikan pesan yang informatif kepada khalayak sasaran promosi.



Gambar III. 7 *Frame* utama
Sumber: Dokumentasi Pribadi



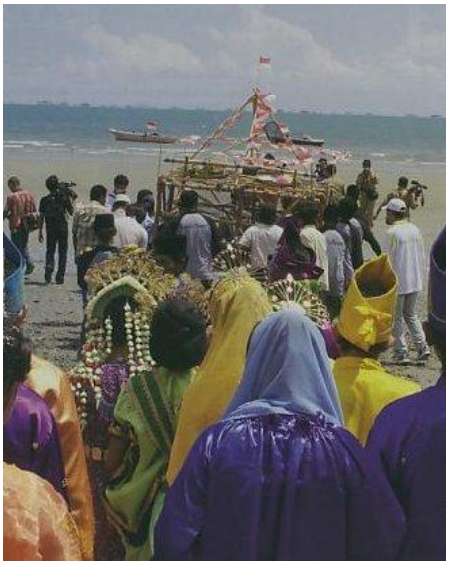
Gambar III. 8 Foto-foto utama

Sumber: Dokumentasi Pribadi



Gambar III. 9 Foto pendukung 1

Sumber: (http://travel.detik.com/read/2010/12/09/105712/1513759/1031)



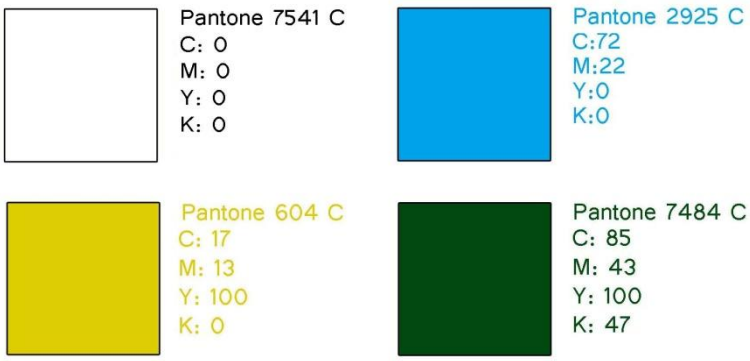
Gambar III. 10 Foto pendukung 2

Sumber :http://travel.ghiboo.com/menengok-upacara-adat-macceratasi-di-bumi-saijaan (diakses: 14/12/2011)

III.4.6 Warna

Dalam promosi Pantai Gedambaan ini menggunakan *color mode* CMYK dalam proses cetaknya, karena jika menggunakan CMYK maka hasil akhirnya akan maksimal. Sedangkan warna yang digunakan adalah warna putih, biru, kuning, dan hijau. Putih yang memberikan kesan bersih, warna biru yang akan memberikan kesan suasana pantai serta memiliki arti

alami, kesehatan, dan pandangan yang enak. Sedangkan kuning akan memberikan kesan budaya Banjar yang identik dengan warna kuning, selain itu kuning memiliki arti optimis,dan ceria. Dan warna hijau dipilih karna memiliki karakter alam.



Gambar III. 11 Warna yang Digunakan

Penerapan warna-warna tersebut pada media harus terukur agar kombinasi warna-warna tersebut sesuai dengan kesan yang ingin dibangun, berikut adalah gambaran warna-warna yang diterapkan pada media.



Gambar III. 12 Penerapan Warna Pada Media