



**PERANCANGAN POSTER SEBAGAI MEDIA PROMOSI
PARIWISATA PANTAI KARTINI JEPARA**

PROYEK STUDI

Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Seni Rupa

Pada Universitas Negeri Semarang

oleh

Nama : Muhammad Hasanudin

NIM : 2450406016

Prodi : Seni Rupa S1 Kons DKV

Jurusan : Seni Rupa

**FAKULTAS BAHASA DAN SENI
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG**

2013

LEMBAR PENGESAHAN

Proyek studi ini telah dipertahankan di hadapan sidang Panitia Ujian Tugas Akhir Studi Jurusan Seni Rupa, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Semarang pada:

Hari : Kamis

Tanggal : 29 Agustus 2013

Panitia Ujian

Ketua,

Sekretaris,

Drs. Syahrul Syah Sinaga, M.Hum
NIP.196408041991021001

Drs. Purwanto, M.Pd
NIP.195901011981031003

Penguji I

Rahina Nugrahani, S.Sn., M.Ds
NIP. 198302272006042001

Penguji II / Pembimbing II,

Penguji III / Pembimbing I,

Supatmo, S.Pd, M.Hum.
NIP. 196803071999031001

Drs. Nur Rokhmat, M.Pd.
NIP. 194908061976121001

PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa yang tertulis di dalam tugas akhir studi ini benar-benar hasil karya sendiri, bukan jiplakan karya orang lain, baik sebagian ataupun seluruhnya. Pendapat atau temuan orang lain yang terdapat dalam tugas akhir ini dikutip atau dirujuk dengan berdasarkan kode etik ilmiah yang berlaku.

Semarang, 29 Agustus 2013

Muhammad Hasanudin

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO:

**Jangan menunggu datangnya kesempatan
yang luar biasa bagimu tapi gunakanlah
kesempatan untuk menciptakan
sesuatu yang luar biasa**

PERSEMBAHAN:

Karya ini kupersembahkan untuk orang-orang yang menjadi bagian penting hidupku, kedua orang tuaku yang selalu mendukung setiap waktu.

SARI

**Judul: Perancangan poster media promosi pariwisata Pantai Kartini Jepara.
Pembimbing: Drs. H. Nur Rokhmat, M.Pd, Supatmo, S.Pd, M. Hum.**

Kata Kunci: perancangan, poster promosi pariwisata.

Pantai Kartini sebagai tempat pariwisata memiliki potensi alam yang sangat bagus. Kawasan wisata Pantai Kartini telah memiliki beragam fasilitas yang menarik bagi pengunjung antara lain: akuarium raksasa, dermaga, gardu pandang dan sebagainya. Hal tersebut membuat penulis tertarik untuk mengangkat dan mempromosikan pariwisata bahari Pantai Kartini Jepara sebagai subjek proyek studi dengan tujuan untuk mengenalkan wisata pantai Kartini Jepara kepada masyarakat dengan media poster. Poster berfungsi menarik wisatawan domestik maupun wisatawan mancanegara untuk berkunjung dan menikmati pariwisata Pantai Kartini Jepara dengan berbagai macam fasilitasnya.

Tujuan pembuatan poster ini yaitu penulis ingin menciptakan rancangan poster yang mampu berperan sebagai salah satu media alternatif untuk meningkatkan pariwisata Pantai Kartini Jepara. Sedangkan manfaatnya yaitu dapat dijadikan acuan sebagai media promosi untuk meningkatkan serta mengembangkan eksistensi pariwisata Pantai Kartini Jepara dan media informasi dan komunikasi tentang pariwisata Pantai Kartini Jepara.

Desain komunikasi visual adalah ilmu yang mempelajari konsep komunikasi yang bertujuan menyampaikan pesan dan gagasan secara visual ke khalayak dengan daya kreatif melalui berbagai media, salah satunya adalah poster. Poster adalah gambar pada selembar kertas yang pada umumnya berukuran besar dan pemasangannya ditempel atau dipajang kepada khalayak di tempat umum dengan gambar atau tulisan yang menonjol. Desain poster media promosi sangat erat kaitannya dengan unsur-unsur visual dan prinsip-prinsip desain.

Konsep karya pada poster promosi Pantai Kartini adalah dengan mengambil dan mencari contoh dan bentuk desain poster promosi pariwisata sebagai referensi yang relevan untuk penulis. Data-data yang telah terkumpul kemudian diolah dengan aplikasi *software* Photoshop dan Corel Draw dan dijadikan ide kreatif oleh penulis dalam membuat desain poster pariwisata.

Dalam proyek studi ini penulis menyajikan tiga belas karya poster dengan ukuran 42 x 29,7 cm (A3). Dibuat dengan memperhatikan aspek teknis, estetis, dan komunikasi. Dengan adanya poster sebagai media promosi Pantai Kartini Jepara, bagi Pemerintah Daerah Kabupaten Jepara diharapkan agar lebih meningkatkan promosi obyek wisata terutama wisata bahari yang berada di kota Jepara ini ke seluruh masyarakat Indonesia maupun mancanegara karena karya desain poster dalam proyek studi ini dapat dijadikan sebagai salah satu alternatif yang dapat dipakai sebagai media promosi ke masyarakat luas.

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kehadiran Allah SWT, yang telah memberikan hidayah dan karunia-Nya kepada penulis, yang telah memberi kesempatan belajar sampai ke jenjang Universitas dan Alhamdulillah mampu menyelesaikan Proyek Studi ini, dengan judul "PERANCANGAN POSTER MEDIA PROMOSI PARIWISATA PANTAI KARTINI JEPARA".

Sholawat dan salam yang disampaikan kepada Nabi Muhammad SAW, keluarga beliau serta para sahabat serta para pejuang pada bidang pendidikan dan kesenian.

Dalam penulisan proyek studi ini penulis tidak lepas dari bimbingan dan saran-saran dari berbagai pihak sehingga dapat menyelesaikan proyek studi ini. Oleh karena itu penulis sampaikan terimakasih kepada :

1. Prof. Dr. Fathur Rokhman, M.Hum. selaku Rektor Universitas Negeri Semarang, yang telah memberikan kesempatan untuk menyelesaikan proyek studi di Program Studi Desain Komunikasi Visual,
2. Prof. Dr. H. Agus Nuryatin, M.Hum. selaku Dekan Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Semarang, yang telah memberikan kesempatan untuk menggunakan berbagai fasilitas dan sarana administratif.
3. Drs. Syafii, M.Pd., selaku Ketua Jurusan Seni Rupa, yang memberikan ijin dan arahan dalam penyusunan dalam proyek studi ini.
4. Supatmo, S.Pd, M.Hum, selaku Sekretaris Jurusan Seni Rupa, yang memberikan ijin dalam penyusunan dalam proyek studi ini.

5. Drs. H. Nur Rokhmat, M.Pd. Pembimbing I yang senantiasa memberikan bimbingan, pengarahan proses studi dan proses pembuatan proyek studi ini yang telah mencermati setiap detail penulisan laporan hingga selesai.
6. Supatmo, S.Pd, M.Hum, Pembimbing II yang telah memberikan krtitik, saran dan motivasi selama menyelesaikan proyek studi ini.
7. Drs. Dewa Made K., M.Pd. Dosen wali yang telah membantu memperjuangkan proses studi hingga selesai.
8. Dosen-dosen Seni Rupa yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan khususnya Seni Rupa Kondentrasi DKV, yang sangat bermanfaat bagi penulisan proyek studi ini.
9. H. Murtadli dan Hj. Zaro'ah adalah orang tua penulis yang selalu mendo'akan, mendukung secara moril dan materil.
10. Kakak dan adik yang selalu mendukung dan memberi semangat.
11. Elookwee Community, Tony, Potlot, Boy, Agso, Susilo, Nanang dan Kamal. Yang selalu menemani baik suka maupun duka.
12. Teman-teman satu angkatan Seni Rupa Desain angkatan 2006, terima kasih atas bantuan dan dukungannya selama ini.

Semoga semua kebaikan yang diberikan kepada penulis dapat menjadi kemuliaan dan memperoleh pahala yang berlimpah dari Allah SWT.

Semarang, 29 Agustus 2013

Penulis

Muhammad Hasanuddin

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
SARI	v
PRAKATA	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR KARYA	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1.Alasan Pemilihan Tema	1
1.2.Alasan Pemilihan Jenis Karya.....	3
1.3.Tujuan Pembuatan Karya.....	5
1.4.Manfaat Pembuatan Karya	5
BAB II LANDASAN KONSEPTUAL	
2.1.Desain Komunikasi Visual.....	7
2.1.1Pengertian Desain Komunikasi Visual.....	7
2.1.2 Unsur-unsur Desain Komunikasi Visual.....	9
2.1.3.Prinsip-prinsip Desain Komunikasi Visual	13
2.2.Poster.....	17
2.2.1. Pengertian Poster.....	17

2.2.2. Jenis-jenis Poster.....	18
2.2.3. Penyampaian Pesan Melalui Poster	22
2.3. Media Promosi.....	23
2.3.1. Jenis-jenis Media Promosi	25
2.4. Pantai Kartini Jepara sebagai Objek Pariwisata.....	26
2.5. Konsep Berkarya.....	29

BAB III METODE BERKARYA

3.1. Media Berkarya.....	32
3.1.1. Bahan.	32
3.1.2. Alat	32
3.1.3. Perangkat Lunak.....	33
3.1.4. Teknik Berkarya	33
3.2. Proses Berkarya	34
3.2.1. Penetapan Tujuan	35
3.2.2. Studi Kepustakaan.....	36
3.2.3. Penetapan Target Audiens.....	36
3.2.4. Pencarian Gambar Utama.....	38
3.2.5. Gambar Pendukung	39
3.2.6. Seleksi Gambar	40
3.2.7. Pengembangan dan Komputerisasi	40
3.2.8. Konsultasi Dosen.....	43
3.2.9. Pencetakan.....	43
3.2.10. Pengemasan	44

3.2.11. Penyajian karya Desain dalam Pameran	44
3.3. Sebaran Media	45

BAB IV HASIL KARYA

4.1.Karya 1	47
4.1.1. Spesifikasi Karya.....	47
4.1.2. Deskripsi Karya.....	48
4.1.3. Analisis Karya	48
4.2. Karya 2	56
4.2.1. Spesifikasi Karya	56
4.2.2. Deskripsi Karya.....	56
4.2.3. Analisis Karya	57
4.3. Karya 3	64
4.3.1. Spesifikasi Karya.....	64
4.3.2. Deskripsi Karya.....	64
4.3.3. Analisis Karya	65
4.4. Karya 4	73
4.4.1. Spesifikasi Karya.....	73
4.4.2. Deskripsi Karya.....	73
4.4.3. Analisis Karya	74
4.5. Karya 5	81
4.5.1. Spesifikasi Karya.....	81
4.5.2. Deskripsi Karya.....	81
4.5.3. Analisis Karya	82

4.6. Karya 6	90
4.6.1. Spesifikasi Karya.....	90
4.6.2. Deskripsi Karya	90
4.6.3. Analisis Karya	91
4.7. Karya 7	99
4.7.1. Spesifikasi Karya.....	99
4.7.2. Deskripsi Karya	99
4.7.3. Analisis Karya	100
4.8. Karya 8	108
4.8.1. Spesifikasi Karya.....	108
4.8.2. Deskripsi Karya	108
4.8.3. Analisis Karya	109
4.9. Karya 9	117
4.9.1. Spesifikasi Karya.....	117
4.9.2. Deskripsi Karya	117
4.9.3. Analisis Karya	118
4.10. Karya 10	126
4.10.1. Spesifikasi Karya.....	126
4.10.2. Deskripsi Karya	126
4.10.3. Analisis Karya	127
4.11. Karya 11	134
4.11.1. Spesifikasi Karya.....	134
4.11.2. Deskripsi Karya.....	134

4.11.3. Analisis Karya	135
4.12. Karya 12	143
4.12.1. Spesifikasi Karya.....	143
4.12.2. Deskripsi Karya	143
4.12.3. Analisis Karya	144
4.13. Karya 13	152
4.13.1. Spesifikasi Karya.....	152
4.13.2. Deskripsi Karya	152
4.13.3. Analisis Karya	153
BAB V PENUTUP	
5.1.Simpulan	162
5.2.Saran.....	163
DAFTAR PUSTAKA	163
LAMPIRAN	

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Alasan Pemilihan Tema

Pariwisata merupakan salah satu pendapatan asli daerah (PAD) yang diharapkan dapat mmenjadi sumber pembiayaan penyelenggaraan pemerintah dan pembangunan daerah untuk meningkatkan dan menetapkan kesejahteraan masyarakat. Pariwisata adalah suatu perjalanan yang dilakukan orang untuk sementara waktu, yang diselenggarakan dari suatu tempat ke tempat lain meninggalkan tempatnya semula, dengan suatu perencanaan dan dengan maksud untuk menikmati kegiatan berpergian dan rekreasi atau untuk memenuhi keinginan yang beraneka ragam. (Fery, 2010).

Dalam kegiatan pariwisata banyak masyarakat yang bingung menentukan suatu lokasi di mana mereka akan mendatangi tempat untuk menghilangkan kepenatan pikiran dan sekedar menyegarkan pikiran. Oleh karena itu, suatu informasi tentang adanya lokasi obyek wisata sangat diperlukan oleh masyarakat sebagai sarana komunikasi yang tepat. Dalam proses penyampaian informasi suatu lokasi, harus dipilih media yang tepat sebagai sarana penyampaian informasi karena bisa mempengaruhi perkembangan suatu obyek yang disampaikan/dipromosikan. Sebagai apapun suatu objek jika dalam penyampaian/promosi tidak menggunakan media yang tepat maka target pemasaran yang diinginkan tidak akan maksimal. Seperti halnya dengan promosi lokasi pariwisata, tentunya juga

menggunakan media yang tepat untuk memaksimalkan pemasaran yang telah direncanakan.

Oleh karena itu, peranan media komunikasi untuk menyampaikan suatu informasi sangat diperlukan terutama untuk meningkatkan hasil pemasaran yang nantinya dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar. Misalnya saja, promosi tentang lokasi pariwisata Pantai Kartini Kartini Jepara. Berdasarkan informasi wawancara penulis dengan Bapak Andi pada tanggal 25 Desember 2011 selaku bagian promosi Pariwisata Kabupaten Jepara, Pantai Kartini Jepara memberikan kontribusi yang cukup besar untuk meningkatkan pendapatan daerah dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar.

Pada kenyataannya, berdasarkan observasi dan penelusuran data, Pantai kartini Jepara ramai dikunjungi oleh wisatawan hanya pada waktu tertentu saja, misalnya pada kegiatan syawalan, tahun baru dan libur sekolah. Ini dikarenakan lokasi wisata Pantai Kartini Jepara yang kurang strategis. Selain itu, lokasi Kota Jepara dan objek wisata Pantai Kartini Jepara terdapat di paling ujung Pulau Jawa sehingga wisatawan luar daerah yang ingin berkunjung ke Jepara berpikir dua kali karena letaknya yang cukup jauh.

Hal tersebut di atas membuat penulis ingin lebih mengenalkan kawasan Pantai Kartini Jepara pada masyarakat luas, tidak hanya masyarakat sekitar kota Jepara akan tetapi semua masyarakat Indonesia maupun mancanegara dengan cara membuat media untuk berpromosi.

Alasan tersebut juga yang membuat penulis tertarik untuk mengangkat dan mempromosikan pariwisata bahari Pantai Kartini Jepara sebagai subjek Proyek Studi. Penulis memilih pantai Kartini Jepara sebagai subyek yang mempromosikan tujuan wisata di Jepara. Masyarakat yang kurang begitu banyak mengetahui wisata di Jepara, dengan adanya promosi masyarakat akan lebih tahu mengenai wisata di Pantai Kartini Jepara.

1.2. Alasan Pemilihan Jenis Karya

Banyak cara dan media untuk melakukan promosi, misalnya melalui media poster, iklan cetak atau elektronik, dan lain-lain. Mengingat teknologi semakin maju dan terus berkembang, semakin banyak jenis media yang digunakan dan beragam cara untuk membuat media poster tersebut. Karya poster adalah salah satu media yang digunakan untuk menyampaikan pesan kepada khalayak umum dan diharapkan dapat menjadi media komunikasi satu arah kepada masyarakat agar bisa menerima pesan yang dimaksudkan. Poster tentang pariwisata Pantai Kartini Jepara merupakan salah satu media untuk mempromosikan potensi pariwisata Pantai Kartini Jepara. Pemanfaatan poster dalam promosi adalah dengan menempatkannya di tempat-tempat tertentu yang sekiranya strategis dan mudah dilihat oleh khalayak umum.

Poster merupakan salah satu media karya seni terapan dari seni rupa yang berupa lembaran kertas, atau papan berukuran besar, di dalamnya terdapat gambar dan tulisan yang menyampaikan pesan kepada

pembaca. Poster sebagai media informasi komunikasi satu arah merupakan media periklanan baik itu iklan komersil maupun iklan non komersil atau iklan layanan masyarakat.

Dalam Proyek Studi ini penulis memilih poster sebagai pilihan jenis karya karena poster merupakan sarana promosi yang efektif memiliki kesan gambar dan tulisannya bersifat ekonomis. Di samping itu poster merupakan sarana promosi yang praktis karena dapat ditempatkan di mana saja sehingga dapat dinikmati masyarakat dengan mudah. Dengan begitu pesan-pesan yang disampaikan lewat poster lebih mudah diterima dan bisa menarik perhatian. Dalam promosi wisata Pantai Kartini Jepara ini, karena target *audiens* adalah masyarakat Jawa Tengah dan masyarakat luar Jawa Tengah termasuk wistawan mancanegara maka poster dapat ditempel di hotel, kantor informasi pariwisata yang berada di kota jepara, kantor biro perjalanan pariwisata, bandara, terminal dan lain-lain.

Selain tampilan yang menarik dan mudah dipahami maksud dan tujuannya, kelebihan poster adalah karya desain grafis ini dapat dinikmati terus secara berulang dan akan meninggalkan kesan dan pesan tersendiri. Penikmat akan lebih leluasa dalam menikmati karya desain ini, karena karya desain ini tidak terikat oleh waktu dan karya poster dapat ditempatkan di tempat-tempat yang strategis yang dapat dilihat dan dibaca oleh banyak orang. Dalam perancangan media promosi ini, target promosi obyek wisata Pantai Kartini yang menggunakan media poster ini diharapkan dapat membuat masyarakat tertarik untuk berkunjung ke obyek

wisata tersebut dan akhirnya dapat meningkatkan pendapatan daerah Kabupaten Jepara.

1.3. Tujuan Pembuatan Karya

1.3.1 Mengungkapkan pengalaman estetis visual dari hasil pengamatan seputar Pantai Kartini Jepara dalam karya rancangan poster.

1.3.2 Menciptakan rancangan poster yang mampu berperan sebagai salah satu alternatif media promosi pariwisata Pantai Kartini Jepara.

1.4. Manfaat Pembuatan Karya

1.4.1 Bagi instansi terkait yakni Dinas Kebudayaan dan Pariwisata kabupaten Jepara, hasil Proyek Studi ini dapat dijadikan acuan sebagai media promosi untuk meningkatkan serta mengembangkan eksistensi pariwisata Pantai Kartini Jepara.

1.4.2 Secara akademik karya Proyek Studi ini menjadi wahana pengembangan pengetahuan dan ketrampilan dalam bidang Desain Komunikasi Visual, khususnya poster.

1.4.3 Bagi masyarakat, karya ini merupakan media informasi dan komunikasi tentang pariwisata Pantai Kartini Jepara.

BAB II

LANDASAN KONSEPTUAL

2.1 Desain Komunikasi Visual

Desain komunikasi visual atau dulu lebih dikenal dengan desain grafis merupakan salah satu bagian dari ilmu desain. Seperti halnya desain sebagai bagian dari seni rupa.

Istilah desain komunikasi visual sendiri digunakan untuk memperbaharui atau memperluas jangkauan cakupan ilmu dan wilayah kerja kreatif desain grafis (Tinarbuko 2009: 10). Selanjutnya di dalam ranah desain komunikasi visual ini dipelajari semua bentuk komunikasi yang bersifat visual seperti desain grafis, desain iklan, desain multimedia interaktif (Tim FSR ISI Yogyakarta 2009: 26).

Jelaslah bahwa keberadaan bidang studi desain komunikasi visual tidak lepas dari bidang studi desain grafis dan kedua bidang studi ini mempunyai porsi masing-masing dalam setiap masanya dan sejarah kebutuhan manusia.

2.1.1 Pengertian Desain Komunikasi Visual

Manusia sebagai makhluk sosial pastilah memerlukan hubungan atau komunikasi dengan orang lain. Dengan berkomunikasi orang dapat menyatakan ide, gagasan, maksud, pikiran, dan perasaannya kepada orang lain. Bila didasarkan pada arti desain dan komunikasi visual, maka desain komunikasi visual bisa berarti proses perencanaan yang memerlukan

pengalaman visual dan emosional. Desain menitikberatkan pada pengembangan bentuk lambang, gambar, serta disusun dengan mempertimbangkan unsur visual dan elemen desain, yang bisa dilihat oleh indra penglihatan sehingga diperoleh karya seni yang menarik, inovatif, serta bisa mempengaruhi orang yang melihatnya.

Apabila dilihat dari kata penyusunannya nama desain komunikasi visual, setidaknya memiliki tiga makna kata yang saling berkaitan, seperti yang telah disinggung di atas. Menurut Kusrianto (2007: 12) desain itu berkaitan dengan perancangan estetika, cita rasa, serta kreativitas. Komunikasi merupakan ilmu yang bertujuan menyampaikan maupun sarana untuk menyampaikan pesan, sedangkan visual adalah sesuatu yang dapat dilihat. Dari ketiga kata tersebut dapat dipahami bahwa kata komunikasilah yang menjadi tujuan pokoknya. Jadi dalam pembuatan desain karya pada prinsipnya adalah untuk mengkomunikasikan informasi dan pesan kepada masyarakat agar tertarik.

Menurut sejarahnya desain komunikasi visual tidak lepas dari desain grafis. Pada awalnya, media desain grafis hanya terbatas pada media cetak dwi matra (Kusrianto 2007: 11). Namun, perkembangannya semakin tidak terbendung, bahkan justru merambah ke dunia multimedia di antaranya audio dan video dan berkembang menjadi desain komunikasi visual.

Menurut Kusrianto (2007: 2), desain komunikasi visual adalah suatu disiplin ilmu yang bertujuan mempelajari konsep-konsep

komunikasi serta ungkapan kreatif melalui berbagai media untuk menyampaikan pesan dan gagasan secara visual dengan mengelola unsur-unsur grafis yang berupa bentuk dan gambar, tatanan huruf, serta komposisi warna serta *layout* (tata letak atau perwajahan).

Desain komunikasi visual menurut Tinarbuko (2009: 13) adalah ilmu yang mempelajari konsep komunikasi dan ungkapan daya kreatif, yang diaplikasikan dalam berbagai media komunikasi visual dengan mengolah unsur desain grafis terdiri dari gambar (ilustrasi), huruf, warna, komposisi, dan *layout*.

Dapat dipahami bahwa desain komunikasi visual adalah ilmu yang mempelajari konsep komunikasi yang bertujuan menyampaikan pesan dan gagasan secara visual ke khalayak dengan ungkapan daya kreatif melalui berbagai media.

2.1.2 Unsur-unsur Desain Komunikasi Visual

Dalam membuat desain sebuah karya tentunya mempunyai beberapa unsur yang harus dipenuhi untuk mencapai hasil desain memuaskan, terlebih desain promosi sebuah produk haruslah bersifat menarik dan informatif agar menarik konsumen. Unsur-unsur desain komunikasi visual tidak jauh berbeda dengan unsur-unsur pada desain grafis hanya penempatan desain pada media lebih berkembang dari dwi matra atau dua dimensi menjadi multimedia.

Berkaitan dengan hal tersebut, maka desain poster media promosi sangat erat kaitannya dengan unsur-unsur visual seperti garis, bidang, tekstur, warna, dan sebagainya. Unsur visual desain adalah unsur-unsur yang digunakan untuk mewujudkan desain, sehingga orang lain dapat membaca desain tersebut. Unsur visual tersebut mempunyai berbagai fungsi dan saling berhubungan sehingga merupakan suatu kesatuan yang utuh. Unsur-unsur visual desain meliputi:

2.1.2.1. Titik

Titik adalah salah satu unsur yang wujudnya relatif kecil, di mana dimensi memanjangnya dan melebarnya dianggap tidak berarti (Kusrianto 2007: 30). Maka dapat disimpulkan bahwa unsur visual desain yang paling kecil adalah titik.

2.1.2.2. Garis

Garis adalah tanda yang dibuat oleh alat untuk menggambar melewati permukaan (Suyanto 2004: 37). Garis juga dianggap sebagai unsur visual yang banyak berpengaruh terhadap pembentukan suatu objek sehingga garis, selain dikenal sebagai goresan atau coretan, juga menjadi batas suatu bidang atau warna (Kusrianto 2007: 30).

Berdasarkan kedua pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa garis adalah unsur desain yang menghubungkan antara satu titik dengan titik yang lain sehingga dapat berbentuk gambar, garis lengkung (*curve*) atau garis lurus (*straight*) sehingga membangun bentuk atau konstruksi desain.

2.1.2.3. Bidang

Bidang merupakan unsur visual yang berdimensi panjang dan lebar. Bidang bisa dihadirkan dengan menyusun titik maupun garis dalam kepadatan tertentu, dan dapat pula dihadirkan dengan mempertemukan potongan hasil goresan satu garis atau lebih (Kusrianto 2007: 30).

2.1.2.4. Ruang

Ruang dapat dihadirkan dengan adanya bidang. Ruang lebih mengarah pada perwujudan tiga dimensi sehingga ruang dapat dibagi dua, yaitu ruang nyata dan semu (Kusrianto 2007: 30).

2.1.2.5. Warna

Warna sebagai sifat cahaya ditentukan pada panjang pendeknya gelombang pancaran cahaya. Pada sebuah benda, warna ditentukan panjang cahaya yang dipantulkan terhadap benda itu, benda yang kebetulan memancarkan semua gelombang cahaya akan nampak putih, sebaliknya benda yang tidak memantulkan cahaya akan nampak hitam. Warna-warna utama berasal dari warna sebuah spektrum cahaya adalah merah, hijau dan biru yang apabila dicampurkan akan membentuk warna putih. Warna yang dihasilkan dari pigmen adalah warna utama merah, kuning, biru. Ketika warna-warna tersebut dicampur akan menimbulkan perpaduan warna yang mengarah ke warna gelap.

2.1.2.6. Gelap terang

Unsur visual gelap terang disebut juga nada (Sunaryo 2002: 19). Ungkapan gelap-terang sebagai hubungan pencahayaan dan bayangan dinyatakan dengan gradasi mulai dari yang paling putih untuk menyatakan terang, sampai yang paling hitam untuk bagian yang sangat gelap (Sunaryo 2002: 20).

Menurut Sunaryo (2002: 20) Unsur gelap-terang ini biasanya dimanfaatkan untuk berbagai kepentingan, antara lain:

- 2.1.2.6.1 memperkuat kesan trimatra suatu bentuk
- 2.1.2.6.2 mengiluskan kedalaman atau ruang
- 2.1.2.6.3 menciptakan kontras atau suasana tertentu.

2.1.2.7. Tekstur

Tekstur adalah nilai raba dari suatu permukaan. Secara fisik tekstur dibagi menjadi tekstur kasar dan halus, dengan kesan pantul mengkilat dan kusam (Kusrianto, 2007: 32).

Dalam seni, tekstur dikategorikan menjadi dua, yaitu tekstur *tactile* dan tekstur visual. Tekstur *tactile* adalah tekstur nyata, dapat dirasakan permukaannya dengan jari-jari. Kesan yang dirasakan timbul karena permukaan bahan yang berjenis-jenis. Adakalanya sebuah tekstur nampak halus jika dilihat dengan mata, tetapi berkesan kasar apabila diraba, demikian pula sebaliknya (Sunaryo 2002: 18).

Tekstur visual merupakan jenis tekstur yang diserap oleh penglihatan, walaupun dapat pula membangkitkan pengalaman raba.

Tekstur visual menurut Wong dalam Sunaryo (2002: 17) terdiri atas 3 (tiga) macam, yakni: tekstur hias; tekstur spontan; dan tekstur mekanis.

Tekstur hias merupakan tekstur yang menghiasi permukaan bidang dan merupakan isian tambahan yang dapat dibuang tanpa menghilangkan identitas bidangnya (Sunaryo, 2002:17). Tekstur spontan adalah jenis tekstur yang dihasilkan sebagai bagian dari proses penciptaan, sehingga meninggalkan jejak-jejak yang terjadi secara serta merta (spontan), akibat dari penggunaan bahan, alat, dan teknik-teknik tertentu (Sunaryo, 2002: 18). Sedangkan tekstur mekanis merupakan tekstur yang diperoleh dengan menggunakan sarana mekanis (Sunaryo, 2002: 18).

Dengan demikian unsur-unsur desain komunikasi adalah unsur-unsur yang digunakan untuk mewujudkan desain, sehingga orang lain dapat membaca desain tersebut dan mengkomunikasikan pesan atau gagasan yang ingin disampaikan. Unsur-unsur tersebut adalah garis, bidang, ruang, warna, gelap terang, dan tekstur.

2.1.3 Prinsip-prinsip Desain Komunikasi Visual

Dalam menyusun sebuah poster, selain menggunakan unsur-unsur visual, seorang desainer juga mempertimbangkan prinsip-prinsip desain dalam memadukan unsur-unsur visual ke dalam sebuah karya poster. Prinsip-prinsip tersebut seperti kesatuan (*unity*), keserasian (*harmony*),

irama (*rhythm*), dominasi (*point of interest*), keseimbangan (*balance*), dan kesebandingan (*proportion*). Adapun penjelasannya sebagai berikut:

2.1.3.1 Keserasian (*harmony*)

Keserasian (*harmony*) merupakan prinsip desain yang mempertimbangkan keselarasan dan keserasian antar bagian dalam suatu keseluruhan sehingga cocok satu dengan yang lain, serta terdapat keterpaduan yang tidak saling bertentangan (Sunaryo 2002: 32).

2.1.3.2 Irama (*rhythm*)

Irama atau (*rhythm*) sebenarnya bermakna sama dengan *repetition* atau pola perulangan yang menimbulkan irama yang enak untuk diikuti (Kusrianto 2007: 282). Perulangan yang teratur itu dapat mengenai jarak bagian-bagian, raut, warna, ukuran, dan arah yang ditata (Sunaryo 2002: 35). Selain itu perulangan tersebut dilakukan dari unsur satu ke unsur yang lainnya agar hasil karya poster tidak monoton.

2.1.3.3 Dominasi (*Point of Interest*)

Dominasi adalah pengaturan peran atau penonjolan bagian atas bagian yang lainnya dalam suatu keseluruhan (Sunaryo 2002:36). Dominasi pada sebuah karya dalam hal ini poster bertujuan menarik perhatian atau menjadi pusat perhatian.

Menurut Sunaryo (2002: 37) cara-cara untuk memperoleh dominasi ialah melalui mengelompokan bagian, Pengaturan arah, kontras atau perbedaan, perkecualian.

2.1.3.4 Keseimbangan (*balance*)

Keseimbangan (*balance*) merupakan prinsip desain yang berkaitan dengan pengaturan “bobot” akibat “gaya berat” dan letak kedudukan bagian-bagian, sehingga susunan dalam keadaan seimbang (Sunaryo 2002: 39). Menurut Kusrianto (2007: 279) Terdapat dua macam keseimbangan, yaitu keseimbangan formal atau simetris dan keseimbangan informal atau tidak simetris. Keseimbangan formal digunakan untuk menata letak unsur-unsur grafis agar terkesan rapi dan formal. Sebaliknya, keseimbangan informal memiliki tampilan yang tidak simetri. Menurut Sunaryo (2002: 40), keseimbangan ditambah satu lagi yaitu keseimbangan memancar (*radial balance*) merupakan bentuk keseimbangan yang diperoleh melalui penempatan bagian-bagian susunan diseperti pusat sumbu gaya berat. Pada keseimbangan ini, unsur-unsur ditempatkan mengelilingi suatu daerah yang berada di tengah bidang gambar.

2.1.3.5 Kesebandingan (*proportion*)

Sunaryo (2002: 40) mengatakan bahwa kesebandingan (*proportion*), berarti hubungan antar bagian atau antara bagian terhadap keseluruhannya. Pengaturan hubungan yang dimaksud

bertalian dengan ukuran, yakni besar kecilnya bagian, luas sempitnya bagian, panjang pendeknya bagian, atau tinggi rendahnya bagian. Pengaturan kesebandingan adalah agar dapat dicapai kesesuaian dan keseimbangan sehingga diperoleh kesatuan yang memuaskan (Sunaryo 2007: 41).

Dapat ditarik kesimpulan bahwa untuk memadukan semua unsur desain, maka dibutuhkan prinsip-prinsip desain komunikasi visual sehingga diperoleh suatu karya yang memiliki kesatuan, keserasian, irama, dominasi, keseimbangan, dan kesebandingan.

2.1.3.6 Hirarki Visual

Tidak semua komponen grafis sama pentingnya, *audience* harus terfokuskan/diarahkan pada satu titik. Ada beberapa tahap focus, mulai dari yang terpenting (dominan), pendukung (sub-dominan) dan pelengkap (sub-ordinan) (Hendratman 200:35).

- 2.1.3.6.1 Dominan adalah objek yang paling menonjol dan paling menarik.
- 2.1.3.6.2 Sub-dominan adalah objek yang mendukung penampilan objek dominan.
- 2.1.3.6.3 Sub-ordinan adalah objek yang kurang menonjol, bahkan tertindih oleh objek dominan.

Menurut Champman (dalam Sahman 1993:119), tahapan awal bagi seorang desainer dalam berkarya seni adalah menemukan ide/gagasan atau mencari sumber gagasan. Gagasan atau ide itu bisa

datang dengan desainer melihat keadaan sekitarnya baik kehidupan sosial, ekonomi maupun budaya.

2.1.3.7 Kesatuan (*unity*)

Kesatuan merupakan prinsip pengorganisasian unsur rupa yang paling mendasar. Tujuan akhir dari penerapan prinsip-prinsip desain yang lain, seperti keseimbangan, kesebandingan, irama, dan lainnya adalah untuk mewujudkan kesatuan yang padu atau kesetuhan (Sunaryo 2002: 31).

Prinsip kesatuan atau *unity* (pakar lain menyebut *proximity* yang artinya kedekatan) adalah hubungan antara unsur-unsur desain yang semula berdiri sendiri-sendiri serta memiliki ciri sendiri-sendiri yang disatukan menjadi sesuatu yang baru dan memiliki fungsi baru yang utuh (Kusrianto 2007: 285).

Jadi prinsip kesatuan merupakan prinsip dasar yang menyatukan beberapa unsur rupa atau unsur desain yang semula berdiri sendiri menjadi satu kesatuan yang utuh.

2.2 Poster

2.2.1 Pengertian Poster

Poster adalah iklan atau pengumuman yang diproduksi secara massal berupa gambar pada selembar kertas berukuran besar yang ditempel di dinding atau permukaan lain. Poster merupakan alat untuk mengiklankan sesuatu, sebagai alat propaganda dan protes, serta maksud-

maksud lain untuk menyampaikan berbagai pesan (Ensiklopedia Wikipedia dalam Kusrianto 2007: 338). Sementara itu menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (2005: 890), poster adalah plakat yang dipasang di tempat umum (berupa pengumuman atau iklan) dengan gambar yang mencolok dan tulisan.

Sebuah poster juga biasanya juga berguna secara komersial untuk mengiklankan suatu produk, suatu kegiatan, acara *entertainment*, *event-event* tertentu, maupun sebagai alat propaganda, namun banyak juga poster yang dibuat hanya untuk tujuan seni maupun hiasan.

Poster adalah gambar pada selemba kertas yang pada umumnya berukuran besar dan pemasangannya ditempel atau dipajang kepada khalayak di tempat umum dengan gambar dan atau tulisan yang menonjol (Kusrianto 2007: 330).

Berdasarkan pengertian poster di atas dapat disimpulkan bahwa poster adalah iklan atau pengumuman yang diproduksi secara massal berupa gambar pada selemba kertas berukuran besar untuk mengiklankan sesuatu, sebagai alat propaganda serta maksud-maksud lain untuk menyampaikan berbagai pesan pemasangannya ditempel atau dipajang kepada khalayak di tempat umum dengan gambar yang mencolok dan tulisan.

2.2.2 Jenis-jenis Poster

Menurut Kusrianto (2007 : 241) poster berdasarkan fungsinya dibagi menjadi beberapa jenis antara lain:

2.2.2.1 Poster Propaganda

Poster propaganda fungsinya sebagai propaganda pemerintah tertentu. Selama Perang Dunia I dan II, penggunaan poster semakin populer sehingga beberapa di antara poster-poster itu menjadi barang-barang bersejarah yang disimpan dengan nilai tinggi (Kusrianto 2007: 242). Tujuan pembuatan poster-poster tidak lain untuk menghimbau rakyat untuk bergabung menjadi tentara. Ini merupakan fenomena yang terjadi diseluruh dunia pada Perang dunia I dan II.

2.2.2.2 Poster Kampanye

Sejak munculnya negara-negara demokrasi yang menyerahkan keputusan mengenai kepemimpinan kepada rakyat, poster dipergunakan sebagai alat untuk mencari simpati dari calon pemilihan umum (Kusrianto 2007: 244). Sampai sekarang, poster selalu muncul pada setiap kesempatan saat dilakukan pemilihan kepala daerah maupun kepala Negara.

2.2.2.3 Poster *Wanted*

Pada era *Wild West*, poster dipergunakan untuk memuat sayembara untuk menemukan penjahat yang sedang dicari Negara (Kusrianto 2007: 246). Poster-poster zaman koboi itu selain memuat foto orang yang dicari juga menyebutkan sejumlah uang sebagai hadiah bagi yang menemukan dan kemudian menyerahkan kepada sherif setempat.

2.2.2.4 Poster *Cheesecake*

Poster ini merupakan jenis konsumsi anak-anak muda. Awalnya poster ini berisi foto-foto dari “*Pin-up girl*” (foto bintang pujaan yang ditempel di dinding) (Kusrianto 2007: 247). Contohnya seperti bintang film Hollywood Beety Grable dan Jane Russel yang sangat populer dari kalangan tentara Amerika yang bertugas di luar negeri selama Perang Dunia II.

2.2.2.5 Poster Film

Industri film sangat memanfaatkan poster untuk mempopulerkan film-filmnya. Hingga kini, poster film dibuat menggunakan teknologi dan profesionalisme yang sangat tinggi karena di situ dilibatkan kemampuan finansial yang sangat kuat (Kusrianto 2007: 247).

2.2.2.6 Poster Buku Komik

Popularitas komik dunia mencapai puncaknya pada tahun 60-an. Hal itu memicu produksi massal dari poster-poster komik pada tahun 70-an ke atas (Kusrianto 2007: 250). Untuk di Indonesia sendiri booming poster komik kurang begitu dirasakan karena saat itu justru komik Indonesia sedang jaya-jayanya.

2.2.2.7 Poster Affirmation

Awalnya poster *Affirmation* memiliki dengan warna hitam atau dengan gambar alam latar sebagai latar belakang serta di atasnya berisi teks/kata-kata motivasi tentang *Leadership*,

Oportunity, dsb. Topik yang ditulis semakin bervariasi (Kusrianto 2007: 250). Poster ini bertujuan agar seseorang termotivasi dengan kata-kata yang tertulis dalam poster tersebut.

2.2.2.8 Poster Riset dan Kegiatan Ilmiah

Ini merupakan sebuah jenis poster yang sering digunakan di kalangan akademisi untuk mempromosikan kegiatan ilmiah yang hendak dilakukan.

2.2.2.9 Poster di dalam Kelas

Awalnya poster kelas populer di sekolah-sekolah di Amerika Utara. Menurut Kusrianto (2007: 353) ada berbagai jenis poster kelas yang biasa disebut, yaitu poster untuk memotivasi murid agar bersikap baik, mengikuti disiplin sekolah, poster yang berisi bahan pelajaran yang disusun sebagai referensi singkat, tabel, pengenalan bahasa asing, peta, dan sebagainya.

2.2.2.10 Poster Karya Seni

Dalam perkembangan teknologi dunia percetakan, poster pun dipergunakan sebagai lahan untuk memproduksi karya-karya seni dari berbagai aliran (Kusrianto 2007: 254). Pada era *computer graphic*, kebebasan berkreasi sudah tidak terbendung lagi, banyak dibuat versi plesetan dari karya-karya seni masa lalu.

2.2.2.11 Poster Pelayanan Masyarakat

Pelayanan masyarakat atau *Social Campaign* merupakan suatu jenis poster yang tidak bersifat komersial, atau tidak

diperdagangkan seperti poster-poster film, poster karya seni, dsb (Kusrianto 2007: 257). Sebab poster semacam itu sering dilombakan oleh lembaga-lembaga pemerintahan maupun LSM.

2.2.2.12 Poster Komersial

Ini adalah jenis poster iklan yang banyak kita jumpai dimana saja. Poster jenis ini didesain dan diproduksi sebagai sarana untuk mempromosikan suatu produk dan diproduksi dengan *budget* tertentu sesuai anggaran *sales promotion* (Kusrianto 2007: 259). Pada zaman sekarang poster-poster komersial dituntut lebih kreatif karena semakin banyaknya iklan-iklan yang bertebaran. Munculnya poster-poster iklan yang kreatif dan artistik masih tetap mampu mencuri perhatian pembacanya.

2.2.3 Penyampaian Pesan Melalui Poster

Poster sebagai media promosi harus berisi pesan dan informasi yang ingin disampaikan kepada khalayak. Oleh karena itu, agar pesan dan informasi dapat tersampaikan kepada khalayak maka poster harus dapat menarik perhatian, membangkitkan minat, mendorong keingintahuan, keinginan, dan kemudian mengarah pada munculnya tindakan. Hal ini senada dengan pendapat Harto (1994:7) yang mengatakan bahwa ciri-ciri poster adalah sebagai berikut:

- 2.2.3.1. Poster berfungsi untuk menghimbau, melarang, menggerakkan, atau bahkan mengajak.

2.2.3.2. Unsur utama poster adalah gambar dan tulisan.

2.2.3.3. Ada tema dan keinginan tertentu yang disampaikan yang sesuai dengan fungsi poster.

2.2.3.4. Gambar biasanya lebih dominan daripada tulisan.

2.2.3.5. Berbentuk dua dimensi

Bentuk poster yang baik haruslah bersifat komunikatif, artinya mudah dikenal dan dimengerti oleh penikmatnya. Poster juga harus mempertimbangkan situasi dan kondisi apresiatornya, maksudnya desainer merupakan perantara yang membawa pesan untuk disampaikan kepada masyarakat.

Rumampuk (1988: 72) menyebutkan hal-hal yang perlu diperhatikan dalam poster, diantaranya adalah sebagai berikut :

2.2.3.1. Hendaknya ilustrasi jangan terlalu banyak, tetapi menarik dan mudah dimengerti.

2.2.3.2. Teks yang tertera hendaknya ringkas, jelas, dan bermakna.

2.2.3.3. Antara teks dan ilustrasi harus ada keseimbangan.

2.2.3.4. Bisa dibaca dalam waktu singkat.

2.2.3.5. Warna antara gambar dan kata dibuat kontras dengan warna dasarnya, namun punya daya tarik dan daya guna yang maksimal.

2.3 Media Promosi

Media menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, (2007: 726) adalah alat atau sarana komunikasi seperti Koran, majalah, radio, TV,

film, poster dan spanduk. Sedangkan promosi adalah pengenalan dalam rangka memajukan usaha, dagang, dsb; reklame (Kamus Besar Bahasa Indonesia, 2007: 898). Memasarkan suatu produk baru di masyarakat merupakan hal penting dan bukanlah hal mudah. Kegiatan promosi merupakan salah satu variabel atau unsur penting pemasaran. Setelah diadakan promosi diharapkan terpengaruh, yaitu adanya pembelian dan kepuasan yang tinggi. Pembelian adalah akhir dari proses komunikasi.

Menurut Yuliman (dalam Sachari, 1986: 53) poster merupakan seni rupa khalayak ramai, tersaji orang banyak, oleh karenanya saat ini poster dapat diterima oleh kalangan manapun. Hal ini terbukti dengan semakin banyaknya poster dipakai organisasi-organisasi, perusahaan-perusahaan dan para pebisnis untuk mempromosikan produk mereka. Mengingat peran poster sebagai media promosi, maka di sinilah peran seorang desainer grafis sangat penting. Seorang desainer haruslah pandai mengkomunikasikan segala ide yang ingin ditampilkan kliennya dalam karyanya, memadukan semua konsep yang telah didapat, dan mengaplikasikannya secara proporsional ke dalam sebuah karya desain.

Promosi wisata juga tidak lepas dari adanya media promosi yang mendukung, agar *target audiens* yaitu wisatawan domestik dan wisatawan mancanegara serta pesan promosi dalam media poster ini dapat tersampaikan dengan baik. Sebagai contoh dalam hal ini target wisatawan Pantai Kartini adalah masyarakat Jawa Tengah khususnya dan masyarakat di luar Jawa Tengah pada umumnya

. Hal ini sependapat dengan Suyanto (2004: 1) yang mengatakan bahwa periklanan merupakan salah satu tahap dalam pemasaran produk. Selanjutnya juga mengatakan bahwa produk barang atau jasa, baik penamaannya, pengemasannya, penetapan harganya, dan distribusinya tercermin dalam kegiatan periklanan. Tanpa periklanan, berbagai produk tidak dapat mengalir secara lancar kepada distributor atau penjual, apalagi ke tangan konsumen.

Periklanan atau promosi, walaupun sangat penting untuk keberhasilan sebuah usaha, namun pemilihan media promosi yang tepat dengan *target audience* dan dengan segala kondisi yang ada juga sangat menentukan keberhasilan dari promosi tersebut. Oleh karena itu memilih media promosi yang tepat adalah langkah bijak buat semua pebisnis karena promosi identik dengan *budget* dan biaya. Tentunya apabila tidak pandai memanfaatkan media promosi yang tepat, maka akan banyak biaya yang dikeluarkan hanya untuk promosi (www.dkoorwordpress.com 25-11-2011).

2.3.1 Jenis-jenis Media Promosi

Umumnya, praktisi periklanan membagi media iklan secara garis besar terbagi menjadi 3 (tiga) jenis yaitu:

2.3.1.1. Iklan Lini Atas (*above the line*)

Iklan lini atas (*above the line*), yakni jenis-jenis iklan yang disosialisasikan menggunakan sarana media massa komunikasi audio visual (Tinarbuko, 2008: 33). Kelompok media promo yang

memerlukan luar ruang, seperti media cetak surat kabar, radio, televisi, video dan sebagainya Frank Jefkins (dalam Agustrianjanto 2001: 115). Pada umumnya, biro iklan yang bersangkutan mendapat komisi karena pemasangan iklan tersebut.

2.3.1.2. Iklan Lini Bawah (*below the line*).

Iklan lini bawah (*below the line*), yakni kelompok media promo yang tidak memerlukan media luar ruangan, seperti barang-barang cetakan (*brousur, flier, company profile*, dan sebagainya) Frank Jefkins (dalam Agustrianjanto 2001: 116). Jenis iklan ini tergolong murah karena dalam beriklan tidak memerlukan pembayaran komisi yang besar jika dibandingkan dengan jenis media iklan *above the line*.

2.3.1.3. *Through the line*

Through the line, yakni pemanfaatan semua bentuk media yang sesuai dengan perilaku konsumen untuk mencapai tujuan iklan. Contohnya acara dangdut yang sasarannya orang kecil, acara musik yang menampilkan band-band remaja dengan remaja dan lain-lain (Agustrianjanto 2001: 117)

2.4 Pantai Kartini Jepara sebagai Objek Pariwisata

Pantai Kartini terletak dengan jarak 2,5 km di sebelah barat kantor Pemda Kabupaten Jepara. Obyek wisata ini berada di kelurahan Bulu kecamatan Jepara dan merupakan obyek wisata alam yang menjadi dambaan wisatawan domestik maupun mancanegara. Berbagai sarana pendukung seperti dermaga, akuarium kura-kura ocean park, motel,

permainan anak-anak (komedi putar, mandi bola, perahu arus), dan lain-lain tersedia untuk para pengunjung. Suasana di sekitar pantai yang cukup rindang memang memberikan kesan tersendiri buat pengunjung, sehingga tempat ini sangat cocok untuk rekreasi keluarga atau acara santai lainnya.

Nama Pantai Kartini juga diambil dari nama pahlawan wanita RA Kartini. Karena pada masa kecilnya RA Kartini sering bermain-main dan bercanda ria bersama-sama saudaranya di Pantai ini dan sebagai ungkapan penghargaan dan untuk mengingat kebesaran perjuangan RA Kartini maka pantai tersebut dinamakan “PANTAI KARTINI” (*Dinas Pariwisata Kabupaten Jepara, 2007-2008*).

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia “wisata” merupakan kata kerja yang berarti bepergian bersama-sama atau piknik. Dan “Pari” berarti segala, semua. Maka Pariwisata dapat diartikan sebagai segala sesuatu yang berhubungan dengan “bepergian bersama-sama”. Objek wisata menyangkut tempat, lokasi, atau segala sesuatu yang menjadi daya tarik untuk dikunjungi, dipelajari atau dilihat oleh wisatawan.

Menurut Richard Sihite dalam Marpaung dan Bahar (2000:46-47) menjelaskan bahwa pariwisata adalah suatu perjalanan yang dilakukan orang untuk sementara waktu, yang diselenggarakan dari suatu tempat ke tempat lain meninggalkan tempatnya semula, dengan suatu perencanaan dan dengan maksud untuk menikmati kegiatan berpergian dan rekreasi atau untuk memenuhi keinginan yang beraneka ragam. Sedangkan menurut James J. Spillane (1982:20) mengemukakan bahwa pariwisata

adalah kegiatan melakukan perjalanan dengan tujuan mendapatkan kenikmatan, mencari kepuasan, mengetahui sesuatu, memperbaiki kesehatan, menikmati olahraga atau istirahat, menunaikan tugas, berziarah.

Berdasarkan beberapa pengertian pariwisata di atas dapat disimpulkan bahwa pariwisata adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan “bepergian bersama-sama” yang dilakukan untuk sementara waktu dengan tujuan mendapatkan kenikmatan, mencari kepuasan, mengetahui sesuatu, memperbaiki kesehatan, menikmati olahraga atau istirahat, menunaikan tugas, berziarah.

Dari uraian di atas, Pantai Kartini Jepara cocok dijadikan sebagai tempat untuk berpariwisata. Di tempat Pantai Kartini, para pengunjung dapat melepaskan lelah dengan duduk–duduk di bawah *gazebo* sambil menghirup udara segar bersama terpaan air laut. Kawasan dengan luas lahan 3,5 ha ini merupakan kawasan yang setrategis, karena sebagai jalur transportasi laut menuju obyek wisata Taman Laut Nasional Karimunjawa dan Pulau Panjang. Sekarang juga sudah tersedia sarana transportasi ke Karimunjawa dari dermaga Pantai Kartini yaitu KMP. MURIA (waktu tempuh 5 jam) dan kapal cepat KARTINI 1 (waktu tempuh 2,5 jam) . Selain itu Pantai Kartini tidak bisa lepas dari suatu *event* tradisional yang disebut “*Lomban*”. *Event* ini merupakan *event* budaya milik masyarakat kabupaten Jepara yang berlangsung selama satu hari tepatnya pada tanggal 8 Syawal atau seminggu setelah Hari Raya Idul Fitri sehingga Pantai Kartini Jepara cocok dijadikan sebagai alternatif tempat kunjungan wisata.

Pantai Kartini Jepara sebagai objek pariwisata dilengkapi dengan adanya bangunan yang menyerupai kura-kura raksasa di tepi pantai Kartini. Kura-Kura Ocean Park ini merupakan *oceanarium* yang memadukan fungsi rekreasi, penelitian, konservasi dan pendidikan di Kawasan Pantai Kartini Jepara. Koleksi ikan di dalam KOP ini berjumlah ribuan dan terdiri dari ratusan jenis. Pengunjung dapat melihat ribuan ekor ikan dari ratusan spesies. Ikan-ikan ini ada yang berasal dari perairan dalam, tengah, dan yang hidup di batu-batu karang, di antaranya ikan hiu sirip putih dan hitam, ikan pari, kura-kura laut, kakap hingga *clown fish* (ikan badut).

Selain koleksi ikan ribuan ekor, KOP juga dilengkapi dengan *Theatre Kura* (teater kura-kura) dan *fish spa*. Dengan melihat teater kura kura, para pengunjung dapat mempelajari seluk beluk dan misteri kehidupan biota laut yang mengagumkan. Adapun *fish spa* diperuntukkan bagi para pengunjung yang ingin menikmati relaksasi dengan cara “dipijat” oleh ratusan ikan kecil. Manfaat *spa* ikan ini beragam, tidak sekadar membuang sel-sel kulit yang mati, tapi juga di yakini mampu menghilangkan sejumlah penyakit.

2.5 Konsep Berkarya

Poster sebagai media promosi pariwisata merupakan salah satu bentuk pengenalan dan menyampaikan pesan mengenai suatu tempat pariwisata dalam hal ini adalah Pantai Kartini Jepara. Isi poster berfungsi

untuk mempromosikan pariwisata pantai Kartini Jepara. Dalam pembuatan poster penulis menggunakan berbagai macam alternatif desain yaitu fotografi yang mengambil gambar objek wisata di area Pantai Kartini Jepara. Dengan aplikasi *software Photoshop* dan *Corel Draw* yang digunakan, penulis dapat menghasilkan desain yang baik sesuai dengan aplikasi poster pariwisata pantai Kartini Jepara berdasarkan pada data-data yang telah dimiliki oleh penulis.

Konsep karya pada poster promosi Pantai Kartini adalah dengan mengambil dan mencari contoh dan bentuk desain poster promosi pariwisata sebagai referensi yang relevan untuk penulis. Selain itu dapat dijadikan pula sebagai bahan pembandingan dalam menemukan kekurangan dan kelebihan desain poster tersebut. Data-data yang telah terkumpul kemudian diolah dan dijadikan ide kreatif oleh penulis dalam membuat desain poster pariwisata.

Konsep desain poster yang menarik dan kreatif merupakan suatu kebanggaan bagi desainer karena dengan poster yang menarik dapat meningkatkan jumlah pengunjung objek pariwisata untuk datang ke Pantai Kartini Jepara. Hal ini dapat membantu dalam segi promosi dan berpengaruh pada strategi *marketing*. Poster dengan nilai kreatif bisa dibuat dengan memanfaatkan aplikasi unsur-unsur desain berupa garis, raut, tekstur, dan *layout* dipadukan dengan komposisi yang seimbang.

Berdasarkan alasan tersebut dapat dipahami bahwa poster promosi yang penulis buat masuk dalam iklan lini bawah (*below the line*)

karena menghasilkan desain poster promosi pariwisata yang memiliki nilai kreatifitas. Selain itu, dalam pembuatan poster pariwisata ini disediakan suatu *budget* atau anggaran dan poster ini diproduksi sesuai dengan anggaran *sales promotion* tersebut. Berdasarkan jenis-jenis poster dapat diambil kesimpulan bahwa karya poster dalam karya tugas akhir studi ini termasuk dalam jenis poster komersial.

BAB III

METODE BERKARYA

3.1. Media Berkarya

3.1.1 Bahan

3.1.1.1. Kertas

Jenis kertas yang penulis gunakan adalah *art paper ivory 150gr* yang berukuran 29,7 X 32 cm (A3). Kertas ini digunakan untuk menampilkan hasil desain poster siap cetak dengan teknik cetak *digital printing*.

3.1.1.2. Tinta

Tinta warna yang digunakan dalam mencetak karya adalah *CMYK* yang merupakan **standar** industri cetak saat ini. *CMYK* merupakan singkatan dari *Cyan, Magenta, Yellow*, dan *K* berarti *black* atau hitam.

3.1.2. Alat

3.1.2.1. Perangkat Keras

Spesifikasi Laptop yang dipakai mengerjakan karya adalah:

3.1.2.2. Laptop Acer Aspire 2310

3.1.2.3. Dengan spesifikasi:

- Processor Intel CeleronM 530
- Harddisk 80 GB
- 512 MB DDR 2

3.1.2.4. Mouse merek Votre

3.1.2.5. Kamera Digital Nikon D70

3.1.3. Perangkat lunak

Perangkat lunak yang digunakan merupakan *Windows XP Profesional* dengan program grafisnya:

- *Adobe photoshop CS3*, yang merupakan program pendukung dalam pengolahan gambar dan teks.
- *Corel DrawX3*, yang merupakan program pendukung dalam pengolahn teks.
- *Flashdisk* merek kingston memori 4 GB dan CD-R untuk menyimpan data.
- *memory card* kamera, merek V-gen memori 4 GB.

3.1.3. Teknik Berkarya

3.1.3.1. Dalam berkarya penulis menggunakan teknik cetak *print-out*. Gambar yang digunakan sebagai bahan poster diperoleh dengan teknik fotografi dan *browsing internet*. Setelah proses pencarian bahan gambar selesai, kemudian data gambar yang berformat JPEG ini ditransfer ke komputer.

3.1.3.2. Dari JPEG (*Joint Photographic Express Group*) kemudian data dibuka pada program *Photoshop* dan *Corel Draw* dengan tujuan diolah dengan memanfaatkan fasilitas-fasilitas yang ada. Program *Photoshop* digunakan dalam pengolahan foto seperti *crooping*, mengatur *level*, *contrast*, *curves*, *brightness*, *hue* atau *saturation*, hingga menggunakan *efek filter*. Selanjutnya desain poster dapat diolah di

halaman *Photoshop* atau bisa juga diekspor ke *Corel Draw* untuk menata, memadukan teks dan gambar. Desain poster yang dibuat dengan mengacu pada desain yang telah dibuat sebelumnya.

Desain poster yang sudah jadi selanjutnya dilihat dan diteliti lagi. Untuk melihat kekurangan yang mungkin masih ada. Selanjutnya dilakukan penyimpanan file untuk hasil akhir.

Hasil akhirnya kemudian disimpan dalam bentuk format JPEG. Format JPEG merupakan format standar dalam pengolahan *image* dan menyimpan file gambar. Format ini mempunyai kualitas yang cukup bagus dengan kapasitas penyimpanan yang tidak terlalu besar. Setelah itu desain poster sudah siap untuk dicetak (*print out*) untuk selanjutnya dikemas dan siap dipamerkan.

- 3.1.3.3. Gambar yang wajib dari desain poster yang dibuat adalah gambar obyek wisata pantai Kartini Jepara karena poster ini bertujuan promosi tempat pariwisata dengan menggunakan daya tarik gambar obyek wisata Pantai Kartini, setelah selesai dalam pembuatan desainnya kemudian dicetak dengan teknik *printer*.

3.2. Proses Berkarya

Menentukan suatu ide kemudian menjadikannya sebuah karya yang bernilai, membutuhkan kemampuan dalam berbagai aspek. Tidak hanya aspek dalam segi pengolahan, namun juga membutuhkan kemampuan dalam aspek pemikiran. Seorang desainer selain harus

menguasai berbagai *skill* terkait dengan pembuatan karya Grafis, juga harus peka terhadap keadaan lingkungan. Untuk berkarya seni seorang seniman, atau desainer dituntut kritis terhadap lingkungannya.

Tahapan awal seseorang dalam berkarya desain adalah upaya menemukan gagasan atau mencari sumber gagasan. Sehubungan dengan pembuatan poster yang bertemakan promosi pariwisata pantai kartini Jepara mempunyai beberapa tahapan kerja sebagai berikut:

3.2.1. Penetapan Tujuan

Pemerintah kabupaten Jepara terus berupaya mengembangkan dan melengkapi sarana dan prasarana berwisata di setiap kawasan wisata yang ada di Jepara terutama kawasan wisata Pantai Kartini, dengan harapan para wisatawan lokal maupun manca negara selalu mendapatkan kenyamanan dalam menikmati setiap wahana wisata yang tersedia. Pengembangan kawasan-kawasan wisata seperti ini juga diharapkan akan dapat menopang kesejahteraan masyarakat kabupaten Jepara dan sekitarnya, dengan demikian maka pemerintah kabupaten Jepara dapat mewujudkan kota Jepara sebagai kota tujuan wisata terdepan di Jawa Tengah bahkan di Indonesia.

Dengan pernyataan di atas penulis bertujuan untuk bisa membantu pemerintah Kabupaten Jepara dengan mempromosikan wisata di Jepara khususnya Pantai Kartini. Pengenalan dengan media promosi poster bertujuan mengenalkan obyek wisata, agar dikenal wisatawan lokal, dan lebih meluas ke seluruh Indonesia maupun

manca negara. Dengan promosi Pantai Kartini penulis dapat membantu program pemerintah kabupaten Jepara dalam bidang pariwisata. Dengan demikian dapat menopang kesejahteraan masyarakat kabupaten Jepara tidak hanya dari produk kerajinan mebel ukirannya saja akan tetapi juga dari obyek wisatanya.

3.2.2. Studi Kepustakaan

Tahapan ini dilakukan untuk melengkapi referensi penulis, termasuk desain-desain poster, pemotretan obyek wisata, buku desain grafis, majalah, pencarian di internet serta artikel-artikel yang ada kaitannya dengan promosi obyek wisata Pantai Kartini Jepara.

3.2.3. Penetapan Target Audiens

Penetapan target audiens sangat penting, karena seorang desainer harus dapat mengetahui serta menentukan fungsi dan tujuan poster tersebut dibuat. Dalam proses berkarya pembuatan poster ini, tema yang diambil penulis adalah terkait dengan obyek wisata pantai yang ada di kabupaten Jepara. Tujuan utamanya adalah mempromosikan dan memberi informasi visual kepada masyarakat agar mau berkunjung dan berwisata ke pantai kartini Jepara, dalam hal ini yang menjadi target audiens adalah masyarakat Jawa Tengah pada khususnya dan masyarakat luar Jawa Tengah pada umumnya, dalam penetapan target audiens ini penulis tidak membatasi batasan usia sebagai target audiens, dikarenakan obyek wisata pantai yang berada di kabupaten Jepara ini bisa di kunjungi mulai dari anak-anak sampai

orang dewasa, di tempat wisata ini banyak terdapat berbagai macam fasilitas yang diperuntukkan anak-anak maupun orang dewasa baik itu fasilitas yang bersifat edukatif maupun alam.

Dalam penulisan proyek studi ini strategi yang digunakan untuk menyebarluaskan poster promosi pariwisata ini adalah dengan cara menempatkan poster ini di tempat yang biasanya banyak dikunjungi masyarakat dan di tempat-tempat informasi pariwisata. Biasanya yang sudah dilakukan oleh pemerintah kabupaten Jepara adalah dengan cara membagi-bagikan brosur pariwisata kabupaten Jepara kepada masyarakat, yang biasanya pameran mebel seperti ini dilakukan di kota-kota besar di Indonesia, misalnya Jakarta, Bandung, Batam, Palembang, Bali, Kalimantan, Makasar dll.

Tidak menutup kemungkinan poster obyek wisata Pantai Kartini ini nantinya juga bisa dipasang di tempat pameran-pameran mebel seperti itu, sebagai media promosi supaya bisa diketahui masyarakat luas kalau di Jepara tidak hanya dikenal kerajinan ukirannya saja akan tetapi juga obyek wisatanya pun pantas untuk dikunjungi. Banyaknya agen-agen biro perjalanan wisata juga bisa digunakan sebagai media promosi dengan menempatkan poster Pantai Kartini ini di kantor biro tersebut dan menawarkan kepada konsumen obyek wisata Pantai Kartini sebagai bagian paket pariwisata.

Anjungan kota Jepara di tempat wisata Mareokoco Semarang merupakan media pengenalan kota Jepara. Di Anjungan Kota Jepara

menampilkan rumah adat, kerajinan, budaya khas kabupaten Jepara. Di tempat ini pula nanti poster Pantai Kartini ini bisa ditempelkan untuk bisa dilihat wisatawan yang mengunjungi anjungan kabupaten Jepara di obyek wisata Mareokoco ini.

Di kota Jepara juga terdapat tempat informasi obyek-obyek wisata khususnya obyek wisata di kabupaten Jepara. Tepatnya di depan kantor dinas kebudayaan dan pariwisata kabupaten Jepara, di kantor ini juga nantinya bisa ditempatkan poster ini sebagai media informasi visual obyek wisata Pantai Kartini Jepara.

Dampak komunikasi informasi terhadap target audiens sangat bervariasi, antara lain target audiens lebih mudah mengetahui informasi dan informasi yang dikomunikasikan lebih cepat tersebar dan diketahui audiens namun tentunya hal yang diharapkan adalah respon yang dapat membangkitkan kesadaran dengan memberikan informasi yang akurat untuk menumbuhkan atau mengubah suatu sikap dan mendorong perilaku yang positif

3.2.4. Pencarian Gambar Utama

Tahapan ini dilakukan untuk melengkapi referensi yang sudah dimiliki penulis, gambar-gambar yang dimaksud di sini adalah gambar yang nantinya akan dipakai penulis sebagai gambar utama karya, yang akan ditempatkan di media poster.

Yaitu gambar bangunan kura-kura raksasa dipotret dari depan bangunan, gambar matahari terbenam yang dipotret dari dermaga

wisata, gambar matahari terbenam yang dipotret dari gardu pandang, gambar pulau panjang yang menampilkan gambar perahu yang sedang bersandar, gambar kereta wisata yang dipotret dari depan, gambar perahu wisata yang dipotret dari depan samping kanan, gambar bangunan kura-kura yang dipotret dari depan, gambar dermaga yang terdapat kapal penghubung Pantai Kartini dengan Pulau Karimunjawa yang dipotret dari depan samping kanan, gambar seorang anak bermain pasir yang dipotret dari depan samping kanan, gambar dermaga wisata dan bangunan kura-kura yang dipotret dari belakang, gambar taman bermain anak-anak yang dipotret dari samping kanan, gambar terapi ikan yang terdapat di dalam bangunan kura-kura raksasa yang dipotret dari depan wisatawan yang sedang menikmati terapi ikan. Gambar utama ini diperoleh dengan teknik fotografi yang mengambil obyek gambar di sekitar obyek pariwisata Pantai Kartini Jepara.

3.2.5. Gambar Pendukung

Tahapan ini tidak jauh seperti yang dilakukan tahapan pencarian gambar utama, dimana penulis melengkapi referensi gambar yang sudah dimiliki untuk dijadikan gambar pendukung dari gambar utama di dalam poster. Gambar-gambar yang dimaksud di sini adalah gambar yang nantinya akan dipakai penulis sebagai gambar pendukung karya, yang akan ditempatkan di media poster.

Yaitu gambar pasir dan kerang yang diambil dari internet, gambar perahu wisata yang sedang melaju yang dipotret dari samping

kanan, gambar gardu pandang yang terdapat di dalam objek wisata Pantai Kartini Jepara, gambar taman bermain yang dipotret dari samping, gambar pintu masuk ke lokasi wisata Pantai Kartini Jepara, gambar kapal-kapal yang terdapat di dermaga yang dipotret dari berbagai sisi arah, gambar di dalam bangunan kura-kura raksasa yang dipotret dari berbagai macam arah, gambar sulur, logo Dinas pariwisata Kabupaten Jepara, logo visit Jawa Tengah 2013, *brandname* Pantai Kartini Jepara. Gambar pendukung ini diperoleh dengan *searching* di internet dan dengan teknik fotografi yang mengambil obyek gambar di sekitar obyek pariwisata Pantai Kartini Jepara.

3.2.6. Seleksi Gambar

Seleksi gambar menjadi penting karena dalam pemotretan kadang-kadang gambar yang diambil tidak sesuai jika diaplikasikan ke dalam desain poster, di samping itu karena hal-hal teknis tentang hasil pemotretan. Misalnya gambar yang diambil tidak fokus, pencahayaan kurang komposisi tidak tepat dan lain-lain, sehingga pemotretan dilakukan berulang kali untuk menghasilkan gambar yang diinginkan.

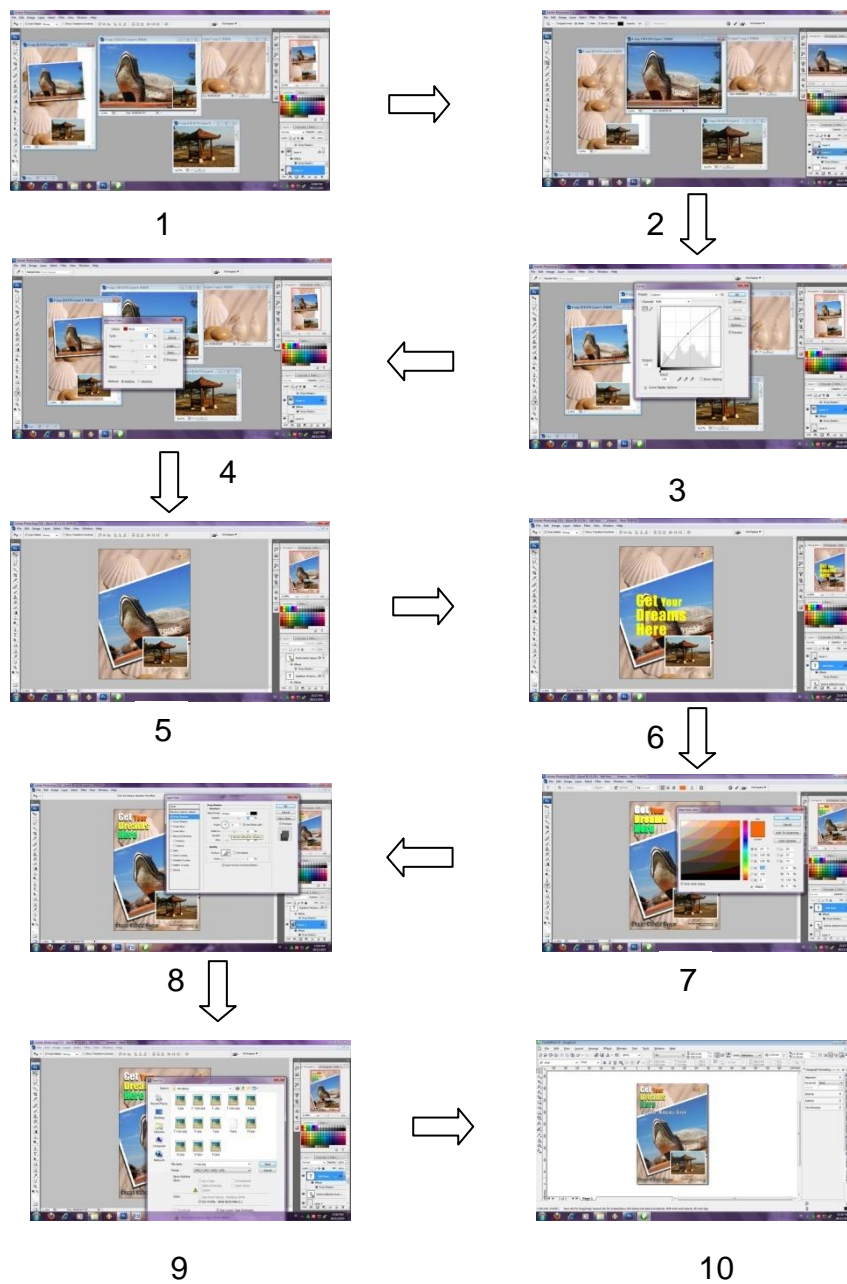
3.2.7. Pengembangan dan Komputerisasi

Pada tahap ini penulis memasukkan desain kasar tersebut menggunakan program *Adobe Photoshop* untuk menjadi sebuah desain jadi. Proses pertama adalah pengumpulan gambar yang berasal dari pencarian di internet dan juga hasil pemotretan sendiri. Selanjutnya yaitu proses pemotongan atau pemilihan gambar sesuai dengan yang

diinginkan. Setelah gambar yang diinginkan dipilih, selanjutnya gambar diolah dengan menggunakan menu *Curves* untuk mencerahkan gambar. Gambar yang ditentukan juga diperindah lagi dengan perpaduan warna dan ketajaman yang diolah/*disetting* dengan menggunakan menu *Hue/Saturation*. Keseluruhan proses pengolahan pada desain gambar ini diolah dengan menggunakan *Software Photoshop*. Setelah diproses menggunakan program *Photoshop*, kemudian gambar disusun sesuai dengan harapan desainer dengan ukuran 29,7x42 cm (A3) dengan format *file tif/JPEG* menggunakan warna CMYK (*Cyan, Magenta, Yellow, Black*). Proses selanjutnya yaitu penulisan teks. Setelah penulisan teks selesai, proses selanjutnya yaitu penataan penempatan teks dan pemberian warna pada teks menggunakan menu *Select text color*. Pemberian warna teks ini bertujuan agar teks terlihat lebih indah dan lebih menarik perhatian masyarakat. *Effect-effect* desainer menggunakan *Adobe Photoshop* yang dimasukkan ke dalam gambar ataupun memanipulasi gambar, untuk mengolah menjadi karya jadi. Hasil akhirnya kemudian gambar disimpan dalam bentuk format JPEG. Format JPEG merupakan format standar dalam pengolahan *image* dan menyimpan file gambar. Setelah penyimpanan selesai, gambar ditransfer ke *Software Corel Draw* untuk proses pencetakan atau *print out*. Proses yang terakhir yaitu proses pencetakan poster, setelah tahapan-tahapan pengolahan gambar selesai

kemudian dilanjutkan ke pencetakan karya dengan menggunakan *digital printing* dengan bahan kertas *ivory*.

Bagan Proses Berkarya



Keterangan

1. Pengumpulan gambar di *Software Photoshop*.
2. Pemotongan atau pemilihan gambar.
3. Pengolahan gambar menggunakan menu *Curves*, sebagai pengolahan pencerahan gambar.
4. Pengolahan gambar menggunakan menu *Hue/saturation*, sebagai pengolahan warna.
5. Penyusunan yang diinginkan gambar dengan menggunakan *software Photoshop*.
6. Penulisan Teks.
7. Pemberian warna Teks menggunakan menu *Select text color*.
8. Pemberian *effect-effect* dengan menggunakan menu *Drop shadow* pada gambar dan teks.
9. Penyimpanan gambar dengan menggunakan *software Photoshop*.
10. Pencetakan menggunakan *software Corel Draw*.

3.2.8. Konsultasi Dosen

Sebelum karya desain dicetak menjadi barang jadi, terlebih dahulu desain dikonsultasikan kepada dosen, apakah desain sudah benar-benar layak untuk dicetak dan diperbanyak atau belum.

3.2.9. Pencetakan

Proses pencetakan merupakan proses lanjut dari proses pembuatan desain menjadi barang jadi hingga pengandaan dalam

jumlah yang diinginkan. Hal yang perlu diperhatikan sebelum desain masuk ruang cetak antara lain sebagai berikut :

3.2.9.1. Hasil desain harus diteliti terlebih dahulu, misalnya ukuran media, penulisan teks, warna, dan lain lain.

3.2.9.2. Melakukan *proof* warna terlebih dahulu baik dengan menggunakan printer pribadi atau printer di tempat percetakan, dengan maksud untuk mengetahui hasil warna yang sebelum naik cetak telah sesuai dengan desain yang dibuat atau masih kurang ketajaman warna yang dikehendaki.

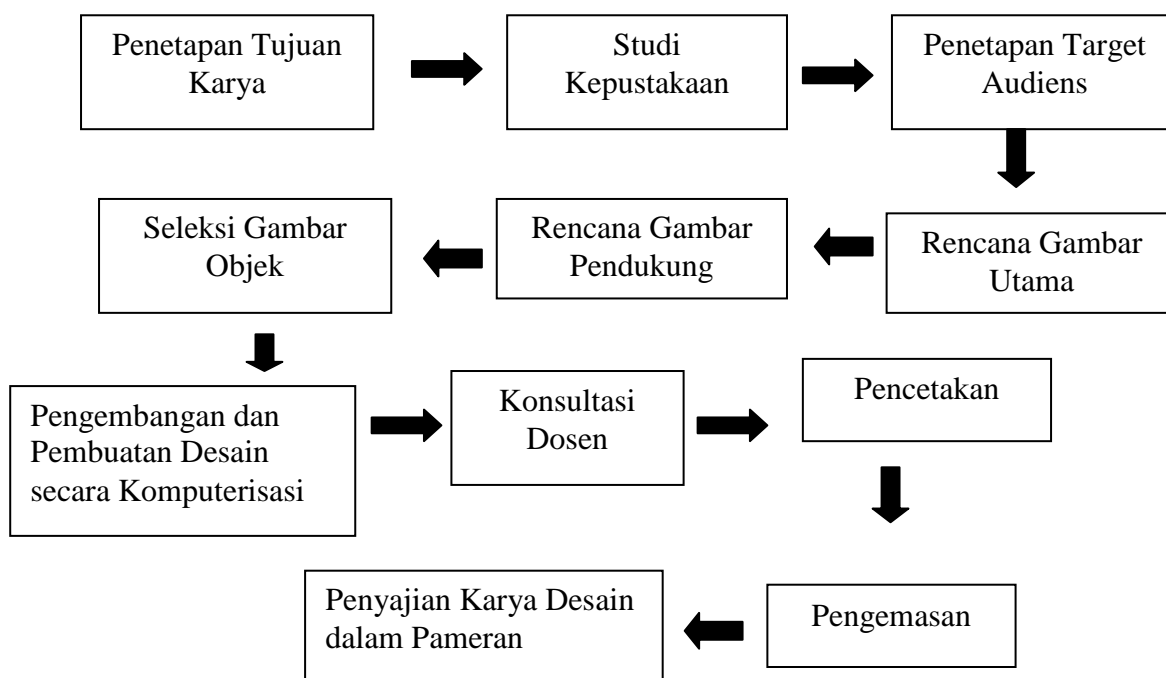
3.2.10. Pengemasan

Tahapan ini merupakan proses dimana hasil cetakan poster ukuran A3 dikemas dalam figura kayu warna hitam dengan kaca dop ukuran 35 X 47 cm menggunakan kertas pembatas ukuran 2,5 cm melingkar di luar gambar poster.

3.2.11. Penyajian Karya Desain dalam Pameran

Pada tahap ini karya yang telah jadi siap untuk dipamerkan sebagai salah satu bentuk penyampaian pesan kepada masyarakat melalui pameran Proyek Studi.

Bagan proses berkarya



3.3. Sebaran Media

Penyebaran media poster pariwisata Pantai Kartini Jepara meliputi tempat-tempat yang biasanya dikunjungi banyak orang. Biasanya yang sudah dilakukan oleh pemerintah kota Jepara untuk mempromosikan obyek wisata di kota Jepara adalah dengan cara membagi-bagikan brosur pariwisata kabupaten Jepara di saat mengadakan pameran mebel yang biasanya dilakukan di kota-kota besar di Indonesia, misalnya Jakarta, Bandung, Batam, Palembang, Bali, Kalimantan, Makasar dll.

Tidak menutup kemungkinan poster obyek wisata Pantai Kartini ini nantinya juga bisa dipasang di tempat pameran-pameran mebel seperti itu. Sebagai media promosi supaya bisa diketahui masyarakat luas kalau di Jepara tidak hanya dikenal kerajinan ukirannya saja akan tetapi obyek wisatanya pun pantas untuk dikunjungi. Banyaknya agen-agen biro perjalanan wisata juga bisa digunakan sebagai media promosi dengan

menempelkan poster Pantai Kartini ini di kantor biro tersebut dan menawarkan kepada konsumen obyek wisata Pantai Kartini sebagai bagian paket pariwisata.

Anjungan kota Jepara di tempat wisata Mareokoco Semarang merupakan media pengenalan kota Jepara yang menampilkan rumah adat, kerajinan, budaya khas kabupaten Jepara. Di tempat ini pula nanti poster Pantai Kartini ini bisa ditempelkan untuk bisa dilihat wisatawan yang mengunjungi anjungan kabupaten Jepara di obyek wisata mareokoco ini. Di kota Jepara juga terdapat tempat informasi obyek-obyek wisata khususnya obyek wisata di kabupaten Jepara. Tepatnya di depan kantor dinas kebudayaan dan pariwisata kabupaten Jepara. Di kantor ini juga nantinya bisa ditempatkan poster ini sebagai media informasi visual obyek wisata Pantai Kartini Jepara.

Tempat-tempat seperti tempat pameran-pameran mebel, tempat wisata Mareokoco Semarang, tempat informasi obyek-obyek wisata ini bisanya dikunjungi banyak orang, dengan perancangan poster yang menarik dan penempatan yang tepat, maka akan menarik perhatian banyak orang untuk melihatnya. Sehingga poster tersebut dapat dijadikan sebagai media informasi dan promosi Pantai Kartini sebagai tempat wisata yang pantas dikunjungi wisatawan baik lokal maupun mancanegara.

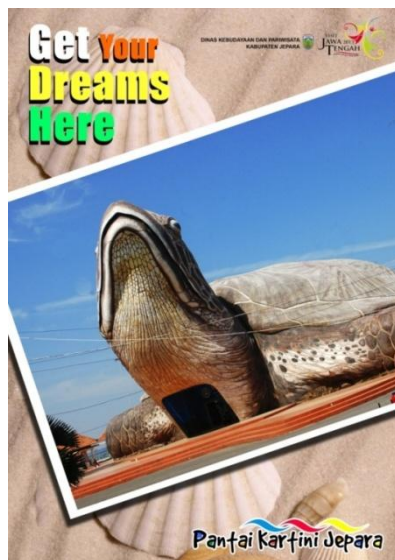
BAB IV

DESKRIPSI DAN ANALISIS KARYA

Pada bagian ini dideskripsikan dan dianalisis tiga belas karya poster yang berisikan tentang promosi pariwisata Pantai Kartini Jepara yang ada di Kabupaten Jepara. Analisis yang dilakukan mencakup aspek teknis, *estetis*, dan komunikasi (pesan) yang disampaikan.

4.1 Karya 1 dan 2

Karya 1



Karya 2



4.1.1 Spesifikasi Karya

Judul	: Karya 1 : “Get your dreams here” Karya 2 : “Kartini Beach”
Media	: Komputer, <i>digital printing</i> , pada kertas <i>ivory</i>
Ukuran	: 42cm x 29,7 cm
Tahun	: 2013
Sumber Gambar	: Foto hasil pemotretan sendiri

4.1.2 Deskripsi Karya

Karya poster promosi berukuran 42 x 29,7 cm ini berjudul “Get Your Dreams Here“ dan “Kartini Beach”. Bahan yang digunakan tinta warna, kertas *ivory*. Poster ini berisi informasi tentang obyek wisata Pantai Kartini, baik berupa unsur gambar/fotografi dan unsur teks yang berisi informasi mengenai obyek wisata. Unsur gambar terdiri dari gambar utama dan gambar pendukung. Gambar utama yang ada dalam poster karya 1 adalah foto bangunan berbentuk kura-kura raksasa, yang merupakan *icon* pariwisata Pantai Kartini Jepara dan gambar utama karya 2 merupakan foto seorang anak yang sedang bermain pasir putih di tepi pantai. Gambar utama ini terletak di bagian atas dan mempunyai ukuran yang besar. Sedangkan gambar/fotografi pendukung karya 1 yaitu pasir putih dan kerang yang berada di belakang gambar utama, sedangkan gambar pendukung karya 2 terdiri dari 3 gambar kecil yang merupakan gambar bangunan berbentuk kura-kura, gambar sulur dan gambar logo Kura-kura Ocean Park. Foto dan gambar ini terletak di sebelah atas gambar utama .

Teks utama (*tagline*) poster karya 1 ini bertuliskan “Get Your Dreams Here” yang terdapat pada kiri atas gambar utama. Sedangkan teks pendukung ini merupakan *brandname* dari lokasi tempat pariwisata berada yaitu Pantai Kartini Jepara. Sedangkan karya 2 teks utama poster ini bertuliskan “Kartini Beach” yang terletak di antara gambar utama dan gambar pendukung. Sedangkan teks pendukung bertuliskan “Gets Your Dreams Here” terdapat di bagian bawah teks utama. Pada karya 1 terdapat

gambar kecil di sebelah kanan paling atas, sedangkan pada karya 2 gambar terletak di sebelah kiri bawah. Gambar ini merupakan logo dan tulisan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Jepara dan logo Visit Jawa Tengah 2013.

4.1.3 Analisis Karya

4.1.3.1 Aspek Teknis

Tahap awal pembuatan karya tersebut dimulai dengan *hunting* foto yang menyangkut tentang obyek wisata Pantai Kartini Jepara. Dalam karya 1 penulis mengambil obyek gambar bangunan kura-kura raksasa yang terdapat di dalam obyek wisata tersebut. Penulis memotret gambar dari sisi bagian depan bangunan karena lebih kelihatan jelas dan seperti wujud aslinya hewan kura-kura. Selain itu, bangunan berbentuk kura-kura raksasa ini merupakan *icon* pariwisata Pantai Kartini Jepara. Selain gambar bangunan kura-kura raksasa penulis juga mengambil dari *internet* gambar/fotografi pasir putih dan kerang sebagai gambar pendukung. Sedangkan dalam karya 2 adalah foto anak kecil yang sedang bermain pasir putih di tepi pantai. Foto ini diambil dengan sudut pandang menyamping agar terlihat lebih menarik, sehingga diharapkan para pengamat poster akan dapat melihat kondisi obyek wisata yang sebenarnya. Untuk gambar pendukungnya tampak tiga

gambar yaitu gambar bangunan berbentuk kura-kura, gambar sulur dan gambar logo Kura-kura Ocean Park.

Setelah pemotretan maupun pencarian gambar di *internet* selesai kemudian gambar-gambar ini diolah dengan menggunakan *Software PhotoshopCS3*. Perpaduan warna dan ketajaman warna dapat diolah/*disetting* dengan menggunakan menu *Hue/Saturation* dan untuk mengolah kecerahan cahaya menggunakan menu *Curves*. Dengan proses pengolahan tersebut diharapkan gambar/foto bisa diolah sesuai dengan harapan yang diinginkan oleh penulis, sehingga menghasilkan poster pariwisata yang diharapkan.

Teks utama pada poster karya 1 bertuliskan “Get Your Dreams Here” dan teks pendukungnya bertuliskan “Pantai Kartini Jepara” yang merupakan *brandname* tempat pariwisata tersebut. Sedangkan pada karya 2 teks utama pada poster ini bertuliskan “Kartini Beach” dan teks pendukungnya bertuliskan “Get Your Dreams Here”. Untuk pengolahan teks utama maupun teks pendukung pada karya 1 dan karya 2 keduanya diolah menggunakan *Software Adobe Photoshop CS3* menggunakan menu *Drop Shadow*.

Tahapan selanjutnya adalah pencetakan poster, setelah tahapan-tahapan pengolahan gambar selesai kemudian dilanjutkan ke pencetakan karya dengan menggunakan *digital printing* dengan jenis kertas *ivory*.

Bagan proses karya 1 dan 2



Keterangan:

1. Pada karya 1 foto obyek pariwisata Pantai Kartini Jepara dan karya 2 gambar obyek wisata Pantai Kartini dan anak yang sedang bermain pasir pantai, diambil dengan teknik fotografi menggunakan kamera *Nikon D70*.
2. Proses editing dengan menggunakan program *Adobe Photoshop CS3*.
3. Teks yang digunakan dalam poster karya 1 menggunakan *Impact* dan *Good Dog* dan dalam poster karya 2 *Eras Bold ITC* dan *Rockwell Condensed*.
4. Poster hasil akhir, setelah *editing*.

4.1.3.2 Aspek Estetis

Pada poster karya 1 terdapat *brandname* bertuliskan Pantai Kartini Jepara yang terletak di bagian kanan bawah. Penulisan pada teks *brandname* “Pantai Kartini Jepara“ menggunakan jenis huruf *Good Dog*. Menggunakan warna hitam dan beroutline warna putih.

Setiap lubang-lubang pada tulisan diberi variasi warna agar tulisan terlihat lebih menarik. Selain itu juga menandakan bahwa Pantai Kartini tidak hanya dikunjungi dan didominasi oleh anak-anak saja tetapi juga untuk semua usia. Di atas tulisan Pantai Kartini Jepara dalam *brandname* ini terdapat tiga buah lengkungan dengan tiga warna yang berbeda yaitu biru, merah dan kuning. Lengkungan ini menandakan gelombang air laut sedangkan variasi warna mengartikan bahwa Pantai Kartini Jepara ini ditujukan bagi semua kalangan baik anak-anak, remaja maupun orang tua. Pemilihan jenis huruf tersebut dikarenakan huruf memiliki bentuk yang menarik dan jelas dibaca, sehingga diharapkan para pengamat poster akan mudah untuk membacanya. Pada poster di atas baik karya 1 maupun karya 2 mempunyai nilai estetis dengan menggunakan beberapa jenis huruf. Hal ini dipilih dengan maksud untuk menarik perhatian para pembaca.

Pada karya 1 teks yang bertuliskan “Get Your Dreams Here” menggunakan jenis huruf *Impact*. Jenis huruf ini dipilih karena memiliki bentuk yang tegas sehingga tulisan menjadi terlihat lebih jelas dan menarik para pembaca poster. Selain itu tulisan juga dipadukan dengan empat macam warna yaitu warna putih, merah, kuning dan hijau. Hal ini bertujuan agar tulisan terlihat lebih menarik. Selanjutnya teks pendukung yang berisi *brandname* dari lokasi tempat pariwisata berada. Sedangkan pada

karya 2 pada teks utama “Kartini Beach“ menggunakan jenis huruf *Eras Bold ITC*, dan ditambahkan *Drop Shadow*. Pemilihan jenis huruf tersebut dikarenakan jenis ini memiliki bentuk yang tegas dan jelas. Penambahan pada huruf *outline* diharapkan para pengamat poster akan mudah untuk membacanya. Teks pendukung terdiri dari *teksline* yang merupakan ajakan. Teks tersebut menggunakan jenis huruf *Rockwell Condensed* karena huruf tersebut jelas tegas dan mudah dibaca.

Unsur warna pada gambar pendukung menggunakan warna putih supaya antara gambar satu dengan yang lainnya terdapat jarak yang berfungsi agar gambar tidak terlihat menyatu dan gambar lebih terlihat timbul. Untuk penulisan teks utama dan teks pendukung baik pada karya 1 maupun karya 2 keduanya diolah menggunakan *Software Adobe Photoshop CS3* menggunakan *Drop Shadow* sehingga terkesan terdapat bayangan di belakang tulisan. Teks menjelaskan objek, sehingga pesan yang ingin disampaikan dalam poster jelas dan mudah dimengerti.

Pembuatan poster di atas agar memiliki nilai estetis, tidak lepas dari prinsip-prinsip desain diantaranya adalah kesatuan pada poster di atas dapat dilihat dari warna *background*, pada karya 1 keterpaduan antara unsur-unsur warna biru, hitam, coklat muda, merah, kuning, hijau muda dan putih, sedangkan pada karya 2

keterpaduan antara unsur-unsur warna biru tua dan warna putih menyelaraskan objek secara keseluruhan.

Keserasian poster di atas juga terdapat pada warna teks dan warna gambar foto. Pada karya 1 peletakan teks yang berwarna-warni diantaranya putih, kuning, hijau muda dan merah berada di atas background gambar pasir dan kerang. Sedangkan karya 2 peletakan teks yang berwarna kuning, warna merah *outline* putih dan hitam serta kuning *outline* hitam berada di atas *background* berwarna putih. Penyesuaian antara warna objek gambar foto dan teks menjadi keserasian antar bagian dalam suatu keseluruhan sehingga cocok satu dengan yang lain.

Irama dari poster karya 1 didapatkan dari tata letak gambar utama yang dibuat miring sehingga poster menciptakan kesan alami/*natural* yang tampak seperti berada di atas pasir pantai. *Layout* teks utama diletakkan berada di sebelah kiri atas gambar utama agar para *audience* melihat sisi dominan dari poster di atas daripada unsur pendukung poster. Unsur dominan dari poster di atas adalah foto bangunan berbentuk kura-kura raksasa yang terdapat di dalam obyek wisata pantai kartini Jepara yang diambil dari posisi sebelah kiri depan. Sedangkan irama karya 2 didapatkan dari unsur-unsur gambar foto seorang anak yang sedang bermain pasir putih di tepi pantai tampak seirama dengan gambar bangunan kura-kura raksasa Ocean Park sebagai *icon* pariwisata Pantai

Kartini Jepara. *Layout* teks diletakkan rata berada di atas gambar seorang anak yang sedang bermain pasir putih di tepi pantai.

Dari aspek estetis desain poster ini pada karya 1 maupun karya 2 menggunakan keseimbangan asimetris. Hal ini terlihat dengan pembagian kanan dan kiri yang berbeda. Pada poster penempatan gambar utama terletak di bagian tengah. Sedangkan gambar pendukung berada di sebelah kanan bawah gambar utama. Teks utama berada di sebelah kiri atas, dan teks pendukung berada di sebelah kiri bawah. Sedangkan di bagian kanan atas gambar utama terdapat logo Dinas Pariwisata dan Budaya Kabupaten Jepara dan Visit Jawa Tengah 2013 sehingga desain poster terlihat tidak berat sebelah walaupun tata letak yang tidak sama namun tetap seimbang antara bagian kanan dan kiri. Hal tersebut dilakukan agar menarik perhatian khalayak sasaran.

Proporsi pada poster di atas didapat dengan melihat ukuran teks dan ukuran objek utama yaitu baik objek utama karya 1 maupun karya 2 lebih besar daripada teks yang mendukung. Hal ini bertujuan agar objek utama terlihat lebih jelas dan teks sebagai penjelas tema yang dimaksud dapat tercapai dengan adanya kesatuan objek utama dan teks atau pendukung pada poster tersebut.

Hirarki visual pada poster di atas, pada karya 1 yang dominan dilihat yaitu objek foto bangunan kura-kura raksasa.

Kedua sebagai yang sub-dominan adalah gambar pasir pantai dan kerang yang digunakan sebagai *background*. Ketiga sebagai yang sub-dominan juga yaitu teks “Get Your Dream Dream” dan teks “Pantai Kartini Jepara”. Terakhir sebagai sub-ordinan adalah logo Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Jepara yang terdapat pada pojok kanan atas poster. Sedangkan pada karya 2 yang dominan dilihat adalah seorang anak yang sedang bermain pasir putih di tepi pantai. Kedua adalah gambar bangunan berbentuk kura-kura, gambar sulur dan gambar logo Kura-kura Ocean Park. Ketiga yaitu teks “Kartini Beach” dan teks “Gets Your Dreams Here”, dan yang terakhir adalah logo Dinas Kebudayaan dan Pariwisata.

4.1.3.3 Aspek Komunikasi dan Pesan

Gambar pada poster di atas pada karya 1 disajikan foto bangunan berbentuk kura-kura raksasa yang menunjukkan icon obyek wisata Pantai Kartini Jepara, sedangkan pada karya 2 disajikan dengan foto seorang anak yang sedang bermain pasir putih di tepi Pantai Kartini Jepara. Teks yang bertuliskan “Get Your Dream Here” pada poster karya 1 dan karya 2 merupakan ajakan kepada masyarakat untuk mendapatkan tempat wisata yang diimpikan yaitu tempat wisata yang sangat indah dan nyaman untuk dikunjungi oleh semua masyarakat yaitu objek wisata yang

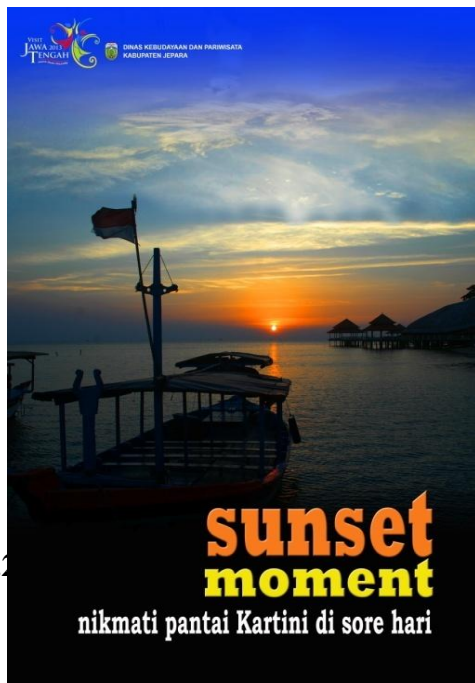
ada di Pantai Kartini Jepara. Khususnya anak-anak dapat bermain di tepi Pantai Kartini Jepara

Gambar pada poster secara keseluruhan merupakan ajakan kepada masyarakat untuk mengunjungi tempat wisata Pantai Kartini Jepara, semoga pesan yang disampaikan dapat diterima oleh masyarakat agar mengunjungi tempat wisata tersebut dan dapat meningkatkan potensi wisata bahari di Kabupaten Jepara.

Aspek pesan desain poster ini dibuat untuk mempromosikan obyek pariwisata Pantai Kartini Jepara di Kabupaten Jepara. Desain yang dibuat sedemikian rupa bertujuan untuk menarik perhatian masyarakat dengan datang ke Pantai Kartini Jepara untuk mendapatkan suasana tempat wisata yang diimpi-impikan yaitu suasana pantai yang sangat nyaman, indah dan dapat dinikmati dikunjungi oleh semua kalangan baik anak-anak, remaja maupun orang dewasa dan dengan poster ini diharapkan masyarakat akan tertarik untuk mengunjungi tempat wisata Pantai Kartini yang menjadi salah satu objek wisata bahari di Kabupaten Jepara.

4.2. Karya 3 dan 4

Karya 3



Karya 4



Media : Komputer, *digital printing*, pada kertas *ivory*

Ukuran : 42cm x 29,7 cm

Tahun : 2013

Sumber Gambar : Foto pemotretan sendiri

4.2.2. Deskripsi Karya

Karya poster berjudul "Sunset Moment" memiliki ukuran 42 x 29,7 cm. Bahan yang digunakan tinta warna, kertas *ivory*. Poster ini berisi informasi tentang obyek pariwisata Pantai Kartini Jepara, baik berupa unsur gambar/fotografi dan unsur teks yang berisi informasi mengenai obyek pariwisata. Unsur fotografi yang ada dalam poster adalah foto matahari terbenam di obyek pariwisata Pantai Kartini Jepara. Terlihat juga gambar perahu dan gardu pandang yang bertujuan untuk mempertegas

gambar berada di tepi pantai sehingga kelihatan lebih menarik untuk dilihat.

Teks utama poster baik karya 3 maupun karya 4 ini bertuliskan “Sunset Moment” yang terdapat pada bagian kanan bawah gambar. Sedangkan teks pendukung terdapat di bawah teks utama. Gambar utama merupakan informasi suasana terbenamnya matahari di obyek pariwisata Pantai Kartini Jepara. Di sebelah kiri atas gambar terdapat logo dan tulisan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Jepara dan Visit Jawa Tengah 2013. Pada bagian atas gambar utama terdapat warna biru dan pada bagian bawah terdapat warna hitam yang keduanya diolah dengan menggunakan *Software Photoshop CS3*, hal ini dimaksudkan agar warna dan gambar utama terlihat lebih menyatu.

4.2.3. Analisis Karya

4.2.3.1 Aspek Teknis

Tahap awal pembuatan karya tersebut adalah dimulai dengan *hunting* foto yang menyangkut tentang keindahan matahari terbenam di obyek wisata Pantai Kartini pada sore hari. Poster yang berjudul “Sunset Moment” ini menggunakan unsur gambar/fotografi. Gambar yang disajikan dalam poster merupakan gambar suasana matahari terbenam di dalam obyek pariwisata Pantai Kartini Jepara. Pada karya 3 suasana matahari terbenam di foto sekitar jam 17.30 WIB, dengan mengambil obyek foto di

dermaga wisata Pantai Kartini Jepara. Sedangkan pada karya 4 suasana matahari terbenam di foto sekitar jam 17.00 WIB. Pengambilan foto menggunakan kamera *Nikon D70*.

Setelah pemotretan selesai kemudian gambar-gambar ini diolah dengan menggunakan *Software Photoshop CS3*. Perpaduan warna dan ketajaman warna dapat diolah/*disetting*. Untuk mendapatkan *effect* warna tambahan warna biru dan hitam, penulis menggunakan menu *Gradient tool*, untuk mendapatkan ketajaman warna pada foto penulis menggunakan menu *Hue/Saturation* dan untuk mengolah kecerahan cahaya menggunakan menu *Curves*.

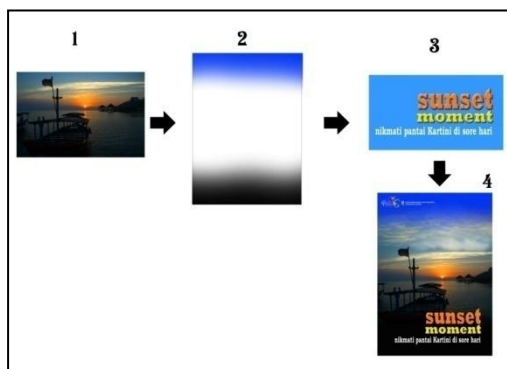
Dengan proses pengolahan tersebut diharapkan gambar/foto bisa diolah sesuai dengan harapan yang diinginkan oleh penulis, sehingga menghasilkan poster pariwisata yang diharapkan.

Setelah pengolahan gambar selesai kemudian proses selanjutnya adalah penulisan Teks utama (*tag line*) maupun teks pendukung dengan menggunakan *software* yang sama yaitu *Software Photoshop CS3*. Teks utama pada poster karya 3 dan 4 ini bertuliskan “Sunset moment” aedangkan teks pendukungnya pada karya 3 bertuliskan “Nikmati Pantai Kartini di sore hari ”. dan pada karya 4 bertuliskan “Indahnya matahari terbenam di pantai Kartini Jepara ”. Untuk pengolahan teks utama maupun teks pendukung keduanya diolah menggunakan *Software Adobe PhotoshopCS3* menggunakan menu *Drop Shadow*.

Tahapan selanjutnya adalah pencetakan poster, setelah tahapan-tahapan pengolahan gambar selesai kemudian dilanjutkan ke pencetakan karya dengan menggunakan *digital printing* dengan jenis kertas *ivory*.

Bagan proses karya 3 dan karya 4

Karya 3



Karya 4



Keterangan:

1. Gambar obyek wisata pantai Kartini pada sore hari diambil dengan teknik fotografi menggunakan kamera *Nikon D70*.
2. Proses pembuatan dengan media komputer dengan menggunakan program *Adobe Photoshop CS3*.
3. Teks yang digunakan dalam poster karya 3 menggunakan *Rockwell Extra Bold* dan *Bookman Old Style* sedangkan pada karya 4 menggunakan *Victorian LET* dan *Honey Script*.
4. Poster hasil akhir.

4.2.3.2 Aspek Estetis

Pada poster di atas mempunyai nilai estetis dengan menggunakan beberapa jenis perpaduan warna dan ketajaman warna. Warna *disetting* dengan mengolah cahaya sehingga menghasilkan perbedaan antara gelap terang dan menjadikan poster terlihat lebih menarik.

Teks utama (*tag line*) “Sunset Moment” menggunakan beberapa jenis huruf. Karya 3 teks yang bertuliskan “Sunset Moment” menggunakan jenis huruf *Rockwell Extra Bold*, jenis huruf ini dipilih karena memiliki bentuk yang tegas dan mudah dibaca. Teks ini menggunakan warna kuning dan oranye. Untuk teks pendukung bertuliskan “Nikmati Pantai Kartini di sore hari” menggunakan jenis huruf *Bookman Old Style*, Jenis ini dipilih karena memiliki bentuk yang tegas, dan memudahkan untuk dibaca. Penulisan Teks “Nikmati Pantai Kartini di sore hari” menggunakan warna putih sehingga teks terlihat lebih jelas. Sedangkan karya 4 teks yang bertuliskan “Sunset” menggunakan jenis huruf *Victorian LET*. Jenis huruf tersebut dipilih karena memiliki bentuk yang menarik dan mudah dibaca. Teks “Sunset” menggunakan warna kuning dan diolah menggunakan *Software Adob Photoshop CS3* dan *Drop Shadow* warna hitam, sehingga teks terlihat lebih jelas. Teks bertuliskan “Moment” menggunakan jenis huruf *Honey Script*. Jenis huruf tersebut dipilih karena bentuknya menarik. Teks tersebut

menggunakan warna biru muda yang diolah dan *Software Adobe Photoshop CS3* menggunakan *Drop Shadow* warna hitam.

Untuk teks pendukung bertuliskan “Indahnya matahari terbenam di Pantai Kartini Jepara” menggunakan jenis huruf *Victorian LET*, Jenis tersebut dipilih karena memiliki bentuk yang menarik untuk dibaca. Teks ini menggunakan warna putih, warna tersebut dipilih karena *backgroundnya* yang berwarna hitam sehingga teks terlihat lebih jelas. Unsur warna pada *background* menggunakan warna dominan obyek utama yaitu warna hitam dan oranye.

Pembuatan poster di atas agar memiliki nilai estetis, tidak lepas dari prinsip-prinsip desain yaitu diantaranya adalah kesatuan pada poster di atas dapat dilihat dari warna *background*, keterpaduan antara unsur warna biru, kuning, oranye dan hitam yang mempertegas suasana Pantai Kartini Jepara di sore hari pada saat matahari terbenam menyelaraskan objek secara keseluruhan.

Keserasian poster di atas juga terdapat pada warna teks dan warna *background*. Karya 3 yaitu peletakan teks yang berwarna kuning dan oranye berada di atas *background* biru-hitam. Karya 4 yaitu peletakan teks yang berwarna kuning, biru dan putih berada di atas *background* oranye. Penyesuaian antara warna objek gambar foto, teks dan *background* menjadi keserasian antar bagian dalam suatu keseluruhan sehingga cocok satu dengan yang lain.

Irama dari poster di atas pada karya 3 didapatkan dari posisi obyek gambar *siluet* perahu yang tampak seirama dengan gambar *siluet* gardu pandang yang terdapat di Pantai Kartini Jepara. Dan *layout* teks diletakkan rata kanan bawah poster. Sedangkan pada karya 4 irama didapatkan dari posisi obyek gambar siluet *gardu pandang* yang tampak seirama dengan gambar *siluet* matahari terbenam yang terdapat di Pantai Kartini Jepara. *Layout* teks diletakkan rata kiri bawah poster.

Unsur dominan dari poster di atas adalah gambar matahari yang sedang terbenam pada sore hari dan gambar perahu yang sedang bersandar di tepi pantai yang dipadukan dengan *background* warna biru dan hitam serta oranye sehingga suasana tampak lebih indah.

Dalam poster tersebut baik karya 3 maupun karya 4 menggunakan keseimbangan *asimetri* tetapi terdapat keseimbangan dalam penempatan objek dalam bidang bawah yang agak gelap, meskipun terkesan berat sebelah tetapi tetap mengimbangi bidang sebelah atas yang terang karena warna tulisan berwarna terang. Pada warna menggunakan keseimbangan simetri juga, karena warna-warna yang ada tidak menyatu pada objek utama dengan teks dan *backgroundnya*.

Proporsi pada poster di atas didapat dengan melihat ukuran teks dan ukuran objek utama yaitu objek utama lebih besar dari

teks pendukung. Hal ini bertujuan agar objek utama terlihat lebih jelas dan teks sebagai penjelas tema yang dimaksud dapat tercapai dengan adanya kesatuan objek utama dan teks atau pendukung pada poster tersebut.

Hirarki visual pada poster di atas, karya 3 yang dominan dilihat adalah suasana Pantai Kartini pada sore hari. Kedua sebagai yang sub-dominan adalah gambar perahu yang bersandar di tepi pantai. Ketiga sebagai yang sub-dominan juga yaitu teks “Sunset Moment” dan teks “Nikmati pantai Kartini di sore hari”. Terakhir sebagai un-ordinan adalah logo Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Jepara yang terdapat pada pojok kiri atas poster. Sedangkan karya 4 yang pertama kali dilihat adalah suasana terbenamnya matahari di Pantai Kartini pada sore hari. Kedua adalah gambar gardu pandang yang ada di Pantai Kartini Jepara. Ketiga yaitu teks “Sunset Moment” dan teks “Indahnya matahari terbenam di pantai Kartini Jepara”. Terakhir adalah logo Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Jepara yang terdapat pada pojok kiri atas poster.

4.2.3.3 Aspek Komunikasi dan Pesan

Gambar pada poster di atas disajikan dengan foto matahari terbenam di Pantai Kartini Jepara yang menunjukkan obyek wisata Pantai Kartini Jepara pada sore hari. Teks bertuliskan “Sunset

Moment” dan “Nikmati pantai Kartini pada sore hari” pada karya 3 serta teks bertuliskan “Sunset Moment” dan “Indahnya matahari terbenam di Pantai Kartini Jepara” pada karya 4, merupakan ajakan kepada masyarakat untuk menikmati keindahan Pantai Kartini pada sore hari saat matahari tenggelam yang menawarkan suasana alam dan tempat yang sangat indah dan nyaman untuk dikunjungi oleh semua masyarakat.

Gambar dan teks pada poster secara keseluruhan merupakan ajakan kepada masyarakat untuk mengunjungi tempat wisata Pantai Kartini Jepara. Pesan yang disampaikan dapat diterima oleh masyarakat agar mengunjungi tempat wisata tersebut dan dapat meningkatkan potensi wisata bahari di Kabupaten Jepara.

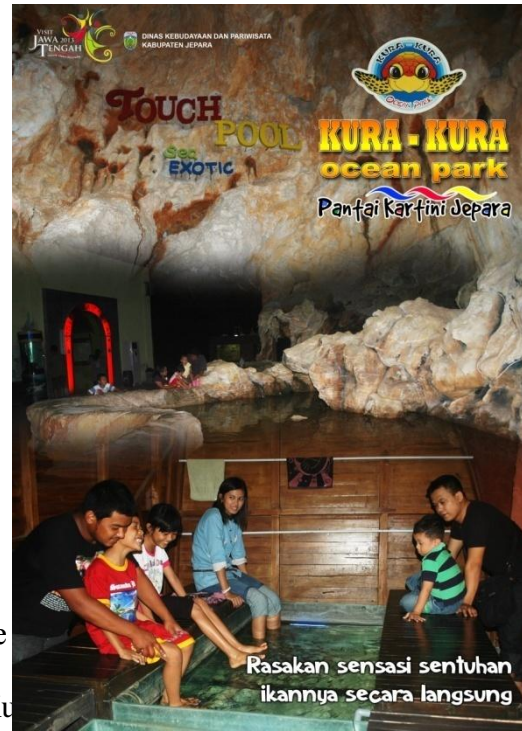
Aspek pesan desain poster ini dibuat untuk mempromosikan obyek pariwisata Pantai Kartini Jepara pada sore hari saat matahari tenggelam. Desain yang dibuat sedemikian rupa bertujuan untuk menarik perhatian masyarakat dengan datang ke Pantai Kartini Jepara untuk mendapatkan keindahan suasana terbenamnya matahari di sore hari di Pantai Kartini Jepara karena suasana seperti ini sangat cocok dinikmati oleh semua kalangan baik anak-anak, remaja maupun orang dewasa untuk menghabiskan waktu di sore hari. Dan dengan poster ini diharapkan masyarakat akan tertarik untuk mengunjungi tempat wisata Pantai Kartini yang menjadi salah satu objek wisata bahari di pinggiran pusat Kota Jepara.

4.3. Karya 5 dan 6

Karya 5



Karya 6



Media : Komputer, *digital printing*, pada kertas *ivory*

Ukuran : 42cm x 29,7 cm

Tahun : 2013

Sumber Gambar: Foto pemotretan sendiri

4.3.2. Deskripsi Karya

Karya poster promosi wisata budaya berukuran 42 x 29,7 cm ini berjudul “Feel the beautiful of the beach with family“ dan “Kura-Kura Ocean Park“. Gambar utama karya 5 merupakan gambar keluarga yang sedang berekreasi menikmati suasana pantai dan tampak sedang bermain air. Gambar ini terletak di atas dan mempunyai ukuran yang besar

memenuhi sebagian bidang poster. Sedangkan gambar pendukungnya yaitu gambar pasir putih yang berada di bagian bawah gambar utama. Untuk karya 6 gambar utama merupakan informasi tentang kolam sentuh. Gambar utama terletak paling atas. Sedangkan gambar pendukung terdiri dari dua gambar yang merupakan gambar penjelas dari gambar utama. Yaitu gambar kolam dengan ikan-ikan yang ada di dalamnya yang bisa disentuh dan gambar keluarga yang sedang mencoba sensasi sentuhan ikan-ikan di dalam kolam.

Teks utama poster karya 5 ini bertuliskan “Feel the beautiful of the beach with family” yang terdapat pada bawah gambar pendukung. Sedangkan teks pendukungnya yaitu bertuliskan “Kartini Beach Jepara”. Untuk sebelah kanan atas gambar utama terdapat logo dan tulisan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Jepara dan Visit Jawa Tengah 2013. Latar belakang merupakan gambar pasir dengan tujuan agar gambar lebih terlihat menyatu dengan gambar utama. Sedangkan teks utama karya 6 bertuliskan “Kura-Kura Ocean Park” dan *brandname* bertuliskan “Pantai Kartini Jepara” yang terletak di samping gambar utama. Teks utama menggunakan perpaduan warna kuning dan oranye dan untuk *brandname* menggunakan warna hitam beroutline putih. Sedangkan teks pendukung menggunakan warna putih yang terdapat di bawah gambar pendukung. Latar belakang menggunakan warna hitam. Gambar kecil yang terletak disebelah kiri atas adalah logo dan tulisan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Jepara serta Visit Jawa Tengah 2013.

4.3.3. Analisis Karya

4.3.3.1 Aspek Teknis

Tahap awal pembuatan karya tersebut adalah dimulai dengan *hunting* foto yang menyangkut tentang keakraban suatu keluarga yang tampak sangat senang bermain air pantai dan sedang merasakan sentuhan ikan-ikan kecil di kolam sentuh di Pantai Kartini Jepara. Poster karya 5 dan karya 6 secara keseluruhan menampilkan gambar/foto tentang keluarga yang sedang berlibur menikmati suasana pantai dan airnya yang bersih dan juga keluarga yang sedang menikmati sentuhan ikan dalam kolam. Foto diambil dengan menggunakan kamera *Nikon D70*. Gambar terdiri dari dua bagian yaitu gambar utama dan gambar pendukung. Gambar utama pada karya 5 merupakan keluarga yang sedang berekreasi menikmati suasana pantai dan tampak sedang bermain air dan gambar pendukungnya adalah gambar pasir putih. Sedangkan gambar utama pada karya 6 adalah gambar keluarga yang sedang menikmati sentuhan ikan dalam kolam dan gambar pendukungnya adalah gambar kolam sentuh dan tulisan “Touch Pool Exotic”, dengan posisi pengambilan gambar yang berbeda.

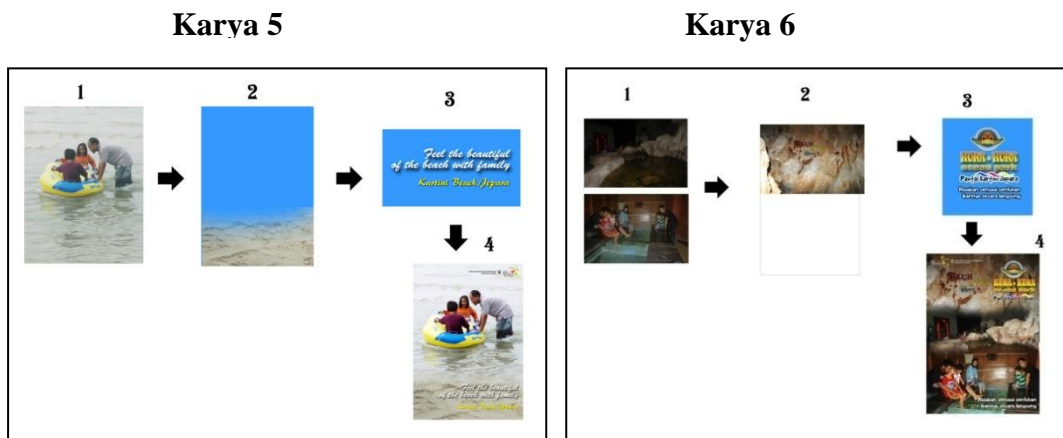
Setelah pemotretan selesai kemudian gambar-gambar ini diolah dengan menggunakan *Software Photoshop CS3* sehingga perpaduan warna dan ketajaman warna dapat diolah/*disetting*. Untuk mendapatkan kesan kelihatan menyatu antara gambar utama

dan gambar pendukung penulis menggunakan menu *Eraseer Tool*. Ketajaman warna pada foto dapat diolah menggunakan menu *Hue/Saturation* dan untuk mengolah kecerahan cahaya menggunakan menu *Curves*. Dengan proses pengolahan tersebut diharapkan gambar/foto bisa diolah sesuai dengan harapan yang diinginkan oleh penulis, sehingga menghasilkan poster pariwisata yang diharapkan.

Setelah pengolahan gambar selesai kemudian proses selanjutnya adalah penulisan teks utama (*tag line*) maupun teks pendukung. Teks utama pada poster karya 5 ini bertuliskan “Feel the beautiful of the beach with family” dan teks pendukungnya bertuliskan “Kartini Beach Jepara”. Sedangkan teks utama pada poster karya 6 bertuliskan “Kura-Kura Ocean Park” dan teks pendukungnya bertuliskan “Pantai Kartini Jepara” yang juga sebagai *brandname* obyek wisata Pantai Kartini Jepara. Untuk pengolahan teks utama maupun teks pendukung keduanya diolah menggunakan *Software Adobe Photoshop CS3* menggunakan menu *Drop Shadow*.

Tahapan selanjutnya adalah pencetakan poster, setelah tahapan-tahapan pengolahan gambar selesai kemudian dilanjutkan ke pencetakan karya dengan menggunakan *digital printing* dengan jenis kertas *ivory*.

Bagan proses karya 5 dan karya 6



Keterangan:

1. Karya 5 gambar keluarga yang sedang bermain di obyek wisata pantai Kartini dan karya 6 gambar obyek wisata kolam sentuh dalam bangunan *Kura-kura Ocean Park* dan gambar keluarga yang sedang menikmati sentuhan ikan dalam kolam, diambil dengan teknik fotografi menggunakan kamera *Nikon D70*.
2. Proses pembuatan dengan media komputer dengan menggunakan program *Adobe Photoshop CS3*.
3. Teks yang digunakan dalam poster karya 5 menggunakan *Brush Script Std* dan *Brush 455 BT* dan poster karya 6 menggunakan *Aklatic TSO*, *Rockwell Condensed*, *Arial* dan *Good Dog*.
4. Poster hasil akhir.

4.3.3.2 Aspek Estetis

Pada poster karya 6 terdapat *brandname* bertuliskan Pantai Kartini Jepara yang terletak di bagian kanan atas. Penulisan pada teks *brandname* “Pantai Kartini Jepara“ menggunakan jenis huruf

Good Dog. Menggunakan warna hitam dan beroutline warna putih dan disetiap lubang-lubang pada tulisan diberi variasi warna agar tulisan terlihat lebih menarik. Selain itu juga menandakan bahwa Pantai Kartini tidak hanya dikunjungi dan didominasi oleh anak-anak saja tetapi juga semua lapisan masyarakat dapat menikmati pariwisata Pantai Kartini Jepara.

Di atas tulisan Pantai Kartini Jepara dalam *brandname* tersebut terdapat tiga buah lengkungan dengan tiga warna yang berbeda yaitu biru, merah dan kuning. Lengkungan ini menandakan gelombang air laut. Sedangkan variasi warna mengartikan bahwa Pantai Kartini Jepara ditujukan bagi semua kalangan baik anak-anak, remaja maupun orang tua. Pemilihan jenis huruf dikarenakan jenis ini memiliki bentuk yang luwes, jelas dan tegas. Diharapkan para pengamat poster akan mudah untuk membacanya.

Pada poster di atas baik karya 5 maupun karya 6 mempunyai nilai estetis dengan menggunakan beberapa jenis huruf. Gambar utama karya 5 terletak di bagian atas dengan ukuran yang besar hampir memenuhi seluruh bagian poster. Sedangkan gambar pendukungnya yaitu gambar pasir putih. Dan untuk karya 6 penulis mengambil obyek gambar kolam ikan, dan gambar keluarga yang sedang menikmati sentuhan ikan dalam kolam yang diambil sebagai gambar utama dan gambar pendukungnya adalah gambar kolam sentuh dan tulisan “Touch Pool Exotic”. Pemilihan gambar

tersebut bertujuan untuk menginformasikan kepada masyarakat untuk bisa menikmati dan berkunjung ke dalam obyek wisata yang bertemakan *konservasi* laut ini. Gambar karya 5 dan 6 diolah menggunakan *Software Photoshop CS3* supaya gambar terlihat lebih menyatu dengan gambar utama. Perpaduan warna yang *disetting* dengan mengolah cahaya yang menghasilkan perbedaan antara gelap terang dan menjadikan poster terlihat lebih menarik sehingga akan semakin tertarik untuk mengunjungi obyek wisata.

Teks utama poster karya 5 ini bertuliskan “Feel the beautiful of the beach with family” yang terdapat pada bawah gambar utama. Teks “Feel the beautiful of the beach with family” menggunakan jenis huruf *Brush Script Std* warna putih. Pemilihan jenis huruf ini dikarenakan bentuknya yang luwes dan menarik. Teks yang selanjutnya adalah teks pendukung menggunakan jenis huruf *Brush 455 BT* dan berwarna kuning, pemilihan jenis huruf karena bentuknya yang menarik dan mudah dibaca. Sedangkan teks utama karya 6 yaitu “Kura-Kura Ocean park“ menggunakan dua jenis huruf yang berbeda. Untuk teks “Kura-kura” menggunakan jenis huruf *Rockwell Condensed* dan untuk teks “ Ocean Park” menggunakan jenis huruf *Arial*. Teks “Pantai Kartini Jepara” yang merupakan *brandname* tentang lokasi pariwisata Pantai Kartini Jepara menggunakan jenis huruf *Good Dog*. Teks utama dan pendukung ini diolah menggunakan *Software Adob Photoshop*

CS3 menggunakan *Drop Shadow* warna hitam, sehingga teks terlihat lebih jelas.

Pembuatan poster di atas agar memiliki nilai estetis, tidak lepas dari prinsip-prinsip desain. Kesatuan pada poster di atas dapat dilihat dari warna *background*, keterpaduan antara unsur warna putih pada cahaya sinar matahari di siang hari dengan warna air laut yang jernih pada karya 5 dan unsur warna hitam disamakan dengan warna dominan pada gambar utama pada karya 6 sehingga menyelaraskan objek secara keseluruhan.

Keserasian poster di atas juga terdapat pada warna teks dan warna *background*. Pada karya 5 peletakan teks yang berwarna putih dan kuning berada di atas *background* pasir pantai yang putih. Dan pada karya 6 peletakan unsur warna pada teks utama yang dibuat dengan warna hitam. Hal ini dikarenakan lokasi berada di dalam bangunan kura-kura sehingga terkesan gelap tapi gambar masih tampak terlihat jelas. Penyesuaian antara warna objek gambar foto, teks dan *background* menjadi keserasian antarbagian dalam suatu keseluruhan sehingga cocok satu dengan yang lain.

Irama dari poster di atas pada karya 5 didapatkan dari posisi obyek gambar keluarga yang sedang bermain menikmati jernihnya air pantai yang tampak seirama dengan gambar pasir pantai yang putih yang terdapat di Pantai Kartini Jepara. Dan *layout* teks diletakkan rata kanan bawah poster. Sedangkan irama dari poster

karya 6 didapatkan dari gambar kolam dengan ikan-ikan yang ada di dalamnya yang bisa disentuh. Juga gambar keluarga yang sedang mencoba sensasi sentuhan ikan-ikan di dalam kolam yang tampak seirama dengan gambar informasi tentang kolam sentuh yang berada di atasnya. *Layout* teks diletakkan rata kanan atas poster.

Unsur dominan dari poster di atas adalah gambar keluarga yang sedang berekreasi menikmati suasana pantai dan tampak sedang bermain air yang dipadukan dengan *background* dari air pantai yang jernih sehingga suasana pantai sangat terasa. Dan juga gambar informasi tentang kolam sentuh yang ada di wisata Pantai Kartini Jepara. Diperjelas dengan gambar keluarga yang sedang mencoba sensasi sentuhan ikan-ikan di dalam kolam yang tentunya dapat membuat pembaca poster menjadi penasaran dan tertarik untuk datang dan mencobanya wahana tersebut.

Dalam poster karya 5 menggunakan prinsip keseimbangan *asimetris*. Hal ini terlihat dengan pembagian kanan dan kiri yang hampir sama. Penempatan gambar utama terletak di tengah bagian atas, dan teks utama dan teks pendukung berada di bagian bawah. Karena gambar utama terkesan berat di atas sehingga desain poster tetap terlihat seimbang antara bagian kanan dan kiri. Sedangkan dalam poster karya 6 menggunakan keseimbangan *simetris*. Hal ini terlihat dengan pembagian atas, tengah dan bawah yang sama. Penempatan gambar utama terletak di bagian atas, sehingga desain

poster terlihat seimbang antara bagian kanan dan kiri. Hal tersebut semua dilakukan agar menarik perhatian khalayak sasaran.

Proporsi pada poster di atas didapat dengan melihat ukuran teks dan ukuran objek utama yaitu objek utama lebih besar daripada teks yang mendukung. Hal ini bertujuan agar objek utama terlihat lebih jelas dan teks sebagai penjelas tema yang dimaksud dapat tercapai dengan adanya kesatuan objek utama dan teks atau pendukung pada poster tersebut.

Hirarki visual pada poster di atas adalah yang pertama kali dilihat pada karya 5 adalah keceriaan keluarga yang sedang bermain air di Pantai Kartini Jepara. Kedua adalah kondisi air laut Pantai Kartini yang sangat jernih. Ketiga yaitu teks “Feel the beautiful of the beach with family” dan teks “Kartini Beach Jepara”, dan yang terakhir adalah logo Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Jepara yang terdapat pada pojok kanan atas poster. Dan hirarki visual pada poster karya 6 adalah yang pertama kali dilihat adalah gambar utama yang menjadi *centre point* dari poster. Kedua teks “Kura-kura Ocean Park” dan “Pantai Kartini Jepara”. Ketiga perhatian akan tertuju pada teks bagian bawah yaitu “Rasakan Sensasi sentuhan ikannya secara langsung”. Terakhir adalah logo Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Jepara yang terdapat pada pojok kiri atas poster.

4.3.3.3 Aspek Komunikasi dan Pesan

Gambar pada poster di atas disajikan dengan gambar keluarga yang sedang berekreasi menikmati suasana pantai dan tampak sedang bermain air. Teks bertuliskan “Feel the beautiful of the beach with family” dan “Kartini Beach Jepara” pada poster yang merupakan ajakan kepada masyarakat untuk menikmati suasana keceriaan bersama keluarga dengan menikmati indahnya pantai dan air laut Pantai Kartini yang sangat jernih yang menawarkan suasana alam dan tempat yang sangat indah dan nyaman untuk dikunjungi dan dinikmati bersama anggota keluarga.

Dan juga disajikan informasi tentang kolam sentuh yang terletak di bagian paling atas. Gambar kolam dengan ikan-ikan yang ada di dalamnya yang bisa disentuh terletak dibawahnya dan gambar keluarga yang sedang mencoba sensasi sentuhan ikan-ikan di dalam kolam. Teks bertuliskan “Kura-Kura Ocean Park” dan “Rasakan Sensasi sentuhan ikannya secara langsung” pada poster yang merupakan ajakan kepada masyarakat untuk menikmati secara langsung sentuhan ikan di kolam sentuh yang berada di dalam bangunan kura-kura raksasa. Selain sebagai tempat wisata, kolam sentuh ini juga berfungsi untuk membantu para wisatawan merelaksasikan diri dengan merasakan pijatan-pijatan kecil yang dilakukan oleh ikan.

Gambar dan teks pada poster secara keseluruhan merupakan ajakan kepada masyarakat untuk mengunjungi tempat wisata Pantai Kartini Jepara. Pesan yang disampaikan diharapkan dapat diterima oleh masyarakat agar mengunjungi tempat wisata tersebut dan dapat meningkatkan potensi wisata bahari di Kabupaten Jepara.

Aspek pesan desain poster ini dibuat untuk mempromosikan obyek pariwisata Pantai Kartini Jepara pada sore hari. Desain yang dibuat sedemikian rupa bertujuan untuk menarik perhatian masyarakat untuk datang ke Pantai Kartini Jepara. Kehangatan dan suasana keceriaan bersama keluarga dengan menikmati air laut yang sangat jernih sangat cocok dinikmati oleh keluarga yang ingin berlibur dan para pengunjung mau masuk dan mengetahui apa yang ada di dalam bangunan kura-kura yang menjadi *icon* pariwisata Pantai kartini Jepara. Desain yang dibuat bertujuan untuk menarik perhatian masyarakat agar mau datang ke Pantai Kartini Jepara untuk mencoba sendiri secara langsung kenikmatan sentuhan dan pijatan ikan. Dan dengan poster ini diharapkan masyarakat akan tertarik untuk mengunjungi tempat wisata Pantai Kartini yang menjadi salah satu objek wisata bahari di pinggiran pusat Kota Jepara.

4.4. Karya 7



4.4.1. Spesifikasi Karya

Judul	: “Pulau Panjang”
Media	: Komputer, <i>digital printing</i> , pada kertas <i>ivory</i>
Ukuran	: 42cm x 29,7 cm
Tahun	: 2013
Sumber Gambar	: Foto pemotretan sendiri dan Internet

4.4.2. Deskripsi Karya

Karya poster berjudul “Pulau Panjang “ yang berukuran 42 x 29,7 cm. Unsur gambar/fotografi terdiri dari gambar utama dan gambar pendukung. Gambar utama merupakan foto perahu nelayan. Gambar utama yang terletak di bagian atas dan mempunyai ukuran besar.

Sedangkan gambar pendukungnya terletak di bawah gambar utama yang terdiri dari beberapa gambar yaitu gambar kerang, dan gambar pasir putih.

Teks utama poster ini bertuliskan “Pulau Panjang” yang terletak di bagian kiri bawah. Teks pendukung yang terdapat di bawah teks utama terdiri dari dua teks yaitu bertuliskan “ Terangkan jiwa segarakan pikiran nikmati indahny alam. *Brandname* dari lokasi tempat pariwisata Pantai Kartini Jepara terletak di bawahnya.

Di atas dan bawah gambar utama dan gambar pendukung terdapat bidang warna biru dan putih yang fungsinya memisahkan gambar utama dengan gambar pendukung sehingga kelihatan tidak menyatu. Bagian kanan atas poster terletak logo dan teks Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Jepara serta Visit Jawa Tengah 2013.

4.4.3. Analisis Karya

4.5.3.1 Aspek Teknis

Tahap awal pembuatan karya tersebut adalah dimulai dengan *hunting* foto yang menyangkut tentang hal unsur gambar/fotografi. Unsur fotografi yang ada dalam poster adalah foto Pulau Panjang. Dalam desain poster gambar perahu nelayan digunakan sebagai gambar utama. Gambar perahu diambil dengan menggunakan foto *Nikon D70*. Gambar pendukung adalah beberapa gambar kerang dan gambar pasir putih yang diambil dari sumber *internet*, sebagai gambar pendukung.

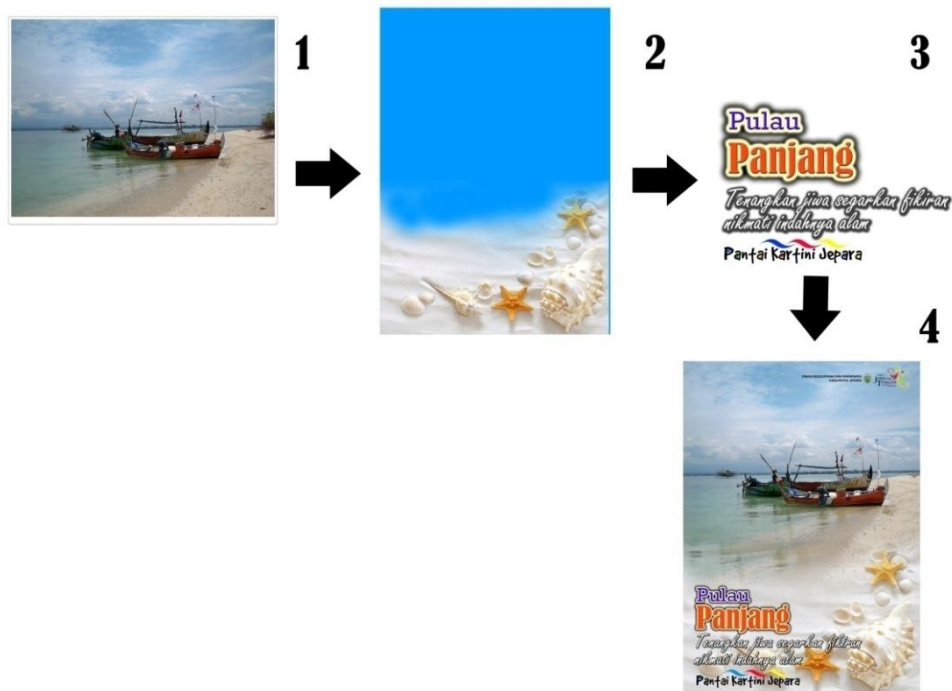
Setelah pemotretan selesai kemudian gambar-gambar tersebut diolah dengan menggunakan *Software Photoshop CS3* sehingga perpaduan warna dan ketajaman warna dapat diolah/*disetting*. Untuk mendapatkan kesan kelihatan menyatu antara gambar utama dan gambar pendukung diolah menggunakan menu *Eraseer Tool*. Ketajaman warna pada foto diolah menggunakan menu *Hue/saturation* dan untuk mengolah kecerahan cahaya menggunakan menu *Curves*. Dengan proses pengolahan tersebut diharapkan gambar/foto bisa diolah sesuai dengan harapan yang diinginkan oleh penulis, sehingga menghasilkan poster pariwisata yang nilai estetis.

Setelah pengolahan gambar selesai kemudian proses selanjutnya adalah penulisan Teks utama (*tag line*) maupun teks pendukung dengan menggunakan *software* yang sama yaitu *Software Photoshop CS3*. Teks utama pada poster bertuliskan “Pulau Panjang” dan teks pendukungnya bertuliskan “Tenangkan jiwa segarkan fikiran nikmati indahny alam” dan “Pantai Kartini Jepara” yang merupakan *brandname* tempat pariwisata tersebut. Untuk pengolahan teks utama maupun teks pendukung keduanya diolah menggunakan *Software Adobe Photoshop CS3* menggunakan menu *Drop Shadow*.

Tahapan selanjutnya adalah pencetakan poster, setelah tahapan-tahapan pengolahan gambar selesai kemudian dilanjutkan ke

pencetakan karya dengan menggunakan *digital printing* dengan bahan kertas *ivory*.

Bagan proses berkarya



Keterangan:

1. Gambar obyek wisata Pulau Panjang diambil dengan teknik fotografi menggunakan kamera *Nikon D70* dan Internet.
2. Proses pembuatan dengan media komputer dengan menggunakan program *Adobe Photoshop CS3*
3. Teks yang digunakan dalam poster menggunakan *Rockwell*, *Bernard Script Pro*, *Freestyle Script* dan *Good Dog*.
4. Poster hasil akhir.

4.5.3.2 Aspek Estetis

Pada poster di atas terdapat *brandname* yang merupakan lokasi pariwisata berada yaitu bertuliskan Pantai Kartini Jepara yang terletak di bagian kiri bawah. Penulisan pada teks *brandname* “Pantai Kartini Jepara“ menggunakan jenis huruf *Good Dog*. Menggunakan warna hitam dan *beroutline* warna putih. Setiap lubang-lubang pada tulisan diberi variasi warna agar tulisan terlihat lebih menarik. Selain itu juga menandakan bahwa Pantai Kartini tidak hanya dikunjungi dan didominasi oleh anak-anak saja tetapi juga untuk semua usia. Di atas tulisan Pantai Kartini Jepara dalam *brandname* ini terdapat tiga buah lengkungan dengan tiga warna yang berbeda yaitu biru, merah dan kuning. Lengkungan ini menandakan gelombang air laut sedangkan variasi warna mengartikan bahwa Pantai Kartini Jepara ini ditujukan bagi semua kalangan baik anak-anak, remaja maupun orang tua. Pemilihan jenis huruf tersebut dikarenakan huruf memiliki bentuk yang menarik dan jelas dibaca, sehingga diharapkan para pengamat poster akan mudah untuk membacanya.

Poster *ini* mempunyai nilai estetis dengan menggunakan gambar utama yang terletak di bagian atas dengan ukuran yang besar. Gambar pendukung terletak di bagian bawah gambar utama. Gambar pendukung diolah menggunakan *Software Adobe Photoshop* agar gambar terlihat lebih menyatu dengan gambar utama.

Teks utama bertuliskan “Pulau Panjang” menggunakan dua jenis huruf yang berbeda, yaitu tulisan “Pulau” menggunakan jenis huruf *Rockwell* berwarna biru. Tulisan “Panjang” menggunakan jenis huruf *Bernard Script Pro* berwarna oranye, jenis huruf ini dipilih karena memiliki bentuk menarik dan mudah dibaca.

Teks selanjutnya adalah teks pendukung yang berisi 2 teks yakni teks pertama yaitu bertuliskan “Tenangkan jiwa segarkan pikiran nikmati indahnya alam”. Teks tersebut menggunakan jenis huruf *Freestyle Script* dan menggunakan warna putih. Penggunaan warna putih pada teks tersebut dimaksudkan agar terlihat lebih menarik untuk dilihat. Teks pendukung yang kedua yaitu *brandname* lokasi tempat pariwisata berada. Selain itu baik untuk teks utama maupun teks pendukung semuanya diolah menggunakan *Software Adobe PhotoshopCS3* dan *Drop Shadow* warna hitam sehingga teks terlihat lebih jelas.

Pembuatan poster di atas agar memiliki nilai estetis, tidak lepas dari prinsip-prinsip desain. Prinsip kesatuan pada poster tersebut dapat dilihat dari warna *background*, dan keterpaduan antara unsur-unsur warna biru muda dan putih yang menyelaraskan objek secara keseluruhan.

Keserasian poster tersebut juga terdapat pada warna teks dan warna gambar foto sebagai *background*. Peletakan teks yang berwarna biru, oranye, putih dan *brandname* wisata yang berwarna

hitam berada di atas *background* foto pasir pantai yang berwarna putih. Penyesuaian antara warna objek gambar/foto dan teks menjadi keserasian antarbagian dalam suatu keseluruhan sehingga cocok satu dengan yang lainnya.

Irama dari poster di atas didapatkan dari unsur-unsur gambar perahu yang bersandar di tepi pantai dengan banyak kerang-kerang laut yang memiliki kesatuan irama. *Layout* teks diletakkan rata kiri berada di sebelah kiri bawah gambar perahu yang sedang bersandar. Unsur dominan dari poster di atas adalah gambar perahu yang tampak sedang berada di tepi pantai dan gambar pantai dengan pasir putihnya dan berbagai jenis kerang yang mempercantik kondisi alam Pantai Kartini Jepara.

Dalam poster ini menggunakan prinsip keseimbangan asimetris. Hal ini terlihat dengan pembagian kanan dan kiri yang hampir sama. Penempatan gambar utama terletak di tengah bagian atas, dan teks utama dan teks pendukung berada di bagian kiri bawah. Gambar utama terkesan mempunyai bagian atas sehingga desain poster tetap terlihat seimbang antara bagian kanan dan kiri.

Proporsi pada poster tersebut tampak sebanding antara ukuran teks dan ukuran objek utama. Objek utama lebih besar daripada teks yang mendukung, hal ini bertujuan agar teks dan objek utama lebih menyatu dan tema yang dimaksud dapat tercapai. Hal

tersebut dapat ditambahkan dengan adanya kesatuan objek utama dan teks atau pendukung pada poster tersebut.

Hirarki visual pada poster di atas adalah yang pertama kali dilihat adalah objek gambar perahu yang digunakan sebagai *background*. Kedua adalah gambar pantai berpasir putih dengan kberbagai macam jenis kerang laut. Ketiga yaitu teks “Pulau Panjang” dan teks “Tenangkan jiwa segarkan pikiran nikmati indahny alam”. Terakhir adalah logo Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Jepara yang terdapat pada pojok kanan atas poster.

4.5.3.3 Aspek Komunikasi dan Pesan

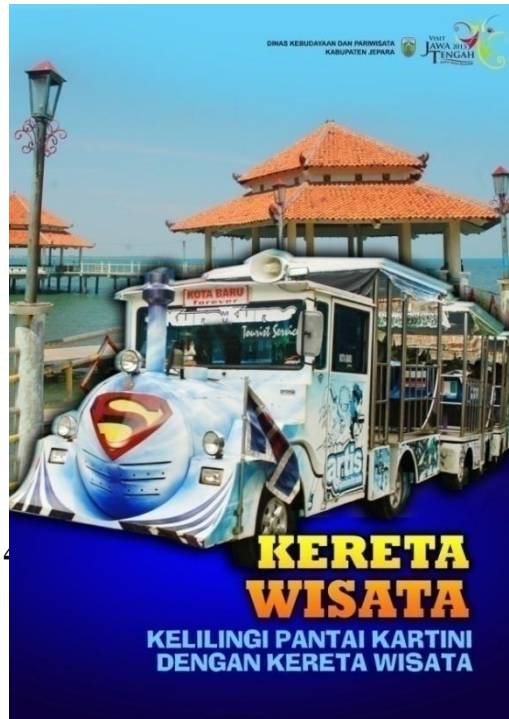
Gambar pada poster di atas disajikan dengan gambar perahu nelayan yang tampak sedang berada di tepi pantai serta gambar pasir putih Pantai Kartini Jepara dengan berbagai jenis kerang di atasnya seakan menyampaikan pesan indahny Pantai Kartini Jepara. Teks bertuliskan “Tenangkan jiwa segarkan pikiran nikmati indahny alam” pada poster merupakan ajakan kepada masyarakat untuk menikmati suasana alam Pulau Panjang Pantai Kartini Jepara. Di samping itu, objek wisata tersebut dapat menenangkan jiwa dan menyegarkan pikiran. Objek wisata di Pulau Panjang dan Pantai Kartini menyajikan pemandangan alam yang sangat mempesona cocok untuk dikunjungi dan dinikmati semua kalangan masyarakat

baik anak-anak, remaja, dewasa maupun orang tua. Gambar dan teks pada poster secara keseluruhan merupakan ajakan kepada masyarakat untuk mengunjungi tempat wisata Pantai Kartini Jepara. Di samping pesan tersebut di atas, pesan lain yang ingin disampaikan adalah meningkatkan potensi wisata bahari di Kabupaten Jepara.

Aspek pesan desain poster ini dibuat untuk mempromosikan obyek pariwisata Pantai Kartini Jepara khususnya Pulau Panjang. Desain yang dibuat sedemikian rupa bertujuan untuk menarik perhatian masyarakat dengan datang ke Pantai Kartini Jepara untuk mendapatkan ketenangan jiwa dan pikiran dengan pemandangan alam yang sangat indah. Dan dengan poster ini diharapkan masyarakat akan tertarik untuk mengunjungi tempat wisata Pantai Kartini yang menjadi salah satu objek wisata bahari di Kota Jepara.

4.5. KARYA 8 dan 9

Karya 8



Karya 9



Media : Komputer, *digital printing*, pada kertas *ivory*

Ukuran : 42cm x 29,7 cm

Tahun : 2013

Sumber Gambar : Pemotretan Sendiri

4.5.2. Deskripsi Karya

Poster promosi berukuran 42 x 29,7 cm ini berjudul “Kereta Wisata “ dan “Perahu Wisata“ Poster ini terdapat unsur gambar/fotografi mengenai wahana wisata di Pantai Kartini Jepara. Gambar utama karya 8 merupakan foto kereta wisata. Gambar ini terletak di tengah-tengah poster, berukuran besar dan hampir memenuhi bidang gambar poster. Poster ini tidak memiliki gambar pendukung hanya saja digunakan gambar gardu pandang

sebagai latar belakang gambar utama. Dan gambar utama karya 9 adalah foto Perahu Wisata yang diambil dari posisi depan dan bersandar di dermaga wisata dan mempunyai ukuran yang besar. Sedangkan gambar pendukung menunjukkan gambar perahu yang diambil dari posisi samping pada saat perahu sedang melaju.

Teks utama pada karya 8 bertuliskan “Kereta Wisata” menggunakan warna kuning dan oranye dan teks pendukung bertuliskan “Kelilingi Pantai Kartini dengan Kereta Wisata” menggunakan warna biru muda menyesuaikan dengan warna *backgroundnya* yang berwarna biru tua. Gambar kecil di sebelah kanan pojok atas, merupakan logo dan tulisan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Jepara dan Visit Jawa Tengah 2013. Sedangkan pada karya 9 bertuliskan “Perahu Wisata” yang berwarna oranye dan kuning. Sedangkan teks pendukung yang terdapat di bawah gambar utama terdiri dari dua teks pendukung yang pertama yaitu bertuliskan “Pantai Kartini Jepara” yang merupakan *brandname/logo* tentang lokasi wisata berada. Teks tersebut berwarna hitam ber*outline* putih. Dan teks pendukung yang kedua yaitu bertuliskan “ Nikmati Ombak air Laut dengan perahu Wisata” yang menggunakan warna putih sebagai warna dasarnya. Latar belakang menggunakan warna biru tua. *Background* yang berada di bawah gambar utama menggunakan latar belakang gambar perahu yang transparan yang sudah diolah. Gambar kecil yang di pojok kiri atas merupakan logo dan tulisan Dinas

Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Jepara serta Visit Jawa Tengah 2013.

4.5.3. Analisis Karya

4.6.3.1 Aspek Teknis

Tahap awal pembuatan karya tersebut adalah dimulai dengan *hunting* foto yang menyangkut tentang sebuah wahana rekreasi. Fotografi yang ada dalam poster ini adalah kereta wisata yang diambil dari sebelah kiri depan kereta dan foto gardu pandang yang diambil dari sisi sebelah kanan, dan perahu wisata dijadikan objek utama, karena perahu digunakan oleh wisatawan untuk menyebrang ke Pulau Panjang. Kedua gambar tersebut berada di dalam lokasi pariwisata pantai Kartini Jepara. Pengambilan foto menggunakan kamera *Nikon D70*.

Setelah pemotretan selesai kemudian gambar-gambar tersebut diolah dengan menggunakan *Software Photoshop CS3*. Perpaduan warna dan ketajaman warna dapat di olah/*disetting*. Untuk mendapatkan *effect* warna tambahan biru muda di bagian atas dan biru tua transparan di bagian bawah diolah menggunakan menu *Gradient tool*. Ketajaman warna pada foto diolah menggunakan menu *hue/saturation* dan untuk mengolah kecerahan cahaya menggunakan menu *Curves*. Dengan proses pengolahan tersebut diharapkan dapat menghasilkan poster pariwisata yang diharapkan.

Selanjutnya teks utama pada poster karya 8 bertuliskan “Kereta Wisata” dan teks pendukungnya bertuliskan “Kelilingi pantai Kartini dengan kereta wisata”. Untuk pengolahan teks utama maupun teks pendukung keduanya diolah menggunakan *Software Adobe Photoshop CS3* menggunakan menu *Drop Shadow* dan pewarnaannya menggunakan menu *Gradient Overlay*. Sedangkan teks utama pada poster karya 9 bertuliskan “Perahu Wisata” dan teks pendukungnya bertuliskan “Nikmati ombak air laut dengan perahu wisata” dan teks “Pantai Kartini Jepara” yang merupakan *brandname* tempat pariwisata tersebut.

Tahapan selanjutnya adalah pencetakan poster, yaitu setelah tahapan pengolahan gambar selesai kemudian dilanjutkan ke pencetakan karya dengan menggunakan *digital printing* dengan bahan kertas *ivory*.

Bagan proses karya 8 dan karya 9



Keterangan:

1. Gambar karya 8 adalah Kereta wisata di obyek wisata Pantai Kartini Jepara dan gambar karya 9 adalah gambar perahu wisata yang sedang bersandar di obyek wisata Pantai Kartini Jepara diambil dengan teknik fotografi menggunakan kamera *Nikon D70*.
2. Proses pembuatan dengan media komputer dengan menggunakan program *Adobe PhotoshopCS3*.
3. Teks yang digunakan dalam poster karya 8 menggunakan *Rockwell Extra Bold* dan *Adlib* sedangkan poster karya 9 menggunakan *Rockwell Condensed*, *Rockwell Extrabold* dan *Good Dog*.
4. Poster hasil akhir.

4.6.3.2. Aspek Estetis

Pada poster karya 9 terdapat *brandname* yang merupakan lokasi pariwisata berada yaitu bertuliskan Pantai Kartini Jepara yang terletak di bagian kanan bawah. Penulisan pada teks *brandname* “Pantai Kartini Jepara“ menggunakan jenis huruf *Good Dog*. Menggunakan warna hitam dan *beroutline* warna putih. Setiap lubang-lubang pada tulisan diberi variasi warna agar tulisan terlihat lebih menarik. Selain itu juga menandakan bahwa Pantai Kartini tidak hanya dikunjungi dan didominasi oleh anak-anak saja tetapi juga untuk semua usia. Di atas tulisan Pantai Kartini Jepara dalam *brandname* ini terdapat tiga buah lengkungan dengan tiga warna

yang berbeda yaitu biru, merah dan kuning. Lengkungan ini menandakan gelombang air laut sedangkan variasi warna mengartikan bahwa Pantai Kartini Jepara ini ditujukan bagi semua kalangan baik anak-anak, remaja maupun orang tua. Pemilihan jenis huruf tersebut dikarenakan huruf memiliki bentuk yang menarik dan jelas dibaca, sehingga diharapkan para pengamat poster akan mudah untuk membacanya.

Unsur gambar dalam poster ini terdiri dari gambar utama dan pendukung. Gambar utama adalah gambar kereta wisata dan perahu wisata dan gambar pendukungnya adalah gambar gardu pandang dan gambar perahu nelayan yang sedang melaju, keduanya diolah dengan menggunakan *Software Adobe Photoshop CS3* sehingga terlihat lebih menarik. Di belakang gambar kereta terdapat gambar gardu pandang yang digunakan sebagai latar belakang. Gambar pendukung baik pada karya 8 maupun karya 9 membantu tampilan sehingga terlihat lebih menarik dan terkesan menakjubkan. Komposisi gambar yang indah akan lebih menarik perhatian para pengunjung, sehingga secara efektif memperkenalkan obyek wisata yang ada di Kabupaten Jepara ini. Di bagian bawah gambar utama menggunakan warna biru tua, ini bertujuan agar gambar utama terlihat lebih jelas dan tampak lebih tajam untuk dilihat.

Dalam desain poster ini terdapat teks utama dan teks pendukung yang merupakan salah satu unsur dalam poster. Teks

utama yang bertuliskan “Kereta Wisata“, dibuat menggunakan ukuran yang berbeda dengan ukuran teks pendukung. Teks utama menggunakan jenis huruf *Rockwell Extra Bold*. Jenis huruf tersebut karena jenis ini memiliki bentuk yang lentur tegas dan jelas sehingga diharapkan para pengamat poster akan mudah untuk membacanya. Sedangkan teks pendukung bertuliskan “Kelilingi Pantai Kartini dengan Kereta Wisata”, menggunakan jenis huruf *Adlib*, karena terlihat lentur dan mudah dibaca sehingga selaras dengan desain secara keseluruhan. Dan untuk karya 9 teks utama “Perahu Wisata“ menggunakan jenis huruf *Rockwell Extrabold*.

Pembuatan poster di atas agar memiliki nilai estetis, tidak lepas dari prinsip-prinsip desain. Prinsip tersebut adalah kesatuan pada poster di atas dapat dilihat dari warna *background*. Keterpaduan antara unsur warna biru muda dan biru tua yang memperjelas gambar utama dan gambar pendukung.

Keserasian poster di atas juga terdapat pada warna teks dan warna *background*. Yaitu peletakan teks yang berwarna kuning, oranye dan biru muda dan putih berada di atas *background* biru tua. Penyesuaian antara warna objek gambar foto, teks dan *background* menjadi keserasian antar bagian dalam suatu keseluruhan sehingga cocok satu dengan yang lain dan teks dapat terlihat lebih jelas.

Irama dari poster di atas dalam karya 8 didapatkan dari posisi obyek gambar *siluet* kereta wisata yang tampak seirama dengan

gambar *siluet* gardu pandang dan *layout* teks diletakkan rata kanan bawah poster. Sedangkan untuk karya 9 didapatkan dari posisi obyek gambar utama yaitu gambar perahu nelayan yang sedang bersandar, yang diambil dari posisi sebelah kiri depan tampak seirama dengan gambar pendukungnya. *Layout* teks diletakkan rata kiri atas poster.

Unsur dominan dari poster di atas adalah gambar kereta wisata dan gambar gardu pandang serta perahu wisata di Pantai Kartini Jepara yang dijadikan sebagai *background* dengan warna biru muda. Gambar tersebut diselaraskan dengan warna langit dan air laut yang juga berwarna biru sehingga antara gambar dengan kondisi Pantai Kartini Jepara tampak serasi dan suasana terlihat sangat indah.

Desain poster ini menggunakan prinsip keseimbangan *asimetri*. Hal ini terlihat dari gambar utama yang terpusat di tengah dan teks utama yang berada di kanan sehingga memperkuat gambar utama menjadi seimbang. Gambar pendukung diolah menggunakan *Software Photoshop CS3*. Hal tersebut dilakukan agar gambar terlihat menyatu dengan latar belakang (*background*) sehingga tampak lebih estetik.

Proporsi pada poster di atas didapat dengan melihat ukuran teks dan ukuran objek utama yaitu objek utama dibuat lebih besar daripada teks yang mendukung. Hal tersebut bertujuan agar objek utama terlihat lebih jelas. Teks sebagai penjelas objek utama yang

dimaksud dapat tercapai dengan adanya kesatuan objek utama dan teks.

Hirarki visual pada poster di atas adalah dalam karya 8 titik fokus pertama yang akan dilihat oleh para pengamat adalah gambar utama yaitu gambar kereta wisata yang merupakan *centre point* dari desain poster. Kedua yaitu gambar gardu pandang sebagai *background* dalam poster ini. Yang ketiga yaitu teks utama merupakan judul poster yaitu “Kereta Wisata” dan teks pendukung yang merupakan ajakan bagi masyarakat yaitu “Kelilingi Pantai Kartini dengan Kereta Wisata” dan yang terakhir adalah logo Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Jepara yang terdapat pada pojok kanan atas poster. Sedangkan hirarki visual pada poster di atas adalah dalam karya 9 titik fokus pertama kali dilihat adalah objek gambar perahu dengan ukuran yang besar yang tampak sedang bersandar di dermaga pantai. Kedua adalah gambar pendukungnya yakni gambar perahu yang sedang melaju. Ketiga yaitu teks “Perahu Wisata” dan teks “Nikmati Ombak air Laut dengan perahu Wisata”, serta *brandname* lokasi tempat wisata berada yaitu “Pantai Kartini Jepara”. Terakhir adalah logo Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Jepara yang terdapat pada pojok kiri atas poster.

4.7.3.3 Aspek Komunikasi dan Pesan

Gambar pada poster di atas disajikan dengan foto kereta wisata dan perahu wisata yang merupakan wahana wisata di Pantai

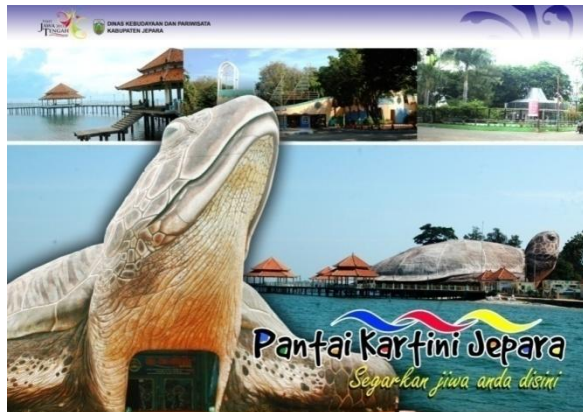
Kartini Jepara. Teks bertuliskan “Kereta Wisata” dan teks “Kelilingi Pantai Kartini Dengan Kereta Wisata” dan “Perahu Wisata” dan “Nikmati Ombak Air Laut dengan Perahu Wisata” pada poster merupakan ajakan kepada masyarakat untuk menikmati lokasi tempat wisata pantai Kartini dengan berkeliling menggunakan kereta wisata dan perahu wisata yaitu kendaraan yang disediakan oleh pengelola untuk menikmati indahny Pantai Kartini Jepara, yang dapat dinaiki oleh semua kalangan.

Gambar dan teks pada poster secara keseluruhan merupakan ajakan kepada masyarakat untuk mengunjungi dan mengelilingi tempat wisata Pantai Kartini Jepara. Pesan yang disampaikan dapat diterima oleh masyarakat agar mengunjungi tempat wisata tersebut dan dapat meningkatkan potensi wisata bahari di Kabupaten Jepara.

Aspek pesan desain poster ini dibuat untuk mempromosikan seluruh obyek lokasi yang ada di pariwisata Pantai Kartini Jepara. Desain yang dibuat sedemikian rupa bertujuan untuk menarik perhatian masyarakat dengan datang ke Pantai Kartini Jepara untuk mendapatkan informasi mengenai seluruh fasilitas yang ada di Pantai Kartini Jepara dengan berkeliling menaiki kereta wisata maupun perahu wisata. Poster ini mengajak masyarakat agar tertarik untuk mengunjungi tempat wisata Pantai Kartini yang menjadi salah satu objek wisata bahari Kota Jepara.

4.6. KARYA 10 dan 11

Karya 10



Karya 11



4.6.1. Spesifikasi Karya

Judul	: "Pantai Kartini Jepara"
Media	: Komputer, <i>digital printing</i> , pada kertas <i>ivory</i>
Ukuran	: 42cm x 29,7 cm
Tahun	: 2013
Sumber Gambar	: Hasil Pemotretan Sendiri

4.6.2. Deskripsi Karya

Poster ini berisi informasi tentang obyek wisata Pantai Kartini. Hal tersebut terlihat adalah unsur gambar/fotografi dan teks yang berisi informasi mengenai obyek wisata Pantai Kartini Jepara.

Gambar utama merupakan gambar bangunan kura-kura raksasa dan foto sebuah perahu yang sedang berlabuh di dermaga pantai dengan gambar bangunan kura-kura tampak di bagian belakang kapal. Sedangkan gambar pendukung dalam karya 10 terdiri dari tiga gambar yang berbeda

yaitu yang pertama adalah gambar gardu pandang, kedua adalah gambar pintu masuk Pantai Kartini, dan yang ketiga adalah gambar suasana di dalam Pantai kartini dan gambar pendukung karya 11 yaitu gambar kapal yang juga sedang berlabuh di dermaga pantai. Gambar pendukung ini terletak di sebelah kanan bawah gambar utama.

Teks utama bertuliskan “Pantai Kartini Jepara”, merupakan *brandname* tentang lokasi pariwisata Pantai Kartini Jepara. Sedangkan teks pendukung terdapat di bawah gambar utama. Teks pendukung ini bertuliskan “segarkan jiwa Anda di sini” berwarna kuning terang dan “Segarkan Jiwa Nikmati Sasana Alam” dengan warna biru. Gambar kecil yang di pojok kiri atas pada karya 10 dan di pojok kanan atas pada karya 11 merupakan logo dan tulisan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Jepara dan Visit Jawa Tengah 2013.

4.6.3. Analisis Karya

4.8.3.1 Aspek Teknis

Poster berjudul “Pantai Kartini Jepara” merupakan poster dengan gambar yang diperoleh dari hasil foto sendiri menggunakan kamera *Nikon D70*. Unsur fotografi yang ada dalam poster adalah foto bangunan *Kura-kura Ocean Park*, merupakan *icon* obyek wisata Pantai Kartini Jepara dan foto sebuah perahu wisata yang sedang berlabuh di dermaga pantai dengan gambar bangunan kura-kura tampak di bagian belakang kapal yang digunakan sebagai gambar

utama dalam karya 10 dan karya 11. Foto ini diambil dari posisi depan dan samping sehingga para pengamat poster dapat melihat kondisi obyek wisata secara lebih jelas dan tampak dekat dan akan semakin tertarik untuk mengunjungi obyek wisata ini. Selain gambar utama juga ada gambar pendukung dalam poster, pertama yaitu gambar gardu pandang, gambar pintu masuk Pantai Kartini dan gambar suasana di dalam obyek wisata Pantai Kartini dan juga gambar perahu wisata yang sedang bersandar di dermaga pada sore hari. Setelah pemotretan selesai kemudian gambar-gambar tersebut diolah dengan menggunakan *Software Photoshop CS3* sehingga perpaduan warna dan ketajaman warna dapat diolah/*disetting*.

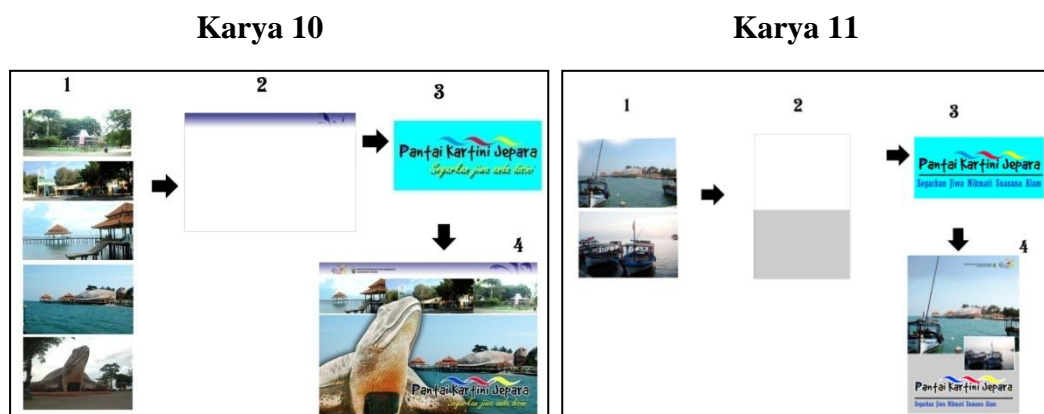
Seleksi gambar bangunan kura-kura menggunakan menu *Polygonal Lasso Tool*. Untuk mendapatkan *effect* warna tambahan warna ungu bergradasi putih sebagai gambar pendukung penulis menggunakan menu *Gradient Overlay*. Untuk mendapatkan ketajaman warna pada foto penulis menggunakan menu *Hue/Saturation*, dan untuk mengolah kecerahan cahaya menggunakan menu *Curves*. Dengan proses pengolahan tersebut diharapkan gambar/foto bisa diolah sesuai dengan harapan yang diinginkan oleh penulis, sehingga menghasilkan poster pariwisata yang indah.

Teks utama pada poster ini bertuliskan “Pantai Kartini Jepara” yang merupakan *brandname* obyek wisata tersebut, dan teks

pendukungnya bertuliskan “Segarkan jiwa anda di sini” pada karya 10 dan “Segarkan Jiwa Nikmati Suasana Alam” pada karya 11. Untuk pengolahan teks utama maupun teks pendukung keduanya diolah menggunakan *Software Adobe Photoshop CS3* menggunakan menu *Drop Shadow* dan pewarnaannya menggunakan menu *Gradient overlay*.

Setelah tahapan-tahapan pengolahan gambar selesai kemudian dilanjutkan ke pencetakan karya dengan menggunakan *digital printing* dengan bahan kertas *ivory*.

Bagan proses karya 10 dan karya 11



Keterangan:

1. Gambar obyek wisata Pantai Kartini dan bangunan berbentuk kura-kura raksasa serta gambar perahu yang sedang berlabuh di dermaga diambil dengan teknik fotografi menggunakan kamera *Nikon D70*.
2. Proses pembuatan dengan media komputer dengan menggunakan program *Adobe Photoshop CS3*.

3. Teks yang digunakan dalam poster menggunakan *Good Dog* dan *Freestyle Script* dan *Rockwell Condensed*.
4. Poster hasil akhir.

4.8.3.2 Aspek Estetis

Pada poster baik karya 10 maupun karya 11 terdapat *brandname* yang merupakan lokasi pariwisata berada yaitu bertuliskan Pantai Kartini Jepara yang terletak di bagian bawah gambar utama. Penulisan pada teks *brandname* “Pantai Kartini Jepara“ menggunakan jenis huruf *Good Dog*. Menggunakan warna hitam dan beroutline warna putih. Setiap lubang-lubang pada tulisan diberi variasi warna agar tulisan terlihat lebih menarik. Selain itu juga menandakan bahwa Pantai Kartini tidak hanya dikunjungi dan didominasi oleh anak-anak saja tetapi juga untuk semua usia. Di atas tulisan Pantai Kartini Jepara dalam *brandname* ini terdapat tiga buah lengkungan dengan tiga warna yang berbeda yaitu biru, merah dan kuning. Lengkungan ini menandakan gelombang air laut sedangkan variasi warna mengartikan bahwa Pantai Kartini Jepara ini ditujukan bagi semua kalangan baik anak-anak, remaja maupun orang tua. Pemilihan jenis huruf tersebut dikarenakan huruf memiliki bentuk yang menarik dan jelas dibaca, sehingga diharapkan para pengamat poster akan mudah untuk membacanya.

Dalam desain poster ini foto bangunan *Kura-kura Ocean Park*, merupakan *icon* obyek wisata Pantai Kartini Jepara dan foto sebuah perahu wisata yang sedang berlabuh di dermaga pantai dengan gambar bangunan kura-kura tampak di bagian belakang kapal yang digunakan sebagai gambar utama dalam karya 10 dan karya 11, Foto ini diambil dari posisi depan dan samping sehingga para pengamat poster dapat melihat kondisi obyek wisata secara lebih jelas dan tampak dekat. Selain gambar utama juga ada gambar pendukung pertama yaitu gambar gardu pandang, gambar pintu masuk Pantai Kartini dan gambar suasana di dalam obyek wisata Pantai Kartini dan juga gambar perahu wisata yang sedang bersandar di dermaga pada sore hari. Ketiga gambar pada karya 10 pada sisinya ini juga disisipkan bingkai warna putih sebagai garis pemisah antara gambar utama dan gambar pendukung agar tidak terlihat menyatu.

Pemilihan jenis *font* pada teks utama “Pantai Kartini Jepara“ menggunakan jenis huruf *Good Dog*, dan ditambahkan *Stroke* warna putih pada teks utama yang berdasar warna hitam.

Sedangkan untuk teks pendukung menggunakan jenis *font Freestyle Script*. Warna kuning karena jenis huruf ini terlihat luwes dan lebih jelas untuk dilihat. Berdasarkan prinsip penekanan, desain poster ini dibuat dengan lebih memunculkan foto sebagai *centre pointnya*. Selain itu unsur teks juga dibuat dengan warna yang

berbeda dari *backgroundnya* sehingga teks terlihat lebih menonjol. Prinsip desain diantaranya adalah kesatuan pada poster di atas dapat dilihat dari warna *background*, keterpaduan antara unsur-unsur warna biru. Ungu dan putih menyelaraskan objek secara keseluruhan sehingga poster terlihat sangat alami.

Keserasian poster di atas juga terdapat pada warna teks dan warna gambar foto. Peletakan teks yang berwarna kuning dan *brandname/lokasi* tempat wisata berada di atas *background* berwarna biru pada karya 10 dan berwarna abu-abu pada karya 11. Penyesuaian antara warna objek gambar foto dan teks menjadi keserasian antarbagian dalam suatu keseluruhan sehingga cocok satu dengan yang lain.

Irama dari poster di atas didapatkan dari tata letak gambar utama yang dibuat miring dengan berbagai macam gambar pendukung sehingga poster menciptakan kesan alami/*natural* yang tampak seperti berada di lokasi Pantai Kartini Jepara. *Layout* teks utama diletakkan berada di sebelah kanan bawah gambar utama agar para *audience* melihat sisi dominan dari poster di atas daripada unsur pendukung poster. Foto bangunan berbentuk kura-kura raksasa dan foto kapal yang sedang bersandar di dermaga yang terdapat di dalam obyek wisata Pantai Kartini Jepara yang diambil dari posisi sebelah kanan depan, menampakkan unsur yang sangat dominan dalam poster tersebut.

Pertimbangan lain dari aspek estetis desain poster ini adalah menerapkan keseimbangan *asimetris*. Hal ini terlihat dengan pembagian kanan dan kiri yang berbeda. Penempatan gambar utama terletak di bagian tengah. Sedangkan gambar pendukung berada di sebelah atas dan bawah gambar utama. Teks utama berada di sebelah kanan bawah gambar utama. Sedangkan di bagian kiri atas gambar utama terdapat logo Dinas Pariwisata dan Budaya Kabupaten Jepara dan Visit Jawa Tengah 2013. Desain poster terlihat tidak berat sebelah walaupun tata letak yang tidak sama namun tetap terlihat seimbang antara bagian kanan dan kiri. Komposisi tersebut dibuat agar menarik perhatian khalayak sasaran.

Proporsi pada poster di atas didapat dengan melihat ukuran teks dan ukuran objek utama yaitu objek utama lebih besar daripada teks dan gambar lain yang mendukung. Hal tersebut bertujuan agar objek utama terlihat lebih jelas.

Hirarki visual pada poster di atas adalah pada karya 10 yang pertama kali dilihat yaitu objek foto bangunan kura-kura raksasa. Kedua adalah gambar pendukung yang terdiri dari beberapa gambar yaitu gambar gardu pandang, gambar gambar pintu masuk Pantai Kartini, dan gambar gambar suasana di dalam Pantai kartini. Ketiga yaitu teks “Pantai Kartini Jepara” yang merupakan *brandname* tentang lokasi pariwisata Pantai Kartini Jepara dan teks “segarkan jiwa Anda di sini. Terakhir adalah logo Dinas Kebudayaan dan

Pariwisata Kabupaten Jepara yang terdapat pada pojok kiri atas poster. Sedangkan pada karya 11 titik fokus pertama yang akan dilihat oleh para pengamat poster adalah bagian teks “Pantai Kartini Jepara”. Kedua perhatian akan tertuju pada gambar dibawahnya yaitu gambar utama yang merupakan *centre point* dari desain poster ini. Ketiga perhatian akan tertuju pada gambar pendukung dan teks bagian bawah yaitu teks pendukung yang mempertegas gambar utama. Terakhir adalah logo Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Jepara yang terdapat pada pojok kanan atas poster.

4.1.3.4 Aspek Komunikasi dan Pesan

Gambar pada poster di atas disajikan dengan foto bangunan berbentuk kura-kura raksasa kapal yang tampak sedang berada di dermaga Pantai Kartini. Teks bertuliskan “segarkan jiwa Anda di sini” dan “Segarkan Jiwa Nikmati Sasana Alam” pada poster yang merupakan ajakan kepada masyarakat untuk mendapatkan tempat wisata yang dapat membuat jiwa dan pikiran menjadi tenang. Tempat wisata Pantai Kartini yang sangat indah dan nyaman terbuka untuk umum, yang dapat dikunjungi oleh semua lapisan masyarakat.

Gambar pada poster secara keseluruhan merupakan ajakan kepada masyarakat untuk mengunjungi tempat wisata Pantai Kartini Jepara. Pesan yang disampaikan semoga dapat diterima oleh masyarakat agar mengunjungi tempat wisata tersebut, yang

diharapkan dapat meningkatkan potensi wisata bahari di Kabupaten Jepara.

Aspek pesan yang lain yaitu untuk mempromosikan obyek pariwisata Pantai Kartini Jepara yang berada di Kabupaten Jepara. Desain yang dibuat sedemikian rupa bertujuan untuk menarik perhatian masyarakat, agar mau datang ke Pantai Kartini Jepara. Suasana tempat wisata yang dapat membuat jiwa dan pikiran tenang, dan tempat untuk menghilangkan stress adalah merupakan suatu pesan yang ingin disampaikan lewat poster. Suasana pantai yang sangat nyaman, indah dan dapat dinikmati dikunjungi oleh semua kalangan baik anak-anak, remaja maupun orang dewasa. Poster ini diharapkan dapat menarik perhatian masyarakat untuk mengunjungi tempat wisata Pantai Kartini, yang menjadi salah satu objek wisata bahari di Kabupaten Jepara.

4.7. KARYA 12



4.7.1. Spesifikasi Karya

Judul	: “Dermaga”
Media	: Komputer, <i>digital printing</i> , pada kertas <i>ivory</i>
Ukuran	: 42cm x 29,7 cm
Tahun	: 2013
Sumber Gambar	: Hasil Pemetretan Sendiri

4.7.2. Deskripsi Karya

Poster berjudul “Dermaga“ adalah poster promosi tentang obyek wisata Pantai Kartini yang ada di Kabupaten Jepara. Unsur gambar/fotografi dalam poster ini terdiri dari gambar utama dan gambar pendukung. Gambar utama yang terletak di atas mempunyai ukuran yang lebih besar dibandingkan gambar pendukung. Foto Kapal yang sedang bersandar di dermaga diambil dari depan. Sedangkan gambar pendukung

terdiri dari tiga gambar kecil yang merupakan gambar kapal dengan posisi yang berbeda-beda.

Teks utama poster tersebut bertuliskan “Dermaga” yang terletak di atas gambar utama. Teks utama menggunakan warna merah *outline* kuning. Teks pendukung bertuliskan “Pantai Kartini Jepara” yang merupakan *brandname* tentang lokasi pariwisata Pantai Kartini Jepara menggunakan warna hitam ber*outline* putih. Teks “Penghubung Kota Jepara dengan Pulau Karimunjawa” menggunakan warna hitam, letaknya di bawah teks utama merupakan informasi transportasi laut.

Latar belakang menggunakan warna biru, dan menggunakan bidang lurus yang terletak di atas gambar utama. Warna biru ditengahnya bergradasi warna putih sebagai latar belakang teks utama dan teks pendukung. Gambar kecil yang di pojok kanan atas merupakan logo dan tulisan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Jepara dan Visit Jawa Tengah 2013.

4.7.3. Analisis Karya

4.7.3.1. Aspek Teknis

Poster berjudul “Dermaga” . Unsur fotografi yang ada dalam poster adalah foto dermaga sebagai penghubung kota Jepara dengan pulau Karimunjawa. Dalam desain poster ini gambar Dermaga dan kapal digunakan sebagai gambar utama. Foto tersebut diambil dengan sudut pandang dari depan agar terlihat lebih menarik

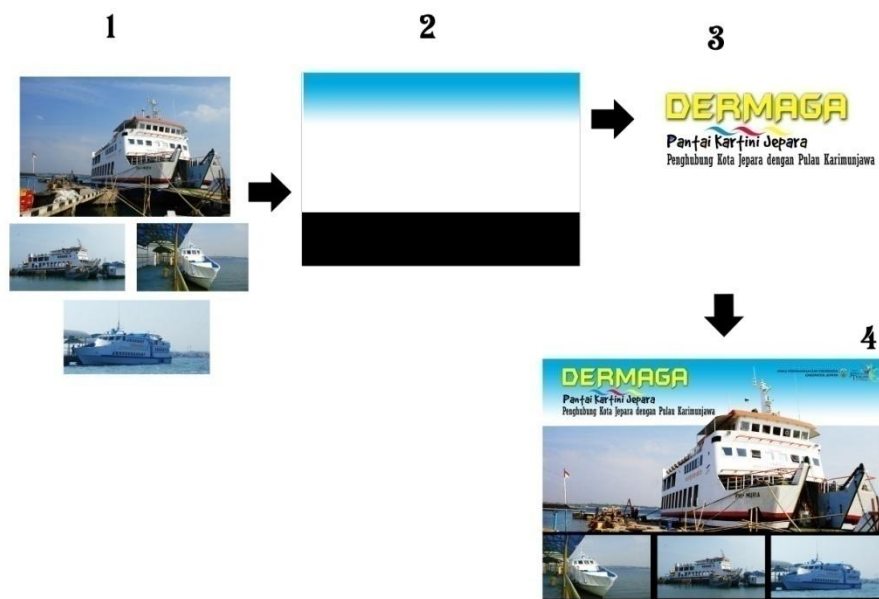
sehingga diharapkan para pengamat poster akan dapat melihat kondisi obyek wisata yang sebenarnya. Gambar pendukungnya juga gambar kapal yang diambil dengan tiga posisi yang berbeda, semua obyek foto tersebut diambil dengan menggunakan kamera *Nikon D70*.

Setelah pemotretan selesai kemudian gambar-gambar ini diolah dengan menggunakan *Software Photoshop CS3* sehingga perpaduan warna dan ketajaman warna dapat diolah/*disetting*. Seleksi gambar kapal pada poster menggunakan menu *Polygonal Lasso Tool*. Untuk mendapatkan *effect* warna tambahan warna biru muda bergradasi putih sebagai gambar pendukung menggunakan menu *Gradient Overlay*. Sedangkan untuk mendapatkan ketajaman warna pada foto menggunakan menu *Hue/Saturation* dan untuk mengolah kecerahan cahaya menggunakan menu *Curves*. Dengan proses pengolahan tersebut diharapkan gambar/foto bisa diolah sesuai dengan harapan yang diinginkan, sehingga menghasilkan poster pariwisata yang diharapkan.

Selanjutnya adalah penulisan Teks utama (*tag line*) maupun teks pendukung dengan menggunakan *software* yang sama yaitu *Software Photoshop CS3*. Teks utama pada poster ini bertuliskan “Dermaga” dan teks pendukungnya bertuliskan “Pantai Kartini Jepara” yang merupakan *brandname* obyek wisata tersebut, dan teks “Penghubung kota Jepara dengan pulau Karimunjawa”. Pengolahan

teks utama maupun teks pendukung diolah menggunakan *Software Adobe Photoshop CS3* menggunakan menu *Drop Shadow* dan pewarnaannya menggunakan menu *Gradient Overlay*. Tahapan selanjutnya adalah pencetakan poster, setelah tahapan-tahapan pengolahan gambar selesai kemudian dilanjutkan ke pencetakan karya dengan menggunakan *digital printing* dengan jenis kertas *ivory*.

Bagan proses karya



Keterangan:

1. Gambar obyek wisata Dermaga diambil dengan teknik fotografi menggunakan kamera *Nikon D70*.
2. Proses pembuatan dengan media komputer dengan menggunakan program *Adobe PhotoshopCS3*.

3. Teks yang digunakan dalam poster menggunakan *Batman forever Alternate*, *Rockwell Condensed* dan *Good Dog*.
4. Poster hasil akhir.

4.9.3.2 Aspek Estetis

Pada poster di atas terdapat *brandname* yang merupakan lokasi pariwisata berada yaitu bertuliskan Pantai Kartini Jepara yang terletak di bagian kiri atas. Penulisan pada teks *brandname* “Pantai Kartini Jepara“ menggunakan jenis huruf *Good Dog*. Menggunakan warna hitam dan ber*outline* warna putih. Setiap lubang-lubang pada tulisan diberi variasi warna agar tulisan terlihat lebih menarik. Selain itu juga menandakan bahwa Pantai Kartini tidak hanya dikunjungi dan didominasi oleh anak-anak saja tetapi juga untuk semua usia. Di atas tulisan Pantai Kartini Jepara dalam *brandname* ini terdapat tiga buah lengkungan dengan tiga warna yang berbeda yaitu biru, merah dan kuning. Lengkungan ini menandakan gelombang air laut sedangkan variasi warna mengartikan bahwa Pantai Kartini Jepara ini ditujukan bagi semua kalangan baik anak-anak, remaja maupun orang tua. Pemilihan jenis huruf tersebut dikarenakan huruf memiliki bentuk yang menarik dan jelas dibaca, sehingga diharapkan para pengamat poster akan mudah untuk membacanya.

Dalam desain poster tersebut gambar Dermaga dan kapal digunakan sebagai gambar utama. Foto tersebut diambil dengan

sudut pandang dari depan, yang terlihat lebih menarik. Pengamat poster diharapkan dapat melihat kondisi obyek wisata yang sebenarnya dan akan semakin tertarik untuk mengunjungi obyek wisata tersebut. Gambar pendukungnya juga tampak gambar kapal yang diambil diambil dengan tiga posisi yang berbeda. Gambar pendukung tersebut diolah dengan *Software Adobe Photoshop CS3* dengan memberi latar belakang warna hitam bertujuan agar gambar utama dan gambar pendukung tidak terlihat menyatu.

Pemilihan jenis *font* pada teks utama “Dermaga “ menggunakan jenis huruf *Batman forever Alternate*. Pemilihan jenis huruf tersebut dikarenakan memiliki bentuk yang tegas dan jelas. Teks ini juga menggunakan warna kuning karena latar belakangnya yang berwarna biru sehingga tulisan terlihat lebih menyolok dan jelas. Para pengamat poster akan mudah untuk membaca teks tersebut. Sedangkan untuk teks pendukung terdiri dari *brandname* tentang lokasi pariwisata Pantai Kartini Jepara menggunakan jenis huruf *Good Dog* dan menggunakan warna hitam serta *beroutline* warna putih.

Untuk teks pendukung yang kedua yaitu “penghubung kota Jepara dengan pulau Karimunjawa” menggunakan jenis huruf *Rockwell Condensed* berwarna hitam, karena jenis huruf tersebut terlihat tegas dan mudah dibaca oleh pengamat poster.

Pembuatan poster di atas agar memiliki nilai estetis, tidak lepas dari prinsip-prinsip desain. Prinsip kesatuan pada poster di atas dapat dilihat dari warna *background*, keterpaduan antara unsur-unsur warna biru muda dan putih yang menyelaraskan objek secara keseluruhan.

Keserasian poster di atas juga terdapat pada warna teks dan warna background. Peletakan teks yang berwarna kuning, hitam dan *brandname* wisata yang berwarna hitam berada di atas *background* yang berwarna biru muda. Penyesuaian antara warna objek gambar foto dan teks menjadi keserasian antarbagian dalam suatu keseluruhan sehingga cocok satu dengan yang lain.

Irama dari poster di atas didapatkan dari unsur-unsur gambar foto Kapal yang sedang bersandar di dermaga tampak seirama dengan gambar pendukung yang berada di bawahnya. Gambar pendukung terdiri dari tiga gambar kecil yang merupakan gambar kapal dengan posisi yang berbeda-beda. *Layout* teks diletakkan rata kiri berada di sebelah kiri atas gambar perahu yang sedang bersandar, agar para *audience* melihat sisi dominan dari poster di atas daripada unsur pendukung poster.

Unsur dominan dari poster di atas adalah Foto Kapal yang sedang bersandar di dermaga yang diambil dari depan yang berukuran besar tampak dominan.

Prinsip keseimbangan *simetris* menjadi salah satu pertimbangan dalam komposisi poster tersebut. Hal ini terlihat dengan ukuran tata letak yang sama. Penempatan gambar utama dan teks tidak berat sebelah, sehingga desain poster terlihat seimbang antara bagian kanan dan kiri.

Proporsi pada poster di atas didapat dengan melihat ukuran teks dan ukuran objek utama yaitu objek utama lebih besar daripada teks yang mendukung. Hal ini bertujuan agar teks dan objek utama lebih menyatu dan tema yang dimaksud dapat tercapai dengan adanya kesatuan objek utama dan teks atau pendukung pada poster tersebut.

Hirarki visual pada poster di atas adalah yang pertama kali dilihat adalah objek gambar perahu yang digunakan sebagai gambar utama dengan ukuran yang sangat besar. Kedua adalah gambar tiga kapal dengan ukuran yang kecil di bawah gambar utama. Ketiga yaitu teks “Dermaga” dan teks “Penghubung Kota Jepara dengan Pulau Karimunjawa”. Keempat yaitu *brandname* tentang lokasi pariwisata Pantai Kartini Jepara, dan terakhir adalah logo Dinas Kebudayaan serta Pariwisata Kabupaten Jepara yang terdapat pada pojok kanan atas poster.

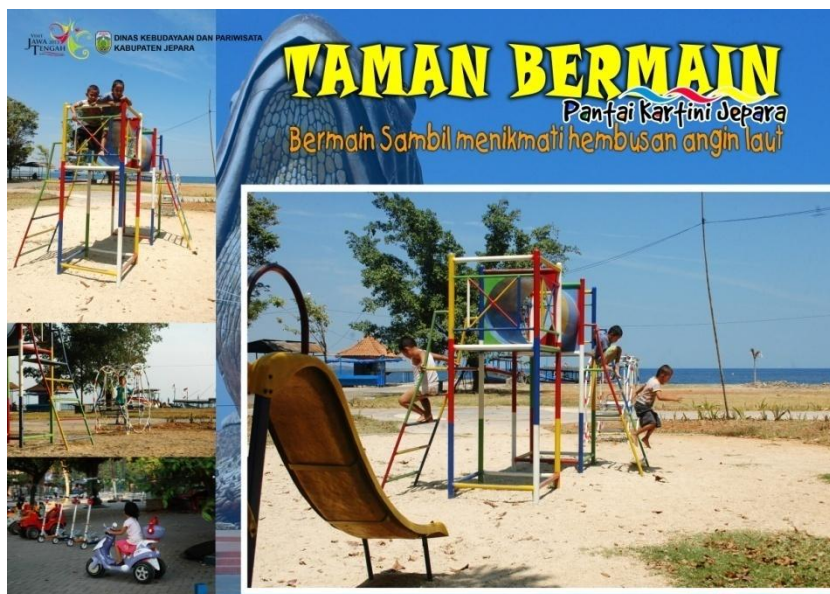
4.9.3.3 Aspek Komunikasi dan Pesan

Gambar pada poster di atas disajikan dengan gambar perahu kapal yang tampak sedang berada di dermaga Pantai Kartini serta

gambar pasir putih Pantai Kartini Jepara dengan dengan ukuran yang besar agar pembaca tertarik melihat dan membaca poster. Teks bertuliskan “Penghubung Kota Jepara dengan Pulau Karimunjawa” pada poster yang merupakan penyampaian informasi kepada masyarakat. Informasi tersebut untuk memberitahukan bahwa di Pantai Kartini Jepara disediakan sarana transportasi laut yaitu kapal yang bertujuan untuk berwisata ke Pulau Karimunjawa. Dengan adanya kapal tersebut maka diharapkan para wisatawan akan lebih mudah untuk mengunjungi pulau tersebut. Gambar dan teks pada poster secara keseluruhan merupakan penyampaian informasi bahwa untuk pergi ke Pulau Panjang bisa ditempuh dengan kapal yang telah disediakan. Dan Pantai Kartini Jepara dapat dikelilingi dengan kapal tersebut oleh wisatawan dari berbagai kalangan.

Aspek pesan desain poster ini dibuat untuk mempromosikan obyek pariwisata Pantai Kartini Jepara sebagai penghubung dengan Pulau Panjang. Desain yang dibuat sedemikian rupa dengan gambar kapal di dermaga Pantai Kartini dengan ukuran yang sangat besar bertujuan untuk menarik perhatian masyarakat yang melihatnya. Tersedianya kapal di Pantai Kartini Jepara untuk mempermudah perjalanan para wisatawan menuju Pulau Karimunjawa.

4.8. KARYA 13



4.8.1. Spesifikasi Karya

Judul	: “Taman Bermain”
Media	: Komputer, <i>digital printing</i> , pada kertas <i>ivory</i>
Ukuran	: 42cm x 29,7 cm
Tahun	: 2013
Sumber Gambar	: Hasil Pemotretan Sendiri

4.8.2. Deskripsi Karya

Poster promosi wisata berjudul “Taman Bermain“. Unsur gambar terdiri dari gambar utama dan gambar pendukung. Gambar utama merupakan foto Taman Bermain yang sudah diolah. Gambar utama ini mempunyai ukuran yang lebih besar dibandingkan gambar pendukung. Sedangkan gambar pendukung terdiri dari tiga gambar kecil yang merupakan gambar properti yang ada di taman bermain Pantai Kartini Jepara. Gambar pendukung ini terletak di samping kiri gambar utama.

Teks utama poster ini bertuliskan “Taman Bermain” yang terletak di atas gambar utama. Teks utama menggunakan warna kuning terang, sedangkan teks pendukung ada dua teks, yang pertama menggunakan warna putih yang terdapat di bawah gambar utama bertuliskan “Pantai Kartini Jepara” yang merupakan *brandname* tentang lokasi pariwisata Pantai Kartini Jepara. Teks pendukung yang kedua yaitu menggunakan warna oranye bertuliskan “Bermain Sambil Menikmati Hembusan Angin Laut”. Teks pendukung merupakan informasi singkat mengenai wisata pantai Kartini Jepara dan ajakan bagi masyarakat untuk bisa berkunjung dan menikmati suasana di Pantai Kartini Jepara.

Latar belakang menggunakan warna biru dan *background* gambar gebyok bangunan kura-kura. Gambar kecil yang terletak di sebelah kiri atas adalah logo dan tulisan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Jepara dan Visit Jawa Tengah 2013.

4.8.3. Analisis Karya

4.8.3.1. Aspek Teknis

Poster berjudul “Taman Bermain”. Poster tersebut ada unsur fotografi yang yaitu foto Taman Bermain untuk anak-anak yang ada di Pantai Kartini Jepara. Foto tersebut dijadikan sebagai gambar utama sedangkan gambar pendukungnya yaitu gambar berbagai macam wahana permainan yang ada di Taman Bermain Pantai Kartini Jepara. Gambar pendukung yang lainnya adalah gambar

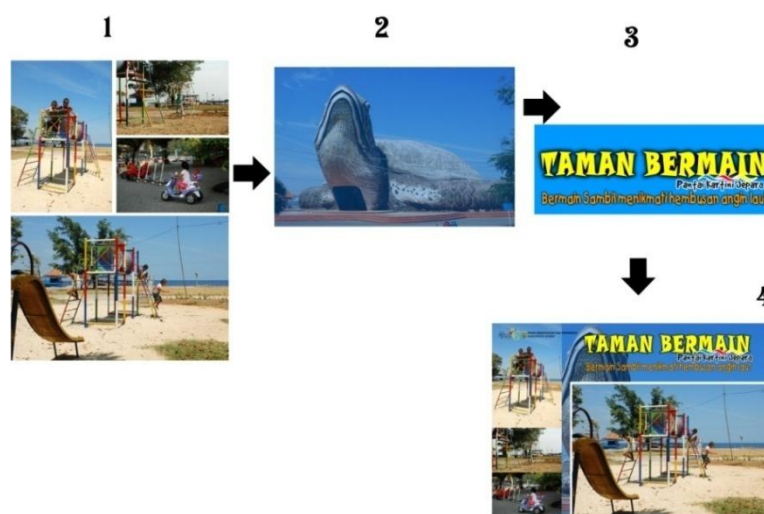
bangunan kura-kura yang dijadikan sebagai *background*. Foto-foto tersebut diambil dengan menggunakan kamera *Nikon D70*.

Setelah pemotretan selesai kemudian gambar tersebut diolah dengan menggunakan *Software Photoshop CS3* sehingga perpaduan warna dan ketajaman warna dapat diolah/*disetting*. Untuk mendapatkan ketajaman warna pada foto menggunakan menu *Hue/Saturation*. Untuk mengolah kecerahan cahaya menggunakan menu *Curves* dan menu *Opacity 60%* digunakan penulis untuk membuat *background* gambar yang transparan. Dengan proses pengolahan tersebut diharapkan gambar/foto bisa diolah sesuai dengan harapan yang diinginkan oleh penulis, sehingga menghasilkan poster pariwisata yang memiliki nilai estetis.

Setelah pengolahan gambar selesai kemudian proses selanjutnya adalah penulisan Teks utama (*tag line*) maupun teks pendukung. Teks utama pada poster ini bertuliskan “Taman Bermain” dan teks pendukungnya bertuliskan “Pantai Kartini Jepara” yang merupakan *brandname* tempat pariwisata tersebut dan teks “Bermain Sambil Menikmati Hembusan Angin Laut”. Untuk pengolahan teks utama maupun teks pendukung keduanya diolah dengan menggunakan *Software Adobe Photoshop CS3* menggunakan menu *Drop Shadow* dan pewarnaannya menggunakan menu *Colour Overlay*.

Tahapan selanjutnya adalah pencetakan poster, setelah tahapan-tahapan pengolahan gambar selesai kemudian dilanjutkan ke pencetakan karya dengan menggunakan *digital printing* dengan jenis kertas *ivory*.

Bagan proses berkarya



Keterangan:

1. Gambar obyek wisata taman bermain di Pantai Kartini jepara diambil dengan teknik fotografi menggunakan kamera *Nikon D70*.
2. Proses pembuatan dengan media komputer dengan menggunakan program *Adobe PhotoshopCS3*.
3. Teks yang digunakan dalam poster menggunakan *Snap ITC, KidsdanGood Dog*.
4. Poster hasil akhir.

4.8.3.2. Aspek Estetis

Pada poster di atas terdapat *brandname* yang merupakan lokasi pariwisata berada yaitu bertuliskan Pantai Kartini Jepara yang

terletak di bagian kanan atas. Penulisan pada teks *brandname* “Pantai Kartini Jepara“ menggunakan jenis huruf *Good Dog*. Menggunakan warna hitam dan *beroutline* warna putih. Setiap lubang-lubang pada tulisan diberi variasi warna agar tulisan terlihat lebih menarik. Selain itu juga menandakan bahwa Pantai Kartini tidak hanya dikunjungi dan didominasi oleh anak-anak saja tetapi juga untuk semua usia. Di atas tulisan Pantai Kartini Jepara dalam *brandname* ini terdapat tiga buah lengkungan dengan tiga warna yang berbeda yaitu biru, merah dan kuning. Lengkungan ini menandakan gelombang air laut sedangkan variasi warna mengartikan bahwa Pantai Kartini Jepara ini ditujukan bagi semua kalangan baik anak-anak, remaja maupun orang tua. Pemilihan jenis huruf tersebut dikarenakan huruf memiliki bentuk yang menarik dan jelas dibaca, sehingga diharapkan para pengamat poster akan mudah untuk membacanya.

Foto diambil dengan sudut pandang menyerong dengan gambar anak-anak yang sedang bermain di dalamnya, ini bertujuan agar terlihat sisi perspektifnya sehingga diharapkan para pengamat poster akan tertarik dan dapat melihat dan mengunjungi obyek wisata yang sebenarnya.

Pemilihan jenis *font* pada teks utama “Taman Bermain“ menggunakan jenis huruf *Snap ITC*. Pemilihan jenis huruf ini karena jenis ini memiliki bentuk yang luwes dan jelas. Tujuannya adalah

agar para pengamat poster akan mudah untuk membacanya sedangkan untuk teks pendukung yang bertuliskan “Bermain Sambil Menikmati Hembusan Angin Laut” menggunakan jenis huruf *Kids* karena memiliki bentuk yang tegas dan jelas dan mewakili karakteristik anak-anak yang ceria. Untuk teks pendukungnya bertuliskan “Pantai Kartini Jepara” yang merupakan *brandname* tempat pariwisata, menggunakan jenis huruf *Good Dog*. Menggunakan warna hitam dan *beroutline* warna putih. Setiap lubang-lubang pada tulisan diberi variasi warna agar tulisan terlihat lebih menarik. Selain itu juga menandakan bahwa Pantai Kartini tidak hanya dikunjungi dan didominasi oleh anak-anak saja tetapi juga untuk semua usia. Di atas tulisan Pantai Kartini Jepara dalam *brandname* ini terdapat tiga buah lengkungan dengan tiga warna yang berbeda yaitu biru, merah dan kuning. Lengkungan ini menandakan gelombang air laut sedangkan variasi warna mengartikan bahwa Pantai Kartini Jepara ini ditujukan bagi semua kalangan baik anak-anak, remaja maupun orang tua. Pemilihan jenis huruf tersebut dikarenakan huruf memiliki bentuk yang menarik dan jelas dibaca, sehingga diharapkan para pengamat poster akan mudah untuk membacanya.

Pembuatan poster di atas agar memiliki nilai estetis, tidak lepas dari prinsip-prinsip desain. Prinsip kesatuan pada poster di atas dapat dilihat dari unsur warna pada desain poster. Antara lain latar

belakang warna biru yang memberikan kesan cerah dan sesuai warna pada gambar yang diolah menjadi *background*. Selain itu, warna teks utama menggunakan warna kuning cerah menimbulkan kesan jelas dan tegas yang menyelaraskan objek secara keseluruhan.

Keserasian poster di atas juga terdapat pada warna teks dan warna *background*. Peletakan teks yang berwarna kuning, oranye dan *brandname* wisata berwarna hitam berada di atas *background* yang berwarna biru. Penyesuaian antara warna objek gambar foto dan teks menjadi keserasian antarbagian dalam suatu keseluruhan sehingga cocok satu dengan yang lain.

Irama dari poster di atas didapatkan dari unsur-unsur gambar foto Taman Bermain untuk anak-anak yang ada di Pantai Kartini Jepara yang seirama dengan gambar anak-anak yang sedang bermain di dalamnya. Tujuannya agar terlihat sisi perspektifnya sehingga diharapkan para pengamat poster akan tertarik dan dapat melihat dan mengunjungi obyek wisata yang sebenarnya. *Layout* teks diletakkan rata kanan berada di atas gambar seorang anak yang sedang menikmati arena bermain yang ada di Pantai Kartini Jepara.

Unsur dominan dari poster di atas adalah foto Taman Bermain untuk anak-anak yang ada di Pantai Kartini Jeparadengan gambar anak-anak yang sedang bermain di dalamnya yang menunjukkan bahwa Pantai Kartini Jepara merupakan tempat yang menyenangkan bagi anak-anak untuk bermain.

Dalam poster ini menggunakan keseimbangan *asimetris*. Hal ini terlihat dengan ukuran tata letak yang tidak sama. Penempatan gambar utama terletak dibagian kanan dan berukuran besar agar gambar terlihat lebih jelas. Sedangkan gambar pendukung dibuat kecil dan berukuran kecil dengan tujuan agar gambar utama dan gambar pendukung terlihat lebih menarik. Hal tersebut dilakukan agar menarik perhatian masyarakat.

Proporsi pada poster di atas didapat dengan melihat ukuran teks dan ukuran objek utama yaitu objek utama lebih besar daripada teks yang mendukung. Hal tersebut bertujuan agar teks dan objek utama lebih menyatu dan tema yang dimaksud dapat tercapai dengan adanya kesatuan objek utama dan teks pendukung pada poster tersebut.

Hirarki visual pada poster di atas adalah yang pertama kali dilihat adalah foto Taman Bermain untuk anak-anak. Kedua adalah gambar properti yang ada di taman bermain. Ketiga yaitu teks “Taman Bermain” dan teks “Bermain sambil menikmati hembusan angin laut”. Keempat yaitu *brandname* tentang lokasi pariwisata Pantai Kartini Jepara, dan yang terakhir adalah logo Dinas Kebudayaan dan Pariwisata.

1.10.3.3 Aspek Komunikasi dan Pesan

Gambar pada poster di atas disajikan dengan foto Taman Bermain untuk anak-anak yang ada di Pantai Kartini Jepara. Teks

bertuliskan “Taman Bermain” dan “Bermain sambil menikmati hembusan angin laut “ pada poster merupakan penyampaian informasi kepada masyarakat bahwa di pantai Kartini terdapat taman bermain dengan berbagai macam arena permainan yang menyenangkan yang dapat dinikmati oleh keluarga khususnya anak-anak.

Gambar pada poster secara keseluruhan merupakan ajakan kepada masyarakat untuk mengunjungi tempat wisata Pantai Kartini Jepara. Pesan yang disampaikan diharapkan dapat diterima oleh masyarakat agar mau mengunjungi tempat wisata tersebut dan dapat diharapkan dapat meningkatkan potensi wisata bahari di Kabupaten Jepara.

Aspek pesan desain poster ini dibuat untuk mempromosikan obyek pariwisata Pantai Kartini Jepara di Kabupaten Jepara. Desain yang dibuat sedemikian rupa bertujuan untuk menarik perhatian masyarakat untuk datang ke Pantai Kartini Jepara. Suasana tempat wisata yang sangat menyenangkan yang tidak hanya menyuguhkan pemandangan alam laut yang sangat indah tetapi juga tempat bermain yang sangat menyenangkan bagi anak-anak, sehingga mereka bisa bermain sambil menikmati hembusan angin laut yang sangat sejuk. Poster ini diharapkan masyarakat akan tertarik untuk mengunjungi tempat wisata Pantai Kartini yang menjadi salah satu objek wisata bahari di Kabupaten Jepara.

BAB V

PENUTUP

Berdasarkan deskripsi dan analisis karya poster yang berjudul "Perancangan Poster Media Promosi Pantai Kartini Jepara", maka penulis memberi simpulan dan saran sebagai berikut.

A. Simpulan

Seiring dengan pembahasan hasil deskripsi dan analisis karya dalam proyek studi ini, maka dapat ditarik simpulan sebagai berikut :

1. Poster merupakan salah satu media komunikasi dan informasi yang diciptakan penulis sebagai ungkapan pengalaman estetis visual dan hasil pengamatan seputar potensi wisata Kabupaten Jepara sesuai dengan pengalaman dari bangku kuliah. Adapun pengalaman yang digunakan oleh penulis dalam merancang karya ini merupakan aplikasi dari mata kuliah fotografi, komputer grafis, dan *nirmana*. Poster ini merupakan ekspresi penulis terhadap masyarakat yang kurang tahu bahkan tidak tahu dengan adanya promosi pariwisata Pantai Kartini Jepara.
2. Potensi wisata Kabupaten Jepara yang diaplikasikan pada desain poster, yang dapat dijadikan sebagai media promosi pariwisata Pantai Kartini jepara. Sehingga, masyarakat Jepara dan luar Jepara dapat mengetahui obyek wisata dan tertarik untuk mengunjungi obyek wisata tersebut.

B. Saran

Berdasarkan simpulan yang terdapat di atas, maka penulis dapat memberikan saran kepada beberapa pihak, diantaranya adalah:

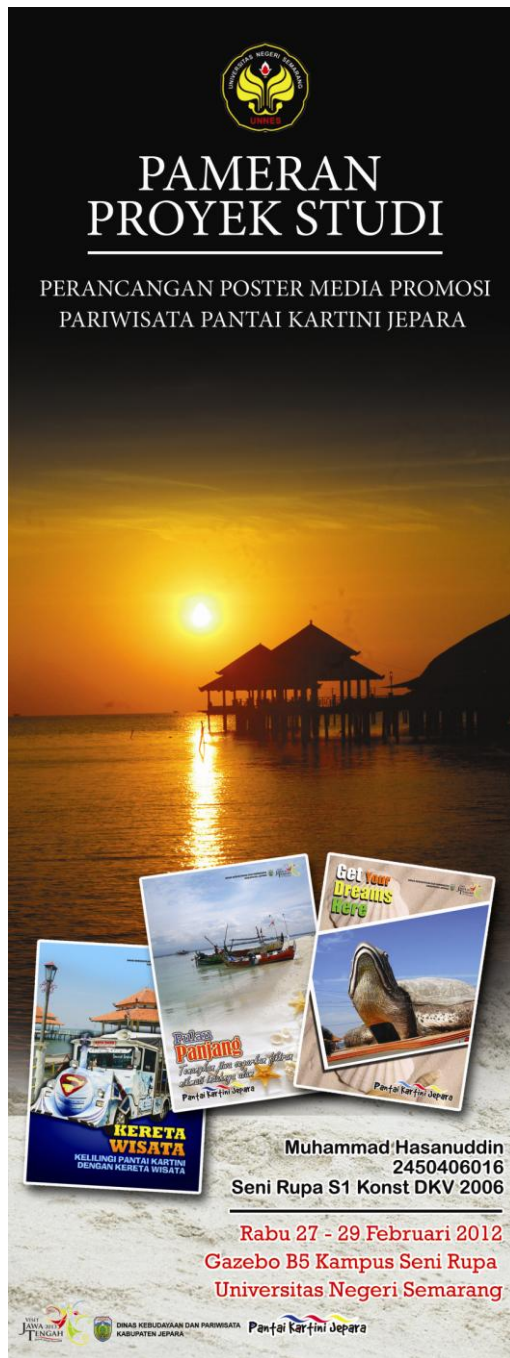
- a. Bagi penulis, proyek studi ini bukan merupakan karya terakhir dari penulis, tetapi merupakan titik awal bagi penulis untuk mengembangkan ilmu yang telah diperoleh, khususnya dalam bidang desain komunikasi visual.
- b. Bagi Pemerintah Daerah Kabupaten Jepara, diharapkan agar lebih meningkatkan promosi obyek wisata terutama wisata budaya karena wisata budaya ini, masyarakat banyak yang belum mengetahuinya. Karya desain poster dalam proyek studi ini dapat dijadikan sebagai salah satu alternative yang dapat dipakai sebagai media promosi.
- c. Bagi Masyarakat Kabupaten Jepara, diharapkan adanya pengelolaan dan pemanfaatan obyek wisata yang lebih baik agar obyek wisata di Kabupaten Jepara dapat menjadi salah satu tujuan wisata utama bagi masyarakat dalam ataupun luar daerah Kabupaten Jepara.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah. 1997. *Gaya Lukisan Semarang Skripsi Jurusan Seni Rupa*. IKIP Semarang.
- Agustrijanto. 2001. *Copywriting*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Bangsa, Gogor P. 2008. *Mengenal Desain Komunikasi Visual*.
www.gogorbangsa.wordpress.com.
- En Eyeka Asia, 2011, “Kura-kura Raksasa di Pantai Kartini Jepara”
<http://en.eyeka.asia/photo/view/10151387-Kura-kura-Raksasa-di-Pantai-Kartini-Jepara-229/03/2011>
- Jefkins, Frank. 1997. *Periklanan*. Jakarta: Erlangga.
- Harto, Dwi Budi. 2005. *Deskomvis I, Hand Out*. UNNES
- Hedratman, Hendi. 2008. *Tips n Trix Computer Graphic Design*. Bandung: Informatika.
- Kurnia, Deni. 2008. *Memilih Media Promosi yang Efektif dan Efisien*.
www.dkooor.wordpress.com.
- Kurnianto fery, 2013, “Pengertian Pariwisata”
<http://kurniantofery.blogspot.com/2010/04/pengertianpariwisata.html..>
- Kusrianto, Adi. 2007. *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: ANDI.
- Madjadikara, S. Agus. 2004. *Membuat Iklan Media Cetak*. Jakarta: Galang Press.
- Mulyana, Deddy. 2005. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

- Purwadarminta, W.J.S. 1994. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Rumampuk, Dientji Borman. 1988. *Media Instruksional IPS*. Jakarta: Depdikbud.
- Sachari, Agus.186. *Paradigma Desain.Indonesia*. Jakarta: PT Rajawali.
- Sunaryo, Aryo. 1993. *Hand Out Nirmala I*. Semarang: FPBS IKIP Semarang.
- Suryana, 2006. *Kewirahausahaan: Pedoman Praktik, Kiat dan Proses Menuju Sukses*. Jakarta: Salemba Empat
- Suyanto, M. 2004. *Aplikasi Desain Grafis untuk Periklanan*. Yogyakarta: ANDI.
- Suyanto, M. 2006. *Setrategi Perancangan Iklan outdoor kelas Dunia*. Yogyakarta: penerbit ANDI
- Suyanto, M. 2005. *Setrategi Perancangan Iklan Televisi Perusahaan Top Dunia*. Yogyakarta: penerbit ANDI
- Tim FSR ISI jogyakarta.2009. *Irama Visual*. Yogyakarta: Jelasutra.
- Tinarbuko, Sumbo. 2009. *Semiotika Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Jelasutra.
- Widya, Leonardo.2002. *Fundamental of art and Design*. Jakarta: Cyber Media College.
- Wikipedia, Kamus Bebas Berbahasa Indonesia. (<http://www.wikipedia.org>).
- Zh. Eyeka, 2013, “Kura-kura Raksasa di Pantai Kartini Jepara”
<http://zh.eyeka.com/photo/view/1617862-Kura-kura-Raksasa-di-Pantai-Kartini-Jepara-15/1/2012>

LAMPIRAN



BANNER PAMERAN



POSTER PAMERAN

KATALOG PAMERAN

Konsep Berkarya

Pantai Kartini memiliki potensi alam yang sangat bagus selain memiliki hamparan pasir putih, pantai kartini juga memiliki akusium raksasa dan dermaga yang menghubungkannya dengan area wisata Taman Nasional Karimunjawa dan Pulau Panjang dengan kondisi ombak yang cukup tenang pantai kartini sangat cocok digunakan sebagai pilihan wisata bagi masyarakat maupun wisatawan asing. Dengan demikian penulis ingin membantu mempromosikan obyek wisata tersebut dengan menggunakan media promosi poster.


Ucapan Terimakasih

Terimakasih yang sebesar-besar-Nya kepada Allah SWT atas limpahan rahmat dan karunianya. terimakasih kepada bapak ibu yang selalu memberi dukungan baik moril maupun materil. Dosen pembimbing Bpk Drs.Nur Rokhmat,M.Pd dan Bpk Supatmo S.Pd.,M.Hum. selaku Dosen Pembimbing, keluarga besar H.Murtadli, teman-teman Seni Rupa 2006 yanuar,husni,entry, tami,wahyu, wahid,dwi romsari. Serta semua pihak yang telah membantu dalam proyek studi ini.

Pameran PROYEK STUDI

M. Hasanuddin

Perancangan Poster Sebagai Media Promosi
Pariwisata Pantai Kartini Jepara



Gazebo B5 Kampus Seni Rupa
Universitas Negeri Semarang



"Sunset Moment"
Ukuran 42 x 29.7 cm
Kertas Ivory 230 gram
2013



"Pulau Panjang"
Ukuran 42 x 29.7 cm
Kertas Ivory 230 gram
2013



"Perahu Wisata"
Ukuran 42 x 29.7 cm
Kertas Ivory 230 gram
2013



"Sunset Moment #2"
Ukuran 42 x 29.7 cm
Kertas Ivory 230 gram
2013



"Get Your Dreams Here"
Ukuran 42 x 29.7 cm
Kertas Ivory 230 gram
2013



"Kartini Beach"
Ukuran 42 x 29.7 cm
Kertas Ivory 230 gram
2013



UNDANGAN PAMERAN

KEGIATAN PAMERAN



BIODATA PENULIS



Nama : M. Hasanuddin
NIM : 2450406016
Alamat : Randubango Pancur Rt 11/Rw 02
Mayong Jepara 59465
Telepon : 085727657018
E-mail : hazant@yahoo.com

Riwayat Pendidikan

TK Tarbiyatul Athfal Pancur Mayong Jepara (1993)
MI Al-Huda Pancur II Mayong Jepara (1999)
MTs. Walisongo Pecangaan Jepara (2002)
MAK TBS Kudus (2006)
Universitas Negeri Semarang (2013)