

## **ABSTRAK**

### **PROMOSI OBYEK WISATA AIR BOJONGSARI PURBALINGGA SEBAGAI TEMPAT TUJUAN WISATA KELUARGA YANG MENAWARKAN BANYAK PERMAINAN**

**Oleh**

**Edwin Adhitama**

**NRP 0664016**

Pariwisata adalah salah satu bentuk hiburan yang banyak digemari masyarakat saat ini. Owabong merupakan salah satu obyek wisata air yang berada di Kota Purbalingga, Jawa Tengah. Obyek wisata ini menawarkan banyak permainan menarik, akan tetapi sebagian besar pengunjung hanya berasal dari daerah sekitar saja dan belum banyak dikenal masyarakat daerah lain.

Maka dari itu, tujuan perancangan ini adalah untuk menarik minat masyarakat dari daerah lain di Jawa Tengah yang belum mengetahui tentang obyek wisata ini. Manfaat perancangan ini adalah agar masyarakat daerah lain dapat mengetahui dan tertarik untuk berwisata ke Owabong.

Metode yang digunakan adalah dengan merancang media promosi yang dapat menarik minat masyarakat berupa poster, flyer, billboard, iklan majalah dan koran, dan disertai gimmick seperti stiker, pin, mug dan kaos. Melalui promosi ini masyarakat luar dapat mengenal Owabong dan tertarik untuk berwisata ke Owabong.

Kata kunci : Air, Hiburan, Promosi, Purbalingga, Wisata

## **ABSTRACT**

### ***BOJONGSARI'S WATER TOURISM OBJECT IN PURBALINGGA (OWABONG) PROMOTION AS A FAMILY TOURISM DESTINATION THAT OFFERS MANY FUN ATTRACTIONS***

*Submitted by*

**Edwin Adhitama**

**NRP 0664016**

*Tourism is one kind of entertainment that liked by a lot of people nowadays. Owabong is one of Tourism Object in Purbalingga City, Central Java. This tourism object offers many fun attractions, but most of visitor only from local area and unheard by people from another area.*

*Therefore, the purpose of this scheme is to draw an interest of people from another area in Central Java that doesn't know yet about this tourism object. The benefits of this design is that people from another area will know and interested to visit Owabong.*

*The method is to design promotion media that could draw people's interest with posters, flyer, billboard, advertisement in magazine and newspaper, and also with gimmick like stickers, pin, mug, and t-shirt. Through this promotion, people from another area could know and interested to visit Owabong.*

*Keywords: Entertainment, Promotion, Purbalingga, Tourism, Water*

## Daftar Isi

<b>Abstrak</b> .....	i
<i>Abstract</i> .....	ii
<b>Lembar Pengesahan</b> .....	iii
<b>Pernyataan Orisinalitas Karya dan Laporan</b> .....	iv
<b>Pernyataan Publikasi Laporan Penelitian</b> .....	v
<b>Kata Pengantar</b> .....	vi
<b>Daftar Isi</b> .....	viii
<b>Daftar Tabel</b> .....	xi
<b>Daftar Gambar</b> .....	xii
<b>Daftar Lampiran</b> .....	xiv

### **BAB I PENDAHULUAN**

1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan Perancangan.....	3
1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	3
1.5 Skema Perancangan.....	6
1.6 Sistematika Penulisan.....	7

### **BAB II LANDASAN TEORI**

2.1 Pemasaran.....	8
2.2 STP ( <i>Segmentasi, Targetting, Positioning</i> ).....	8

2.3 Promosi.....	9
2.3.1 <i>Promotion Mix</i> .....	10
2.4 Tahap Pembuatan Desain Komunikasi Visual.....	12
2.5 Teori Layout.....	12
2.7 Teori Warna.....	15

### **BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH**

3.1 Data dan Fakta.....	16
3.1.1 Hasil Observasi Ke Owabong.....	16
3.1.2 Hasil Kuesioner.....	23
3.1.3 Tinjauan Terhadap Persoalan Sejenis.....	30
3.2 Analisis Terhadap Permasalahan Terhadap Data dan Faktat.....	31
3.2.1 Analisis Dengan STP.....	33
3.2.2 Analisis S.W.O.T.....	34

### **BAB IV PEMECAHAN MASALAH**

4.1 Konsep Komunikasi.....	35
4.2 Konsep Kreatif.....	35
4.2.1 Konsep Visual.....	35
4.2.2 Konsep Verbal.....	37
4.3 Konsep Media.....	37
4.4 Hasil Karya.....	40
4.4.1 <i>Flyer</i> .....	40
4.4.2 Iklan Majalah.....	41

4.4.3 <i>X-Banner</i> .....	42
4.4.4 Baliho.....	43
4.4.5 Poster.....	44
4.4.6 Billboard.....	47
4.4.7 Koran.....	47
4.4.8 Bus dan Mobil Dinas.....	48
4.5 <i>Budgeting</i> .....	49

## **BAB 5 PENUTUP**

5.1 Kesimpulan.....	50
5.2 Saran Penulis.....	50

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **DATA PENULIS**

## **LAMPIRAN**

## Daftar Tabel

Tabel 3.1.2.1 Jenis kelamin.....	23
Tabel 3.1.2.2 Umur responden.....	24
Tabel 3.1.2.3 Daerah tempat tinggal responden.....	24
Tabel 3.1.2.4 Tingkat pendapatan responden per bulan.....	25
Tabel 3.1.2.5 Apakah responden gemar melakukan perjalanan wisata.....	25
Tabel 3.1.2.6 Berapa kali per tahun frekuensi responden melakukan wisata.....	26
Tabel 3.1.2.7 Atas dasar apa responden memilih tempat wisata.....	26
Tabel 3.1.2.8 Apakah responden gemar berenang.....	27
Tabel 3.1.2.9 Mengapa responden gemar berenang.....	27
Tabel 3.1.2.10 Apakah responden mengetahui kota Purbalingga.....	28
Tabel 3.1.2.11 Apakah responden mengetahui tentang Owabong.....	28
Tabel 3.1.2.12 Dari media iklan apa responden mendapat info wisata.....	29
Tabel 3.1.2.13 Apakah responden pernah berkunjung ke tempat wisata air.....	29
Tabel 3.1.2.14 Apakah responden tertarik untuk berwisata ke wisata air.....	30

## Daftar Gambar

Gambar 1.1 Skema perancangan.....	6
Gambar 3.1 Gerbang utama Owabong.....	16
Gambar 3.2 Logo Owabong.....	16
Gambar 3.3 Kolam <i>olympic</i> .....	17
Gambar 3.4 Kolam waterboom.....	18
Gamabr 3.5 Kolam ember tumpah.....	18
Gambar 3.6 Kolam arus.....	18
Gambar 3.7 Kolam pantai.....	19
Gambar 3.8 Kolam pesta air.....	19
Gambar 3.9 Sirkuit gokart.....	20
Gambar 3.10 <i>Flying fox</i> .....	20
Gambar 3.11 Terapi ikan dan kolam air hangat.....	21
Gambar 3.12 4D <i>extreme</i> .....	21
Gambar 3.13 <i>Jet coaster</i> .....	22
Gambar 3.14 Brosur Purbasari Pancuran Mas.....	30
Gambar 3.15 Poster promosi Owabong.....	32
Gambar 4.2 <i>Flyer</i> .....	40
Gambar 4.3 Iklan majalah.....	41
Gambar 4.4 <i>X-banner</i> .....	42
Gambar 4.5 Baliho.....	43
Gambar 4.6 Poster 1.....	44

Gamabr 4.7 Poster 2.....	45
Gambar 4.8 Poster 3.....	46
Gambar 4.9 Billboard.....	47
Gambar 4.10 Koran.....	47
Gambar 4.11 Bus.....	48
Gambar 4.12 Mobil Dinas.....	48

## **Daftar Lampiran**

Lampiran 1 Kuesioner

Lampiran 2 Sketsa