

ABSTRAK

PERANCANGAN VISUAL PROMOSI KALEBA UNTUK WISATAWAN JAMBI

Oleh
Felyciana
0964011

Jambi merupakan salah satu provinsi di Indonesia yang memiliki potensi pariwisata yang baik. Dalam dunia pariwisata, cenderamata menjadi kebutuhan bagi wisatawan pada umumnya. Di samping itu, cenderamata juga dapat berperan mendukung perkembangan pariwisata setempat. Kaleba merupakan satu-satunya cenderamata Jambi yang menggabungkan antara kaos, batik, dan tempat wisata. Namun, Kaleba memiliki kendala kurang promosi, hal ini didukung berdasarkan data kuesioner dari 200 responden wisatawan Jambi yang menyatakan bahwa 73,5% responden kurang mengetahui keberadaan produk Kaleba. Oleh karena itu, tugas Akhir ini dirancang agar Kaleba lebih dikenal oleh wisatawan Jambi. Pengumpulan data yang dilakukan adalah dengan wawancara, studi pustaka, dan kuesioner. Teori-teori terkait yang digunakan adalah teori pariwisata, teori objek wisata, teori batik, teori promosi, teori periklanan dan teori media periklanan. Metode yang digunakan sebagai pemecahan masalah adalah dengan merancang promosi visual untuk produk Kaleba dengan memperbaharui logo, menambah variasi produk, dan menggunakan model yang diterapkan dalam berbagai media promosi seperti *online banner advertisement*, *billboard*, *t-banner*, *x-banner*, *flyer*, *catalogue*, *banner sponsorship* untuk ucapan selamat datang di Bandara Sultan Thaha Jambi, *website Kaleba*, *packaging*, *gimmick*, dan *hangtag*. Melalui perancangan ini, promosi Kaleba menjadi lebih konsisten dan terpadu serta menjadikan Kaleba lebih tersosialisasi bagi wisatawan Jambi.

Kata Kunci : Promosi, Kaos, Batik, Jambi

ABSTRACT

VISUAL DESIGN PLANNING FOR “KALEBA” PROMOTION AIMED AT TOURISTS IN JAMBI

Submitted by
Felyciana
0964011

Jambi is one of the provinces in Indonesia with a great potential for tourism. In tourism world, souvenirs are a necessity for tourists in general. In addition to that, souvenirs can also play a role in helping the development of local tourism. Kaleba is the only souvenir in Jambi which is a combination of t-shirt, batik, and tourism spot. However, Kaleba is not promoted well as seen from a questionnaire data from around 200 tourist respondents which stated that 73.5% of them do not know about this product. This final assignment is designed to promote Kaleba so that tourists who come to Jambi may know about it more. The data is collected by doing interview, library study and distributing questionnaires. The theories used are tourism theory, tourism object theory, batik theory, promotion theory, advertisement theory and advertisement media theory. To answer the statement of the problem, the writer designed visual promotion for Kaleba product by renewing the logo, adding variation to the already present products, and use models in various promotion media like online banner advertisement, billboard, t-banner, x-banner, flyer, catalogue, sponsorship banner to welcome visitors which is put at Sultan Thaha Jambi Airport, website Kaleba, packaging, gimmick, and hangtag. Through this design, the promotion for Kaleba becomes more consistent and sociable for tourists.

Keywords: promotion, t-shirt, Batik, Jambi

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA DAN LAPORAN	iii
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN PENELITIAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
 BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup	2
1.3 Tujuan Perancangan	3
1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	3
1.5 Skema Perancangan	4
 BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 Teori Pariwisata	5
2.2 Teori Objek Wisata	6
2.3 Teori Batik	6
2.4 Teori Promosi	7
2.5 Teori Periklanan	8
2.6 Teori Media Periklanan	12
 BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH	
3.1 Data dan Fakta	

3.1.1 Kaleba	15
3.1.2 Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Jambi	17
3.1.3 Data Obyek Wisata Jambi	20
3.1.4 Data Batik Jambi	23
3.1.5 Data Wisatawan Jambi	25
3.1.6 Hasil Wawancara Pendiri Kaleba	25
3.1.7 Hasil Wawancara Penjual Kaleba	25
3.1.8 Hasil Wawancara Ahli	26
3.1.9 Hasil Kuesioner 200 Responden Wisatawan Jambi	26
3.2 Tinjauan Karya Sejenis	
3.2.1 Island Souvenir Cebu Philipine	28
3.2.2 Jakoz	29
3.3 Analisis Berdasarkan Data dan Fakta	30
 BAB IV PEMECAHAN MASALAH	
4.1 Konsep Komunikasi	34
4.2 Konsep Kreatif	34
4.3 Konsep Media	37
4.4 Hasil Karya	40
 BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan	50
5.2 Saran	50
 DAFTAR PUSTAKA	 51
LAMPIRAN	53
DATA PENULIS	58

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Skema perancangan	4
Gambar 3.1	Logo asli Kaleba	15
Gambar 3.2	Contoh produk asli Kaleba	16
Gambar 3.3	Brosur asli Kaleba	16
Gambar 3.4	<i>Display</i> Kaleba	17
Gambar 3.5	Suasana kios Kaleba	17
Gambar 3.6	Logo pemerintahan Provinsi Jambi	17
Gambar 3.7	Skema organisasi DISPARBUD Jambi	18
Gambar 3.8	Geopark Merangin dan Candi Muaro Jambi	22
Gambar 3.9	Contoh motif batik Jambi	24
Gambar 3.10	Gambar diagram jumlah wisatawan Jambi	25
Gambar 3.11	Gambar infografis hasil kuesioner	27
Gambar 3.12	<i>Display</i> toko <i>Island Souvenir</i>	28
Gambar 3.13	Contoh kaos cinderamata <i>Island Souvenir</i>	28
Gambar 3.14	Tampilan situs web <i>Island Souvenir</i>	28
Gambar 3.15	Tas kanvas (kantong belanja) <i>Island Souvenir</i>	29
Gambar 3.16	Logo Jakoz	29
Gambar 3.18	<i>Paper bag</i> Jakoz	30
Gambar 3.17	Tampilan <i>website</i> Jakoz	30
Gambar 3.19	Produk Jakoz	30
Gambar 3.20	Analisis penerapan asli logo Kaleba	31
Gambar 4.1	Skema warna	35
Gambar 4.2	Hasil foto dan <i>editing</i>	40
Gambar 4.3	Pembaharuan logo Kaleba	41
Gambar 4.4	<i>Billboard</i> Kaleba	41
Gambar 4.5	Spanduk <i>Sponsorship</i>	41
Gambar 4.6	Banner di aplikasi <i>smartphone</i>	42
Gambar 4.7	<i>Pop-up Banner Ads</i>	42
Gambar 4.8	<i>Banner social media</i>	43
Gambar 4.9	<i>Flyer</i>	43

Gambar 4.10	<i>X-Banner Kaleba</i>	45
Gambar 4.11	<i>Website Kaleba</i>	46
Gambar 4.12	<i>T-Banner Kaleba</i>	46
Gambar 4.13	Kemasan dan <i>paper bag</i>	47
Gambar 4.14	Hangtag dan gantungan Kaleba	47
Gambar 4.15	Papan nama dan kios	47
Gambar 4.16	Layout katalog	48
Gambar 4.17	Variasi Kaleba Depan	49
Gambar 4.18	Variasi Kaleba Belakang	50



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Keunggulan media menurut Kotler	12-13
Tabel 3.1	Tabel tujuan dan sasaran jangka menengah pemerintah Jambi	20
Tabel 4.1	Tabel timeline promosi Kaleba	38-39
Tabel 4.2	Tabel biaya promosi Kaleba	39



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A	Wawancara	53
A.1	Wawancara dengan pendiri Kaleba via <i>whatsapp</i>	53
A.2	Wawancara ahli dengan Bapak Wiwied C59	53
A.3	Wawancara dengan penjual Kaleba via <i>facebook</i>	54
Lampiran B	Pertanyaan dalam kuesioner	55
Lampiran C	Sketsa	56
C.1	Sketsa manual 1	56
C.2	Sketsa manual 2	57

