

ABSTRAK

PERANCANGAN MEDIA PROMOSI KABUPATEN KEBUMEN

Oleh:

Febiana Gracia Chrisanto
NRP 1564034

Kebumen adalah salah satu kabupaten yang terdapat di pesisir selatan provinsi Jawa Tengah. Apabila diamati lebih mendalam, Kabupaten Kebumen memiliki banyak tempat yang dapat dijadikan objek wisata. Namun potensi yang ada belum dimanfaatkan dengan baik, sehingga masyarakat belum memilih Kabupaten Kebumen sebagai destinasi wisata. Oleh karena itu, diperlukan promosi agar Kabupaten Kebumen lebih dikenal oleh masyarakat luas.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif untuk menunjang penyusunan konsep perancangan. Perancangan ini menggunakan konsep komunikasi persuasif, informatif dan interaktif, untuk mengajak dan memberikan informasi kepada masyarakat Indonesia mengenai Kabupaten Kebumen. Konsep kreatif yang digunakan adalah tradisional dan minimalis. Tradisional dipilih untuk menonjolkan kelokalan Kabupaten Kebumen melalui warna-warna yang digunakan yaitu coklat, krem, merah, hitam dan putih. Sedangkan minimalis dipilih untuk memberikan sentuhan modern pada gaya tradisional. Media yang digunakan untuk mempromosikan Kabupaten Kebumen ini adalah *website*, Instagram, Youtube video, dan *gimmick* berupa *booklet*, *brosur* dan *postcard*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas responden mencari informasi mengenai tempat wisata melalui *website* dan Instagram, sehingga *website* dan Instagram dipilih sebagai media promosi Kabupaten Kebumen. Promosi juga dilakukan menggunakan strategi *push* dan *pull marketing*. *Push marketing* dengan memperlihatkan secara langsung produk yang dijual kepada konsumen, sedangkan *pull marketing* memotivasi konsumen untuk mencari atau menemukan apa yang dicari dan untuk menciptakan efek WOM (*Word of Mouth*).

Kata kunci: Kabupaten Kebumen, keluarga, pariwisata, promosi

ABSTRACT

DESIGNING THE PROMOTION MEDIA OF KEBUMEN REGENCY

Submitted by:
Febiana Gracia Chrisanto
NRP 1564034

Kebumen is one of the districts in Indonesia which is located on the southern coast of Java Island. if observed more deeply, Kebumen Regency has many places that can be used and optimized as tourism destinations. However, all of the potentials still have not been utilized properly which make people do not consider and choose Kebumen Regency as their tourist destination. Therefore, promotion activities are needed by Kebumen Regency to make people more aware to Kebumen Regency

The research uses quantitative method to support the preparation of design concepts. This design also uses a persuasive communication, informative and interactive concept with the aim of inviting and giving informations to the public about Kebumen regency. the creative concepts that are used are traditional and minimalist. Traditional concept is used for purpose to highlight the locality of Kebumen Regency through the colour used, such as brown, cream, red, black and white. Meanwhile, the minimalist concept is chosen for purpose to give some modern touch in traditional style.

Medias used to promote Kebumen Regency are website, Instagram, Youtube video, gimmick such as booklet, brochure and postcard. the result of the research shows that majority of respondents search information about tourist destination through website and Instagram. Thus, those medias are chosen as the main media to promote Kebumen Regency. The promotion activity also use push and pull marketing strategy. The push marketing strategy is by showing directly the products sold to the customer. While, the pull strategy is by motivating the customer to find out what they are looking for and creating a WOM (Word of Mouth) effect.

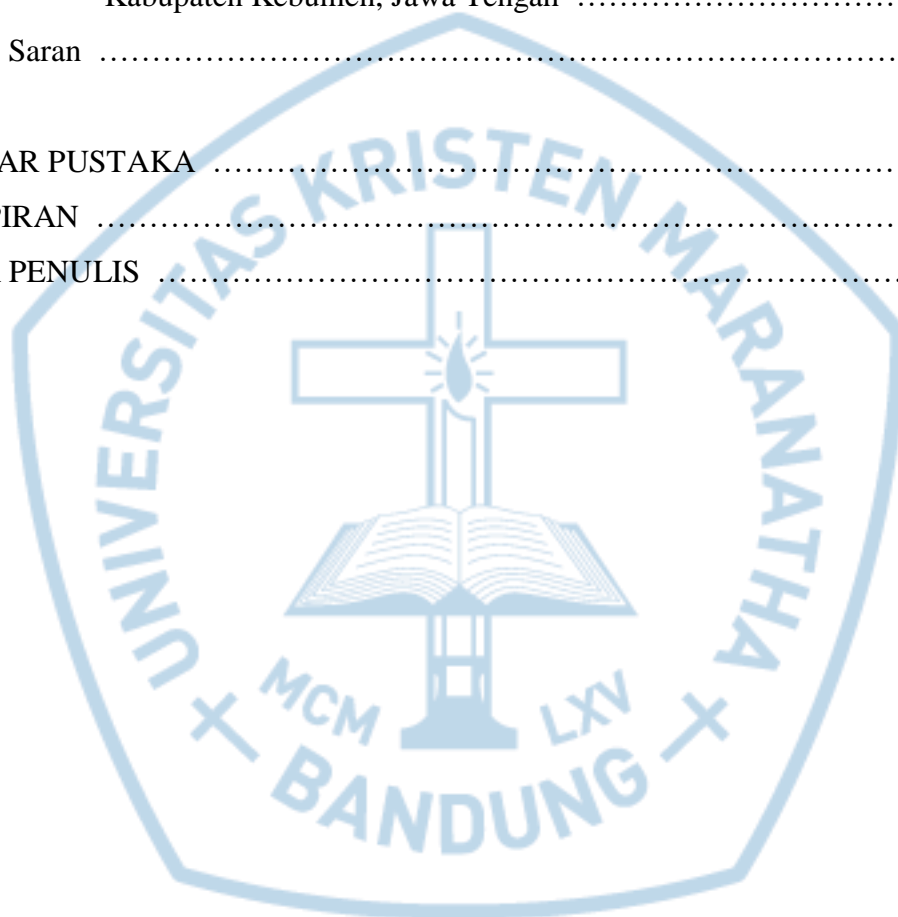
Keywords: family, Kebumen Regency, promotion, tourism

DAFTAR ISI

COVER DALAM	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS HASIL KARYA PRIBADI	iii
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN TUGAS AKHIR	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup	3
1.3 Tujuan Perancangan	4
1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	4
1.5 Skema Perancangan	6
BAB II LANDASAN TEORI	7
2.1 Teori Promosi	7
2.1.1 Pemasaran Digital dan Sosial Media (<i>Digital and Social Media Marketing</i>)	8
2.1.2 Teori AISAS	8
2.2 Teori <i>Website</i>	9
2.3 Teori <i>User Experience</i>	10
2.4 Teori <i>User Interface</i>	12
2.5 Teori Fotografi	13
2.5.1 Fotografi Makanan	15
2.5.2 Teori Pencahayaan	15

BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH	17
3.1 Data dan Fakta	17
3.1.1 Perusahaan/ Institusi Terkait (Mandatori)	17
3.2 Data tentang Gejala/ Fenomena yang terjadi	19
3.2.1 Kuliner Khas Kebumen	19
3.2.2 Wisata Alam Kebumen	29
3.2.3 Data Hasil Kuisisioner	39
3.3 Tinjauan Karya Sejenis	48
3.4 Analisis Data dan Masalah	48
3.4.1 STP	48
3.4.2 SWOT Promosi	49
3.4.3 SWOT Media	49
BAB IV PEMECAHAN MASALAH	51
4.1 Konsep Komunikasi	51
4.2 Konsep Kreatif	51
4.2.1 Tipografi	52
4.2.2 Warna	53
4.2.3 Fotografi	54
4.3 Konsep Media	54
4.3.1 <i>Website</i>	54
4.3.2 Instagram	54
4.3.3 YouTube Video	55
4.3.4 Timeline Media	55
4.4 Hasil Karya	55
4.4.1 <i>Website</i>	55
4.4.2 Instagram	62
4.4.3 YouTube Video	66
4.4.4 <i>Gimmick</i>	67
4.4.4.1 <i>Postcard</i>	67
4.4.4.2 <i>Booklet</i>	67
4.4.4.3 Brosur	69

4.4.5	Anggaran Produksi	70
BAB V PENUTUP		72
5.1	Simpulan	72
5.1.1	Cara Mempromosikan Destinasi Wisata dan Kuliner dari Kabupaten Kebumen, Jawa Tengah	72
5.1.2	Media yang dapat Digunakan untuk Mempromosikan Kabupaten Kebumen, Jawa Tengah	73
5.2	Saran	75
DAFTAR PUSTAKA		77
LAMPIRAN		78
DATA PENULIS		88



DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1	Logo Disporawisata Kabupaten Kebumen	17
Gambar 3.2	Nasi Penggel	19
Gambar 3.3	Sate Ambal	20
Gambar 3.4	Soto Tamanwinangun	21
Gambar 3.5	Soto Ayam Petanahan	21
Gambar 3.6	Yutuk Goreng	22
Gambar 3.7	Jipang Kacang	23
Gambar 3.8	Lanting	24
Gambar 3.9	Golak	25
Gambar 3.10	Sagon	26
Gambar 3.11	Kue Satu	27
Gambar 3.12	Kethek	28
Gambar 3.13	Jembatan Merah Pantai Menganti	29
Gambar 3.14	Pemandangan dari Bukit Pentulu Indah	30
Gambar 3.15	Benteng Van Der Wijck	31
Gambar 3.16	Pantai Surumanis	32
Gambar 3.17	Pantai Lampon	33
Gambar 3.18	Goa Jatijajar	34
Gambar 3.19	Goa Petruk	35
Gambar 3.20	Waduk Sempor	36
Gambar 3.21	Pantai Laguna	37
Gambar 3.22	Wisata Alam Jembangan	38
Gambar 3.23	Diagram Jenis Kelamin Responden	39
Gambar 3.24	Diagram Usia Responden	40
Gambar 3.25	Diagram Pekerjaan Responden	40
Gambar 3.26	Diagram Penghasilan Responden	41
Gambar 3.27	Diagram Tempat Tinggal Responden	42
Gambar 3.28	Diagram Frekuensi Responden Menggunakan Media Sosial ...	42
Gambar 3.29	Diagram Usia Anak Responden	43

Gambar 3.30	Diagram Responden Suka Pergi Berwisata Bersama Keluarga .	43
Gambar 3.31	Diagram Responden Mencari Informasi Tempat Wisata	44
Gambar 3.32	Diagram Destinasi Wisata yang Suka Dikunjungi Bersama Keluarga	44
Gambar 3.33	Diagram Budget yang akan Dikeluarkan untuk Berlibur Bersama Keluarga	45
Gambar 3.34	Diagram Pengetahuan Responden Mengenai Kabupaten Kebumen	45
Gambar 3.35	Diagram Responden Mengunjungi Kabupaten Kebumen	46
Gambar 3.36	Diagram Ketertarikan Responden untuk Berkunjung ke Kabupaten Kebumen	46
Gambar 3.37	Diagram Pertimbangan Responden saat hendak Berwisata	47
Gambar 3.38	Website Portal Pemerintah Kabupaten Malang	48
Gambar 4.1	Palet Warna	54
Gambar 4.2	Desain <i>Homepage</i>	56
Gambar 4.3	Desain Halaman <i>Tourism</i>	57
Gambar 4.4	Desain Halaman <i>Culinary</i>	58
Gambar 4.5	Desain Halaman <i>Main Course</i>	59
Gambar 4.6	Desain Halaman Sate Ambal	60
Gambar 4.7	Desain Halaman Akomodasi	61
Gambar 4.8	Desain Halaman <i>Contact</i>	61
Gambar 4.9	<i>Wireframe</i>	62
Gambar 4.10	Desain Instagram Tahap <i>Awareness</i>	63
Gambar 4.11	Desain Instagram Tahap <i>Interest</i>	64
Gambar 4.12	Desain Instagram Tahap <i>Search</i>	65
Gambar 4.13	Desain Instagram Tahap <i>Share</i>	66
Gambar 4.14	Youtube Video	66
Gambar 4.15	<i>Mockup Postcard</i>	67
Gambar 4.16	<i>Cover Booklet</i>	67
Gambar 4.17	Isi <i>Booklet</i>	68
Gambar 4.18	<i>Mockup Brosur</i>	69

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Perbedaan Fungsi dan Efek yang Dihasilkan dari setiap Sumber Arah Cahaya	16
Tabel 4.1	Timeline Media	55
Tabel 4.2	Anggaran Produksi	70



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A	Sketsa	78
Lampiran A1	Sketsa <i>Website Homepage</i>	78
Lampiran A2	Sketsa <i>Website Halaman Tourism</i>	79
Lampiran A3	Sketsa <i>Website Halaman Culinary</i>	80
Lampiran A4	Sketsa <i>Website Halaman Akomodasi</i>	81
Lampiran B	Hasil Kuisisioner	82
Lampiran C	Wireframe	87

