

**PERANCANGAN ILUSTRASI PADA *MERCHANDISE*
SEBAGAI MEDIA KAMPANYE WISATA PENANGKARAN
PENYU UJUNG GENTENG, KECAMATAN CIRACAP,
KABUPATEN SUKABUMI**

SKRIPSI

**RISMAN RAMDANI
17186048**



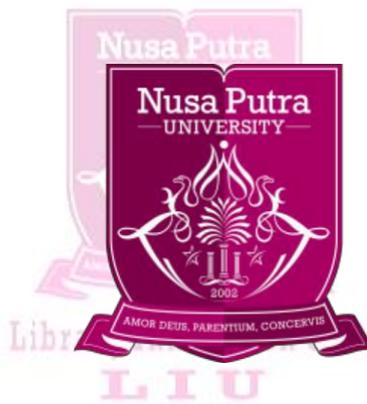
**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
UNIVERSITAS NUSA PUTRA
SUKABUMI
2022**

**PERANCANGAN ILUSTRASI PADA *MERCHANDISE*
SEBAGAI MEDIA KAMPANYE WISATA PENANGKARAN
PENYU UJUNG GENTENG, KECAMATAN CIRACAP,
KABUPATEN SUKABUMI**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Dalam Menempuh Gelar Sarjana
Desain Komunikasi Visual*

**RISMAN RAMDANI
17186048**



**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
UNIVERSITAS NUSA PUTRA
SUKABUMI
2022**

ABSTRACT

Turtle breeding tourism is the only tourist spot in the Ujung Genteng beach area, even in the district. Sukabumi. But basically, many other tourist attractions in the area of the tip of the tile and its surroundings are competitors, so that this tourist spot has decreased the number of visitors from year to year. From the problems above, the author will create an illustration of turtle breeding tourism. The illustrations made will be applied to merchandise as a medium for turtle breeding tourism campaigns. Merchandise is one of the media to increase audience awareness about the existence of this tourist spot.

The research method used by the author is a qualitative method. The author made observations to the research site, interviewed the relevant informants, documented and distributed questionnaires to obtain the necessary data from turtle captive tourism.

The results of the illustrations applied to the merchandise used for the media campaign can be said to be good and quite effective. It is evident from the 87 respondents obtained by the author, they gave good responses to the questions from the questionnaire given by the author regarding the results of the illustrations that had been created. In addition, the authors get a positive response from the management of the turtle captive tourism to the illustrations on the merchandise that will be used for the campaign.

Keywords: *Captive breeding, Illustration, Merchandise, Campaign.*

ABSTRAK

Wisata penangkaran penyu merupakan tempat wisata satu-satunya yang ada di kawasan pantai Ujung Genteng bahkan di wilayah kab. Sukabumi. Namun pada dasarnya, banyak tempat wisata lain di kawasan ujung genteng dan sekitarnya yang menjadi pesaing, sehingga tempat wisata ini mengalami penurunan jumlah pengunjung dari setiap tahunnya. Dari permasalahan di atas, penulis akan menciptakan ilustrasi tentang wisata penangkaran penyu. Ilustrasi yang dibuat akan diaplikasikan pada *merchandise* sebagai media untuk kampanye wisata penangkaran penyu. *Merchandise* merupakan salah satu media untuk meningkatkan kesadaran para *audience* tentang keberadaan tempat wisata ini.

Metode penelitian yang digunakan oleh penulis adalah dengan metode kualitatif. Penulis melakukan observasi ke tempat penelitian, wawancara pada narasumber yang bersangkutan, dokumentasi dan melakukan penyebaran angket untuk mendapatkan data yang diperlukan dari wisata penangkaran penyu.

Hasil dari ilustrasi yang diterapkan pada *merchandise* yang digunakan untuk media kampanye dapat dikatakan baik dan cukup efektif. Terbukti dari 87 responden yang didapatkan oleh penulis, mereka memberikan tanggapan baik terhadap pertanyaan dari angket yang diberikan oleh penulis mengenai hasil dari ilustrasi yang sudah diciptakan. Selain itu, penulis mendapatkan respon yang positif dari pihak pengurus wisata penangkaran penyu terhadap ilustrasi pada *merchandise* yang akan digunakan untuk kampanye.

Kata Kunci: *Penangkaran, Ilustrasi, Merchandise, Kampanye.*



Library Innovation Unit
LIU

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Penangkaran merupakan kegiatan untuk memperbanyak dengan cara pengembangbiakkan dan pembesaran satwa liar di dalam atau di luar habitat aslinya dengan tetap mempertahankan kemurnian dari satwa yang dikembangbiakkan tersebut. Penangkaran penyu merupakan salah satu tempat wisata di Desa Konservasi dan Ekowisata Pangumbahan Ujung Genteng di Ciracap, Sukabumi. Penangkaran penyu ini sudah ada sejak tahun 1970.

Wisata Penangkaran Penyu ini merupakan tempat satu-satunya yang ada di kabupaten Sukabumi. Selain menjadi tempat pelestarian penyu, wisata ini juga memiliki pantai yang indah dan cocok untuk melihat pemandangan alam laut seperti sunset. Akan tetapi, banyaknya tempat wisata lain di sekitar daerah pantai Minajaya hingga Ujung Genteng membuat wisata penangkaran penyu ini sulit untuk bersaing. Tidak sedikit pengunjung yang sering melewati tempat ini untuk berlibur di tempat lain. Karena itu, beberapa tahun terakhir ini wisata penangkaran penyu mengalami penurunan jumlah pengunjung. Menurut hasil wawancara dari narasumber menyebutkan bahwa hal-hal yang menyebabkan penurunan jumlah pengunjung terhadap tempat wisata ini yaitu selain adanya tempat wisata lain yang menjadi pesaing juga karena adanya pandemi. Pihak pengurus juga belum melakukan upaya apapun untuk mempromosikan atau mengkampanyekan wisata ini pada masyarakat. Maka dari itu objek wisata ini harus segera dipublikasikan agar para wisatawan tertarik kembali untuk berkunjung ke tempat wisata ini. Karena selain tempat untuk berwisata, penangkaran ini juga bisa memberikan pembelajaran dan pengetahuan kepada pengunjung mengenai bagaimana cara menjaga dan melestarikan penyu dengan baik. Dari permasalahan di atas, penulis memiliki gagasan untuk merancang sebuah media yang berfungsi sebagai sarana informasi dan akan dikemas melalui cabang ilmu Desain Komunikasi Visual.

“Desain grafis belum lama ini lebih kerap disebut Desain Komunikasi Visual sebab mempunyai penyampaian pesan ataupun informasi kepada pembaca dengan bermacam kekuatan visual, semacam tipografi, ilustrasi, warna, garis, layout, serta sebagainya dengan dorongan teknologi” (Supriyono, 2010: 9).

Penulis ingin membuat sebuah kampanye dengan media pendekatan yang mudah dijangkau dan bisa bermanfaat bagi masyarakat luas. Penulis akan merancang sebuah media informasi tersebut dalam bentuk ilustrasi.

“Ilustrasi dapat digunakan dalam bentuk untuk menjelaskan atau menyampaikan suatu maksud, dapat berupa karya fotografi atau gambar fotorealistik. Bentuk yang digunakan sesuai kebutuhan dan pada dasarnya dapat dilihat dengan mata telanjang. Ilustrasi dapat menciptakan gaya dengan bentuk-bentuk metamorfosis, atau menggambarkan objek emosional dan fisik. Ilustrasi dapat mempengaruhi orang yang melihatnya. Pada dasarnya, ilustrasi adalah bagaimana orang yang melihatnya menginterpretasikan suatu konsep ataupun ide abstrak ke dalam wujud visual. Tetapi, visualisasi dari ide atau konsep abstrak yang diterjemahkan memberikan cerinan yang sama nilainya dengan konsep yang mereka wakili” (Maharsi, 2018:26).

Secara garis besar, penulis akan membuat ilustrasi penyu sebagai ikon utama pada ilustrasi yang akan diciptakan. Selain itu akan ditambahkan elemen lain yang ada disekitar objek wisata penangkaran penyu sebagai pendukung ilustrasi utama. Ilustrasi yang dibuat akan diaplikasikan pada *merchandise* sebagai media kreatif pada kampanye ini. *Merchandise* merupakan salah satu media untuk meningkatkan kesadaran para *audience* tentang keberadaan tempat wisata ini. Tidak hanya itu, *merchandise* juga dapat menjadi buah tangan untuk para wisatawan yang nantinya bisa berguna buat aktivitas tiap hari semacam *mug*, pakaian, tas serta lain sebagainya. *Merchandise* ini dapat jadi salah satu perihal yang bisa membedakan tempat wisata ini dengan tempat wisata lain khususnya yang terdapat di wilayah Ujung Genteng. Selain *merchandise*, ada beberapa media lain yang dibuat oleh penulis sebagai media pendukung untuk kampanye ini yaitu *x-banner*,

brosur, stiker, poster dan *Instagram* sebagai media untuk mempublikasikan media kampanye yang diciptakan. Media ini merupakan sebuah inovasi pada wisata ini yang diharapkan nantinya dapat membantu meningkatkan kembali kesadaran dan minat masyarakat luas untuk kembali berkunjung ke wisata penangkaran penyu. Perancangan ilustrasi objek wisata penangkaran penyu menjadi daya tarik peneliti untuk mengkampanyekan sumber daya alam khususnya objek wisata penangkaran penyu ini. Untuk itu peneliti akan mengambil judul “Perancangan Ilustrasi Pada *Merchandise* Sebagai Media Kampanye Wisata Penangkaran Penyu Ujung Genteng, Kecamatan Ciracap, Kabupaten Sukabumi”.

1.2 Rumusan Masalah

Berikut ini adalah rumusan masalah berdasarkan dari latar belakang di atas:

1. Bagaimana konsep perancangan ilustrasi wisata penangkaran penyu Ujung Genteng, Kecamatan Ciracap, Kabupaten Sukabumi.
2. Bagaimana proses perancangan ilustrasi wisata penangkaran penyu Ujung Genteng, Kecamatan Ciracap, Kabupaten Sukabumi.
3. Bagaimana analisis dari perancangan ilustrasi wisata penangkaran penyu Ujung Genteng, Kecamatan Ciracap, Kabupaten Sukabumi.

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan pada fokus perancangan, ruang lingkup perancangan dalam kampanye ini ialah:

1. Mengkampanyekan tempat wisata penangkaran penyu dengan tujuan untuk meningkatkan kesadaran dan minat wisatawan terhadap tempat wisata ini.
2. Media kampanye dibuat dengan media yang menarik dan informatif sesuai dengan kebutuhan dari tempat wisata yaitu berupa ilustrasi yang akan diaplikasikan pada *merchandise* diantaranya kaos/*t-shirt*, mug, *tote bag*, *tumbler* dan gantungan kunci, membuat *x-banner* stiker dan brosur sebagai media pendukung, juga membuat *instagram* sebagai media pendukung untuk mempublikasikan ilustrasi dan *merchandise*.

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini ialah:

a. Tujuan Teoritis

1. Untuk mengetahui bagaimana konsep perancangan ilustrasi wisata penangkaran penyu Ujung Genteng, Kecamatan Ciracap, Kabupaten Sukabumi.
2. Untuk mengetahui bagaimana proses perancangan ilustrasi wisata penangkaran penyu Ujung Genteng, Kecamatan Ciracap, Kabupaten Sukabumi.
3. Untuk mengetahui bagaimana analisis dari perancangan ilustrasi wisata penangkaran penyu Ujung Genteng, Kecamatan Ciracap, Kabupaten Sukabumi.

b. Tujuan Praktis

1. Sebagai bahan pengetahuan untuk mahasiswa desain komunikasi visual mengenai penciptaan ilustrasi.
2. Sebagai bahan acuan mahasiswa desain komunikasi visual untuk penelitian selanjutnya.

1.5 Manfaat

Dari penelitian yang telah dilakukan oleh penulis maka diperlukan bisa menaruh manfaat yaitu:

1. Bagi Mahasiswa

Untuk memberikan pengetahuan mengenai bagaimana proses perancangan ilustrasi wisata penangkaran penyu Ujung Genteng, Kecamatan Ciracap, Kabupaten Sukabumi.

2. Bagi Institusi

Sebagai referensi yang dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya juga sebagai masukan untuk menambah wawasan dan pengetahuan di bidang ilustrasi.

3. Bagi Lembaga

Mendapatkan sebuah inovasi bagi tempat wisata ini yaitu berupa *merchandise* yang dapat digunakan sebagai media kampanye wisata

penangkaran penyu Ujung Genteng, Kecamatan Ciracap, Kabupaten Sukabumi.

1.6 Sistematika Perancangan

Sistematika penulisan tugas akhir “Perancangan Ilustrasi pada *merchandise* Sebagai Media Kampanye wisata Penangkaran Penyu Ujung Genteng, Kecamatan Ciracap, Kabupaten Sukabumi” dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Bagian Awal

Bagian ini terdapat halaman sampul, halaman judul, pernyataan penulis, persetujuan skripsi, pengesahan skripsi, *abstract*, Abstrak, kata pengantar, daftar isi, daftar tabel, daftar gambar, daftar bagan, daftar lampiran dan daftar istilah.

b. Bagian Isi

Pada tahap ini terdiri atas lima bab, diantaranya ialah bab pendahuluan, tinjauan pustaka, metodologi penelitian, hasil dan pembahasan penelitian, penutup dan daftar Pustaka.

Bab 1 Pendahuluan yang berisi: Latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat dari penulisan, sistematika perancangan dan jadwal penelitian

Bab 2 Landasan teori yang berisi tinjauan pustaka sebagai acuan penelitian penulis. Sejarah wisata penangkaran penyu, pengertian dari desain komunikasi visual (DKV), cabang ilmu desain komunikasi visual (DKV), upaya pemecahan masalah komunikasi visual, jenis-jenis media, pengertian dari ilustrasi, fungsi dari ilustrasi, tujuan ilustrasi, jenis ilustrasi, pengertian *merchandise*, fungsi-fungsi *merchandise*, macam-macam *merchandise*, pengertian kampanye, jenis-jenis kampanye dan kerangka pemikiran

Bab 3 Pada bagian bab ini merupakan metode perancangan yang berisi alur penciptaan, tahap penelitian, tahapan pengumpulan data, konsep perancangan karya, *segmenting, targeting dan positioning*,

brainstorming, strategi media, alat dan perangkat yang digunakan, proses penciptaan karya dan biaya produksi.

Bab 4 Profil dan struktur kepengurusan dari lembaga terkait, hasil dan pembahasan dari penelitian yang berisi ilustrasi, analisis ilustrasi, implementasi dan umpan balik hasil karya (*feedback*).

Bab 5 Bagian penutup berisi kesimpulan dan saran

c. Bagian akhir

Bagian akhir ini berisi daftar Pustaka dan lampiran-lampiran.

1.7 Jadwal Penelitian

Berikut merupakan tabel kegiatan penelitian yang telah dilakukan oleh penulis:

No	Nama Kegiatan	September				Oktober				November				Desember			
		Minggu ke				Minggu ke				Minggu ke				Minggu ke			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Pengajuan Dosen Pembimbing																
2	Pengajuan Judul Skripsi																
3	Observasi dan pengumpulan data																
4	Penyusunan Skripsi/TA Bab 1-5																
No	Nama Kegiatan	Januari				Februari				Maret				April			
		Minggu ke				Minggu ke				Minggu ke				Minggu ke			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
5	Perancangan Media																

Tabel 1. 1 Jadwal Penelitian

(Sumber: Dokumen Penulis)

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

1. Nathalia K, S. Anggraeni L. 2018. *Desain Komunikasi Visual, Dasar-Dasar Panduan Untuk Pemula*. Bandung: Nuansa.
2. Supriyono, R. 2019. *Desain Komunikasi Visual, Teori dan aplikasi*. Yogyakarta: CV ANDI OFFSET.
3. Salam, S. 2017. *Seni Ilustrasi, Esensi Sang Ilustrator Lintasan Penilaian*, Yogyakarta: Badan Penerbit UNM (Universitas Negeri Makassar)
4. Kusrianto, Adi. 2007. *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta.:
5. Djembatan.
6. Supriyanto, Rakhmat. 2010. *Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Andi.
7. Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
8. Venus, Antar. 2004. *Manajemen Kampanye*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
9. Arifin, Kusrianto, *Sukses menulis buku ajar dan referensi*. Jakarta: Grasindo
10. Sugiono. 2018. *Metode penelitian kualitatif*. Bandung: CV Alfabeta.
11. Tinarbuko. 2009. *Semiotika Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Jalasutra

Internet:

1. Bella, Aulia. (2021). *Merchandise adalah*. Diakses 3 Maret 2021, dari <https://pakdosen.co.id/merchandise-adalah/>.

Jurnal:

1. Cenadi, Christine Suharto. 1999. *Elemen-elemen dalam Desain Komunikasi Visual*.
2. Nirmana Vol. 1, No. 1, Januari.

3. Nuriarta, I. W., Wirawan. I. G. N., 2018. *Elemen Desain Komunikasi Visual Dalam Merchandise Iklan Politik Pasangan Dharmanegara Pada Pilkada*
4. *Kota Denpasar 2014*. Denpasar: Universitas Seni Rupa Denpasar.
5. Maulana, E. Amalia. *The End of the Line: Mengakhiri ATL vs BTL*. 2008.
6. Affifuddin, M. Marsudi. 2021. *Penerapan ilustrasi damar kurung pada media merchandise sebagai pengenalan budaya kabupaten gresik*. Kabupaten Gresik: Universitas Negri Surabaya.



Lampiran 5

BIODATA



Nama : Risman Ramdani
NIM : 17186048
Tempat Tanggal Lahir : Sukabumi, 28 Oktober 1997
Alamat : Kp. Sukamulya, Kec. Jampang Kulon,
Kab. Sukabumi
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Teknik dan Desain
Perguruan Tinggi : Universitas Nusa Putra
E-mail : adenrisman10@gmail.com