

PERANCANGAN *BRANDING* BOWELE SEBAGAI DESTINASI EKOWISATA KABUPATEN MALANG

Hogi Er Pranata¹⁾Muh. Bahrudin²⁾Sutikno³⁾

S1 Desain Komunikasi Visual

Institut Bisnis dan Informatika STIKOM Surabaya Jl. Raya Kedung Baruk 98 Surabaya, 60298

Email : 1) hogierpranata@gmail.com, 2)muh.bahrudin@yahoo.com, 3)sutikno@stikom.edu

Abstract: *The purpose of designing this Bowele branding is to make Bowele as an eco-tourism destination in the Malang districts. The study was conducted using qualitative research method is by conducting interviews, observation, documentation and literature to obtain the data used to support the manufacture of the design concept of branding. Data were analyzed with multiple stages of data reduction, data presentation and conclusion. From the analysis of the data found some keywords that refer to the branding communications strategy that will be used to reach the intended target audience. After analysis of the data, found a branding design concept or keyword of "Exotic" who has a sense of unity that is something that has an appeal that is unique and special. In this case a peculiar fascination or privileged have a close relationship with the natural beauty that belongs ecotourism bowele Malang districts. So in this design will be visualized creatively with objects typical of ecotourism bowele which is expected to distinguish ecotourism ecotourism bowele with others. The result from the design branding is to make bowele as a major ecotourism destination in Malang districts.*

Keywords: *Branding, Bowele, Ecotourism*

Pada era modern ini, tidak sedikit orang yang memiliki perasaan jenuh dengan kegiatan kesehariannya, sehingga pariwisata menjadikan suatu kebutuhan yang penting bagi kehidupan manusia. Menurut Undang-Undang RI nomor 10 tahun 2009 tentang kepariwisataan dijelaskan bahwa wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam waktu sementara.

Kabupaten Malang yang terletak di provinsi Jawa Timur memiliki keindahan di sektor wisatanya, baik dari wisata buatan maupun wisata alamnya sehingga Kabupaten Malang layak menjadi destinasi favorit wisatawan yang datang ke kota Malang. Deretan

pantai cantik banyak membuat decak kagum wisatawan. Tanjung dan teluk yang ada merupakan tempat yang indah dan sangat layak untuk menjadi destinasi pariwisata yang dapat dikunjungi, dari sekian banyak destinasi pariwisata yang ada, salah satunya merupakan Ekowisata Bowele.

Ekowisata Bowele berada tepatnya di desa Purwodadi, Tirtoyudo, Kab. Malang, menurut hasil wawancara dengan Bapak Agung Triono selaku aktivis pemuda Lenggoksono, Ekowisata Bowele ini memiliki luas 1041 hektare dan baru dirintis pada tahun 2010, sehingga masih banyak orang yang belum mengetahui tentang adanya tempat wisata ini dan juga belum banyak di kunjungi oleh para wisatawan, maka penelitian ini bertujuan untuk melakukan perancangan *destination branding* Ekowisata Bowele agar dapat meningkatkan *brand awareness*.

Berdasarkan data yang didapatkan, Ekowisata Bowele memiliki keindahan wisata yang didukung dari berbagai kombinasi wisata alam di sekitarnya. Nama “Bowele” sendiri berasal dari singkatan beberapa nama pantai yang berada di sekitar desa Purwodadi yaitu pantai Bolu-Bolu, Wedi Awu, dan Lenggoksono yang akan divisualisasikan sebagai berikut:



Gambar 1 Pantai Bolu-Bolu
(Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2015)

Pada gambar 1 merupakan hasil dokumentasi peneliti dari pantai Bolu-bolu. Pantai ini memiliki ciri-ciri bebatuan yang menyerupai oase dari pecahan-pecahan batu tebing yang runtuh. Tempat ini biasa untuk dijadikan tempat *camping* para pengunjung dan dapat dijadikan tempat untuk memancing ikan.



Gambar 2 Pantai Wedi Awu
(Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2015)

Pada gambar 2 merupakan hasil dokumentasi peneliti dari pantai Wediawu. Pantai ini terletak dekat dengan jalan utama menuju Ekowisata Bowele. Pantai Wediawu merupakan pantai yang terbentang luas dengan hamparan pasir halus.



Gambar 3 Pantai Lenggoksono
(Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2015)

Pada gambar 3 merupakan hasil dokumentasi peneliti dari pantai Lenggoksono. Pantai ini terbentang luas dan berhiaskan batu-batu alam sebagai ciri pantai ini. Pantai Lenggoksono merupakan destinasi pertama karena untuk mengunjungi pantai lainnya harus menyeberang dengan perahu nelayan di pantai ini.

Agar dapat meningkatkan peran kepariwisataan, sangat terkait antara barang berupa obyek wisata sendiri yang dapat dijual dengan sarana dan prasarana yang mendukung. Usaha mengembangkan suatu daerah tujuan wisata harus memperhatikan berbagai faktor yang berpengaruh terhadap keberadaan suatu daerah tujuan wisata.

Adapun permasalahan yang dihadapi oleh Ekowisata Bowele, masih banyak orang yang belum mengetahui tentang adanya tempat wisata ini. Maka penulis mempunyai terobosan untuk melakukan suatu penelitian berupa Perancangan *Branding* Bowele yang bertujuan untuk menentukan media komunikasi visual yang efektif dan komunikatif tentang Bowele sebagai upaya memiliki *brand* sebagai *destination* Ekowisata di Kabupaten Malang. Sehingga melalui penelitian ini mampu membuat khalayak umum domestik maupun mancanegara dapat mengenali lebih jauh tentang Ekowisata Bowele.

Destination Branding ini akan didukung dengan media-media pendukung komunikasi visual seperti iklan media cetak, *website* dan lain-lain yang sesuai dengan sasaran dari perancangan ini. Maka penulis dengan ini juga berharap supaya *destination branding* ini dapat membantu tercapainya tujuan Dinas Kepariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Malang untuk membangun citra dari Ekowisata Bowele.

Melalui *destination branding* ini citra yang dibangun oleh Ekowisata Bowele diharapkan memiliki fungsi awareness di mata khalayak umum, sehingga dapat memberikan devisa pemerintahan dari sektor kepariwisataan serta dapat menyediakan lapangan usaha bagi warga setempat berupa penyedia jasa layanan dan akomodasi hingga Usaha Kecil Menengah (UKM).

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian tugas akhir ini peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif. Analisis data pada penelitian ini bersifat induktif/kualitatif berdasarkan fakta-fakta yang ditemukan di lapangan dan kemudian dikonstruksikan menjadi hipotesis atau teori. Hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi (Sugiyono, 2009:15).

Dengan pendekatan kualitatif, diharapkan data yang didapatkan dapat sesuai, terperinci, dan menunjang dalam perancangan *branding* Bowele sebagai destinasi Ekowisata Kabupaten Malang.

Teknik Analisis Data

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan mengidentifikasi dan membuat alur perancangan yang akan dilaksanakan, agar dalam proses pencarian data tidak terjadi penyimpangan dalam mengemukakan tujuan yang ingin dicapai. Pada tahap ini, rancangan perencanaan yang dilakukan dalam pembuatan proyek. Teknik pengumpulan data dalam hal ini dilakukan dengan cara observasi, wawancara, dokumentasi dan studi pustaka.

Observasi

Observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dua diantara yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan (Sugiyono, 2013 : 145). Observasi (penelitian) adalah mencermati langsung secara visual terhadap kondisi obyek yang akan diteliti.

Metode observasi dilakukan dengan mencari referensi yang ada di majalah desain dan internet, pendekatan observasi bertujuan untuk dijadikan sebagai gambaran dalam perancangan *branding* Bowele sebagai destinasi Ekowisata Kabupaten Malang.

Wawancara

Metode Wawancara adalah caramengumpulkan data dengan melalui hubungan kontak langsung secara pribadi antara pengumpul data dengan sumber data yang disebut responden dengan mengadakan tanya jawab secara langsung (Nawawi, 1998 : 110). Wawancara dilakukan melalui percakapan email dengan staff kantor Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Malang dan mewancarai *face to face* pada perintis dan aktivis pemuda Ekowisata Bowele.

Dokumentasi

Metode Dokumentasi yaitu cara mengumpulkan data-data yang dilakukan dengan kategorisasi dan klasifikasi bahan-bahan tertulis yang berhubungan dengan masalah perancangan media promosi, yang nantinya akan dicatat (Nawawi, 1998 : 133). Pendekatan dokumentasi dilakukan sebagai upaya untuk mendapatkan bukti berkas-berkas baik berupa foto atau gambar tentang suasana di lokasi wisata alam dan juga merupakan bagian dari media promosi untuk *Destination Branding* Ekowisata Bowele.

Studi Pustaka

Studi pustaka yaitu pengumpulan data dari perpustakaan yang dilakukan dengan membaca dan mempelajari buku literatur, majalah, artikel internet, dan informasi lainnya sebagai bahan tinjauan literatur yang berkaitan dengan yang telah dijelaskan pada landasan teori diatas.

Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang telah diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data kedalam kategori, menjabarkan kedalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun kedalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain (Sugiyono, 2009 : 89).

Setelah data yang dibutuhkan telah terkumpul, dari metode wawancara, observasi maupun telaah dokumen, maka data akan dianalisa berdasarkan metode kualitatif. Selanjutnya, berdasarkan dari hasil analisis data tersebut, kemudian dibuat beberapa rancangan perancangan *destination branding* Ekowisata Bowele sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan.

KONSEP DAN PERANCANGAN

Analisis Kompetitor

Studi Kompetitor menjelaskan mengenai kemiripan produk yang diangkat, selain itu juga keberhasilannya dalam mengembangkan bisnis. Salah satu tempat wisata yang menawarkan peninggalan budaya serupa dengan Ekowisata Bowele adalah Ekowisata Lovina yang terletak di Bali.



Gambar 4 Logo Ekowisata Lovina Bali
(Sumber: <http://www.thelovinabali.com/>)

Pada gambar 4 menunjukkan identitas Taman Wisata Ekowisata Lovina sebagai objek wisata alam yang telah diaplikasikan pada sebuah logo. Logo ini diletakkan pada sebuah *sign* yang ada di dalam lokasi wisata taman Ekowisata Lovina.



Gambar 5 Banner Ekowisata Lovina Bali
(Sumber: <http://www.thelovinabali.com/>)

Gambar 5 merupakan banner yang dibuat oleh pihak Ekowisata Lovina Bali, dengan menonjolkan ilustrasi foto keindahan Ekowisata Lovina dari sudut pandang ikan lumba-lumba yang merupakan objek keunggulan dari ekowisata Lovina.

Analisis Kompetitor (Ekowisata Lovina)

Strenght	Weakness
-Memiliki pesona alam yang indah dan memiliki biota laut seperti lumba-lumba	-Harga yang ditawarkan relatif tinggi
-Memiliki fasilitas-fasilitas yang memadai seperti perahu, snorkeling, diving dan lain lain	-Kurang adanya media untuk berpromosi agar dapat menarik minat wisatawan
-Sudah adanya paket tour wisata yang memiliki target wisatawan mancanegara	

Tabel 1 Tabel Analisa Kompetitor
(Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2015)

Ekowisata Lovina terletak sekitar 9 Km sebelah barat kota Singaraja, ini merupakan salah satu obyek wisata yang ada di Bali Utara. Kawasan Lovina memiliki pantai yang membentang dari Desa Tukad Ninggu, Anturan, Banyu Alit, Kali Bukbuk, Kali Asem, Temukus dan beberapa desa diujung barat lainnya. Banyak wisatawan yang berkunjung ke sana, selain untuk melihat pantainya yang masih alami, juga untuk melihat ikan lumba-lumba yang banyak terdapat di pantai ini. Dengan menyewa perahu nelayan setempat, kita dapat mendekati lumba-lumba. Atraksi wisata yang ditawarkan di sepanjang pantai dan memasuki perairan Lovina diantaranya berburu lumba-lumba, snorkeling dan fishing (ekowisata). Di beberapa kawasan pinggiran perairan Lovina terdapat budidaya rumput laut dan trumbu karang yang dipenuhi dengan ikan hias berbagai spesies dan warna yang dipelihara secara khusus oleh masyarakat setempat.

Analisis Keyword/Konsep



Gambar 6 Keyword
(Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2015)

Perancangan ini menggunakan suatu konsep yakni “*Exotic*”. Dalam Kamus Oxford “*Exotic*” memiliki arti yaitu eksotis, sedangkan eksotis dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia artinya yaitu sesuatu kesatuan yang memiliki daya tarik khas dan istimewa. Dalam hal ini daya tarik yang khas atau istimewa mempunyai hubungan erat dengan keindahan alam yang dipunyai Ekowisata Bowele Kabupaten Malang. Sehingga dalam hal ini dirasa sangat sesuai dengan konsep yang akan diusung dalam “*Perancangan Branding Bowele Sebagai Destinasi Ekowisata Kabupaten Malang.*”

Perancangan destination branding ini akan diilustrasikan dengan objek-objek dirasa memiliki ciri khas dari Ekowisata Bowele Kabupaten Malang. Konsep *Exotic* memiliki maksud mengajak para wisatawan lokal maupun mancanegara untuk berpikir bahwa Ekowisata Bowele merupakan suatu pilihan destinasi wisata yang baru dan memiliki potensi alam yang indah. Pesan-pesan yang akan disampaikan memiliki pesan verbal yang mengandung unsur promosi dan spesifik.

Perencanaan Kreatif

1. Tujuan kreatif

Perancangan *destination branding* penting untuk Ekowisata Bowele, tujuannya agar Ekowisata Bowele memiliki sebuah identitas diri, selain itu *destination branding* juga mampu untuk meningkatkan *image* dan *awareness* masyarakat. Perencanaan *destination branding* yang dibutuhkan oleh Ekowisata Bowele adalah logo, iklan video, desain iklan *billboard*, brosur, *stationary-set*, *merchandise*, dan desain *website*.

2. Strategi Kreatif

Dalam hal ini untuk mengangkat sisi keunikan yang dimiliki oleh Ekowisata Bowele digunakan pendekatan persuasif kepada masyarakat, pendekatan persuasif tersebut dapat melalui komunikasi verbal dan visual sebagai upaya untuk mengajak masyarakat untuk berkunjung dan berwisata ke Ekowisata Bowele.

Untuk penggunaan komunikasi verbal berupa *tagline*, *headline*, dan teks *bodycopy* bahasa akan dikemas secara komunikatif dengan pendekatan persuasif dan tetap mempertahankan unsur keindahan yang dimiliki oleh Ekowisata Bowele. Dengan menggunakan komunikasi verbal yang komunikatif sesuai dengan target yang disasar dan bersifat persuasif, maka diharapkan dapat membedakan Ekowisata Bowele dengan ekowisata lainnya.

Pada perancangan branding Ekowisata Bowele, *headline* yang digunakan adalah “Bowele”, penentuan

ini didasarkan oleh pesan utama yang ingin disampaikan kepada khalayak bahwa Ekowisata Bowele adalah ekowisata alam yang memiliki keindahan alam yang indah di wilayah Kabupaten Malang. Sehingga dampak yang diinginkan yaitu agar khalayak dapat berwisata menikmati keindahan Ekowisata Bowele.

Tagline yang digunakan untuk perancangan *destination branding* Ekowisata Bowele adalah “*The Exotic Getaways*”. *Tagline* ini dimunculkan dengan pertimbangan kesesuaian dengan konsep dan merepresentasikan karakter dan kelebihan dari keindahan yang dimiliki oleh Ekowisata Bowele. Pemilihan menggunakan bahasa asing (bahasa Inggris) yang berarti “sebuah liburan yang eksotis” menyesuaikan dengan target yang disasar yaitu dewasa dini dengan kelas sosial menengah atas. Selain itu dengan pertimbangan untuk mempermudah mengajak wisatawan asing datang ke Ekowisata Bowele.

Dalam perancangan *branding* kali ini ilustrasi yang digunakan adalah ilustrasi fotografi. Dengan konsep yang telah ditentukan yaitu “*Exotic*” ilustrasi foto yang akan ditampilkan yaitu mengenai keindahan alam yang ada di Ekowisata Bowele. Foto yang ditampilkan tentunya sesuai berdasarkan keadaan aslinya, selain itu ilustrasi juga ditampilkan secara informatif.

Untuk menyesuaikan dengan konsep yang telah ditentukan pemilihan jenis tipografi untuk perancangan branding Ekowisata Bowele didasari oleh adanya pertimbangan dari fungsi, dan karakter huruf yang mampu merepresentasikan konsep yang diusung yaitu “*Exotic*”. Pemilihan jenis *typeface serif* karena huruf *serif* memiliki ketebalan dan ketipisan yang kontras pada setiap garis hurufnya. Menurut Rustan, *serif* memberi kesan kesatuan dalam sebuah kata, selain itu serif lebih memiliki *legibility* tinggi daripada *san serif* (Rustan, 2011: 79).

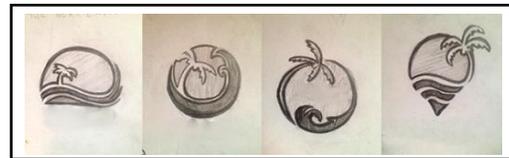
Oleh karena itu untuk pemilihan jenis *typeface* untuk *tagline*, dan *caption* berjenis huruf *serif* yaitu font “*Gabriola*” yang ditunjukkan pada gambar 4.11. Jenis huruf *serif* diimplementasikan didalam setiap *tagline* untuk memperkuat konsep “*Exotic*” yang mana konsep ini mengarah kepada sebuah kesatuan yang memiliki daya tarik khas dan istimewa.

Sedangkan untuk *display type* dan *text type* menggunakan jenis huruf *San Serif* (tidak berkait) dengan karakter *font* yang dipilih adalah “*Segoe UI Light*”. *Font* tersebut merupakan *font* yang tidak memiliki sirip pada ujung hurufnya dan memiliki ketebalan huruf yang sama atau hampir sama. Jenis *font* ini dianggap paling cocok dengan *logotype* dan layout desain yang telah ditetapkan karena *font* ini memiliki karakter tegas dan mudah dibaca. Di dalam teks *bodycopy* bahasa yang digunakan adalah bahasa

Indonesia dengan penyampaian isi teks yang informatif dan komunikatif sehingga mudah untuk dipahami oleh *audience*.

Pemilihan warna yang mengacu pada konsep “*Exotic*” dengan harapan dapat menunjukkan identitas Ekowisata Bowele merupakan ekowisata yang baru dan memiliki keistimewaan yang khas. Sehingga didapatkan warna yang sesuai dengan konsep perancangan *destination branding* Ekowisata Bowele terdapat 2 warna yaitu biru dengan kalibrasi warna (C: 85 M: 50 Y: 0 K: 0), (R: 28 G: 117 B: 188) dan putih dengan kalibrasi warna (C: 0 M: 0 Y: 0 K: 0), (R: 241 G: 241 B: 242).

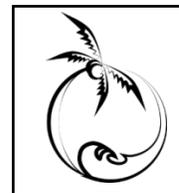
Pada perancangan *Destination Branding* Ekowisata Bowele dirancang sebuah logo yang terdiri dari *logogram* dan *logotype*, perancangan logo ini disesuaikan dengan konsep “*Exotic*” dan karakteristik yang dimiliki oleh Ekowisata Bowele. Sehingga nantinya tercipta logo yang mampu membantu khalayak untuk mempersepekan Ekowisata Bowele sebagai objek wisata yang baru dan memiliki keindahan alam yang khas.



Gambar 7 Alternatif Sketsa Logo
(Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2015)

Setelah dibuat empat alternatif logogram seperti pada gambar 7 kemudian dilakukan wawancara kepada pihak Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Malang selaku pengelola, beberapa pengunjung tempat wisata, dan beberapa mahasiswa desain tingkat akhir. Wawancara yang dilakukan ini merupakan proses untuk menentukan logo mana yang termasuk dalam kriteria yang baik seperti yang telah dijelaskan pada paragraf sebelumnya.

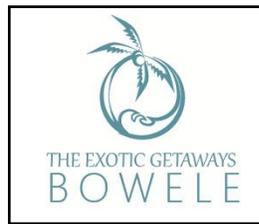
Alternatif logogram pada nomor tiga terpilih dengan alasan memenuhi kriteria logo yang baik selain itu juga mampu mewakili entitas, identitas produk dan konsep yang telah ditentukan.



Gambar 8 Logo Terpilih
(Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2015)

IMPLEMENTASI DESAIN

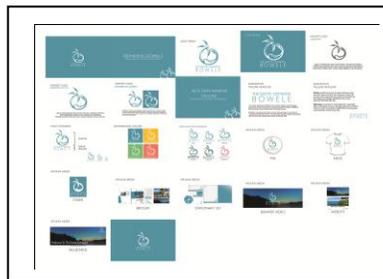
1. Logo



Gambar 9 Desain Logo Ekowisata Bowele

(Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2015)

Logo Ekowisata Bowele menggunakan dominasi warna biru. Warna biru merupakan warna yang mengacu pada konsep “*Exotic*” yang biasa diasosiasikan pada air, laut, berkesan dan kecerdasan. Biru juga memiliki makna yaitu laut, manusia, kesatuan, harmoni dan air.



Gambar 10 GSM Bowele (Graphic Standard Manual)

(Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2015)

Gambar 5.2 merupakan gambaran tentang GSM Bowele (*Graphic Standard Manual*) yang digunakan pada branding Bowele. Terciptanya logo Ekowisata Bowele ini, diharapkan dapat mempromosikan Ekowisata Bowele dan dapat membantu khalayak untuk mempersepsikan Ekowisata Bowele sebagai objek wisata yang baru dan memiliki keindahan alam yang khas.

Desain Billboard

Media billboard dipilih karena media billboard ini memiliki daya jangkauan yang besar dan memiliki *exposure* yang berulang dengan penempatan yang biasaberada di tempat-tempat umum dan di pusat keramaian mampu memberi terpaan kepada target audience secara terus menerus, selain itu media ini mudah menarik perhatian dengan ukurannya yang besar. *Billboard* memiliki sifat *lifetime* yang relatif lama dan memerlukan pembiayaan yang relatif murah karena berlaku selama 1 tahun untuk sekali kontrak

atau pembayaran. Desain *billboard* yang terpilih ialah sebagai berikut:



Gambar 11 Desain Billboard Ekowisata Bowele

(Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2015)

Pada desain media *billboard* ini menggunakan ilustrasi dari suasana di kala matahari terbit di Pantai Lenggoksono. Billboard yang digunakan ini memiliki ukuran 3x8 meter. Komposisi mendominasi seperti ini bertujuan agar dapat menunjukkan keaslian dari Ekowisata Bowele yang masih alami. Penggunaan headline dan sedikit teks diharapkan dapat memudahkan khalayak untuk menerima informasi dengan mengunjungi Ekowisata Bowele Kabupaten Malang melalui alamat website yang tercantum di bagian bawah billboard.



Gambar 12 Lokasi Billboard Ekowisata Bowele

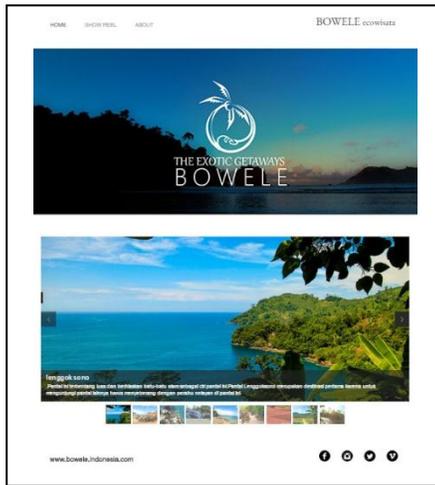
(Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2015)

Media *billboard* ini nantinya akan di tempatkan jalan Basuki Rahmat, Surabaya. Karena jalan ini memiliki letak yang strategis dan merupakan salah satu pusat keramaian di Surabaya, jalan Basuki rahmat juga memiliki ukuran yang relatif lebar, sehingga lokasi ini dirasa cocok untuk peletakan media *billboard* ini.

Desain Website

Media *website* merupakan media yang sangat mendukung dari perancangan branding Ekowisata Bowele ini. Desain website ini diimplementasikan tetap dengan konsep “*exotic*” yang telah terpilih. Pada desain website ini menggunakan tiga menu utama yang terdiri dari *home*, *documentation* dan *about*. Yang masing-masing menu menggunakan background putih dan ilustrasi dari Ekowisata Bowele dengan menggunakan teknik fotografi. Hal ini dilakukan agar dapat menampilkan dengan visualisasi yang bersih

sehingga dapat lebih mudah ditangkap dan dipahami oleh khalayak umum.



Gambar 13 Implementasi Desain Website Ekowisata Bowele (home)
(Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2015)

Desain *website* tersebut merupakan desain *website* Ekowisata Bowele pada bagian *menu home*. Pada menu ini terdapat *cover website* dengan visualisasi dari salahsatu hasil ilustrasi teknik fotografi dan menggunakan logo dari Ekowisata Bowele. Pada menu ini juga menampilkan beberapa thumbnail foto yang dapat diganti berikut dengan penjelasannya. Hal ini dilakukan agar dapat memudahkan khalayak umum untuk mengetahui informasi yang diberikan pada website ini.



Gambar 14 Implementasi Desain Website Ekowisata Bowele (Documentation)
(Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2015)

Pada menu *Documentation* ini menampilkan hasil dokumentasi yang dilakukan dengan teknik videografi. Teknik videografi dilakukan dengan maksud agar dapat memudahkan khalayak untuk menerima informasi. Pada menu *documentation* ini

juga menampilkan narasi yang menjelaskan tentang keberadaan Ekowisata Bowele dan menjelaskan apa saja keindahan yang dimiliki Ekowisata ini.

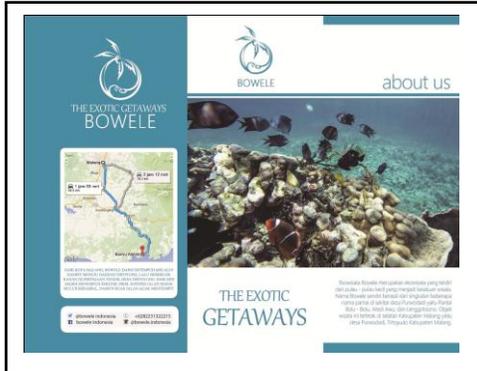


Gambar 15 Implementasi Desain Website Ekowisata Bowele (About)
(Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2015)

Pada gambar 15 merupakan gambar dari desain website Ekowisata Bowele pada *menu about*. Menu ini memiliki penjelasan secara detail tentang sejarah dari Ekowisata Bowele. *Menu about* juga menampilkan kontak berupa alamat email dan nomer telepon yang dapat dihubungi dari pihak pengelola Ekowisata Bowele. Pada *menu* ini juga terdapat kolom untuk memberi kritik dan saran dengan cara mencantumkan nama dan email para pengunjung website ini.

Desain Brosur

Sesuai dengan konsep dan sketsa yang telah ditentukan, desain untuk brosur diimplementasikan pada ukuran 30cm x 21cm dengan model 2 fold (lipat). Brosur ini dicetak *full colors* dengan bahan kertas yang digunakan *artpaper* 150gr. Konten dari brosur ini pada bagian depan adalah menampilkan visualisasi dari Ekowisata Bowele dengan memberikan logo ekowisata berikut juga tagline Ekowisata Bowele. Sedangkan bagian sisi belakang brosur ini adalah narasi yang menceritakan tentang keberadaan Ekowisata Bowele beserta fotonya



Gambar 16 Implementasi Desain Brosur Ekowisata Bowele (depan)
(Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2015)

Pada gambar di atas merupakan implementasi desain brosur ekowisata Bowele tampak depan. Pada bagian ini menjelaskan secara singkat sejarah Ekowisata Bowele dan memberikan kontak agar dapat memudahkan khalayak umum untuk mencari info lebih detailnya.

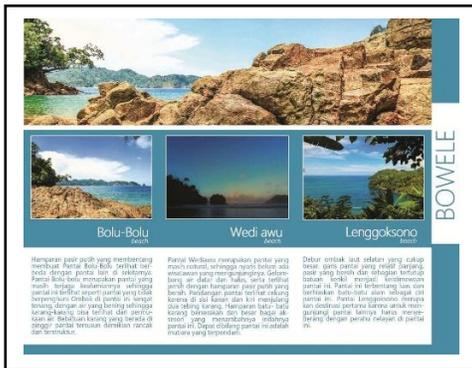


Gambar 18 Implementasi Stationary Set
(Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2015)

Pada gambar di atas merupakan implementasi dari stationary set ekowisata Bowele. Pembuatan stationary set ini tetap mengacu pada konsep exotic dengan menggunakan warna dasar biru. Pada stationary set tersebut menggunakan logo Ekowisata Bowele untuk memudahkan instansi berpromosi.

Merchandise

Merchandise yang biasa juga disebut dengan souvenir merupakan salah satu media yang sangat efektif. Peran merchandise sangat penting, merchandise dapat menjadi cinderamata yang dapat dijadikan kenang-kenangan wisatawan setelah berkunjung di Ekowisata Bowele. Dalam lingkungan bisnis hal ini merupakan satu-satunya untuk meraih keuntungan dan mengembangkan perusahaan. Dengan cara mendistribusikan produk merupakan cara yang paling efektif dan signifikan karena ini adalah cara berpromosi yang paling hemat biaya. Barang-barang yang sudah didistribusikan akan mengundang klien karena dalam produk dapat memuat logo, informasi dan kontak sehingga orang lain dapat mudah mengetahui.



Gambar 17 Implementasi Desain Brosur Ekowisata Bowele (Dalam)
(Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2015)

Pada gambar di atas merupakan implementasi bagian dalam dari desain brosur ekowisata Bowele. Pada bagian ini memiliki sebuah narasi yang menjelaskan tentang keberadaan Ekowisata Bowele.

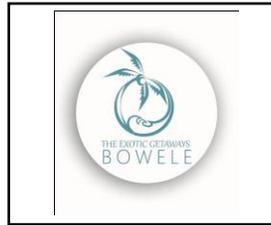
Stationary-set

Stationary set merupakan salahsatu media yang digunakan untuk penerapan desain dan konsep branding. Pada perancangan branding ini menggunakan CD label, kartu nama, kop surat dan amplop. Berikut adalah visualisasi dari stationary set Ekowisata Bowele.



Gambar 19 Implementasi Merch Ekowisata Bowele (kaos)
(Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2015)

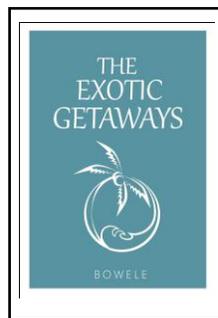
Pada gambar di atas adalah hasil desain merchandise kaos dari Ekowisata Bowele. Desain kaos tersebut sesuai dengan konsep “*exotic*” maka menampilkan logo dan tagline Ekowisata Bowele sehingga dapat dengan mudah mempromosikan ekowisata Bowele.



Gambar 20 Implementasi Merch Ekowisata Bowele (pin)

(Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2015)

Pada gambar di atas adalah hasil desain merchandise pin dari Ekowisata Bowele. Pin tersebut akan dibagikan sebagai souvenir supaya dapat menarik minat konsumen. Pada pin tersebut menampilkan logo dan tagline Ekowisata Bowele sehingga dapat dengan mudah mempromosikan ekowisata Bowele.



Gambar 21 Implementasi Merch Ekowisata Bowele (stiker)

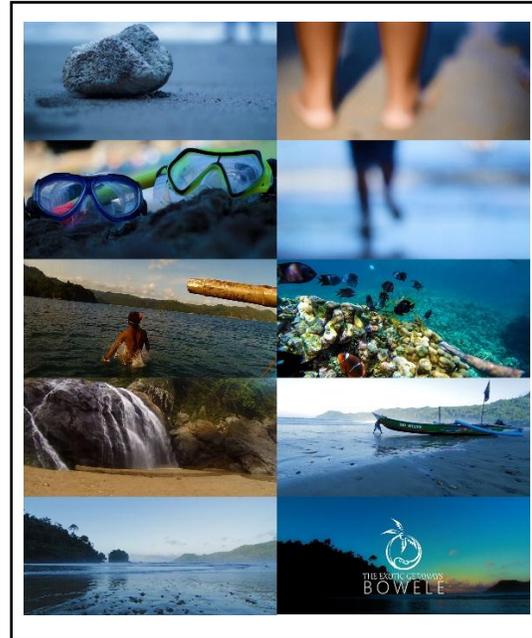
(Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2015)

Pada gambar di atas adalah hasil desain merchandise stiker dari Ekowisata Bowele. Pada stiker tersebut memiliki background berwarna biru agar dapat *eyecatching* sehingga dapat memudahkan menarik perhatian. Stiker ini menampilkan logo dan tagline Ekowisata Bowele sehingga dapat dengan mudah mempromosikan ekowisata Bowele.

Video Viral (Iklan internet /Youtube)

Iklan internet sebagai salah satu bentuk media promosi Ekowisata Bowele karena dengan perkembangan teknologi saat ini, internet dapat diakses oleh siapa saja dan dimana saja, dan dapat dilakukan oleh semua kalangan masyarakat. Iklan video ini akan

di *publish* menggunakan Youtube karena situs ini tidak berbayar (gratis) sehingga dapat dengan mudah untuk mengiklankannya. Berikut merupakan screenshot dari beberapa scene yang terdapat di iklan video Ekowisata Bowele.



Gambar 22 Screenshot Video Viral Ekowisata Bowele

(Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2015)

Pada video viral ini akan ditampilkan dengan pengambilan gambar berdasarkan konsep yang telah ditentukan yaitu “*Exotic*”. Dalam video nantinya akan didominasi dengan teknik timelapse, kemudian ditampilkan beberapa tempat wisata yang menjadi ciri khas Ekowisata Bowele dan menampilkan keindahan biota laut Ekowisata Bowele dengan teknik *underwater* serta ditambahkan logo pada akhir iklan agar menjelaskan Ekowisata Bowele.

KESIMPULAN

Adapun kesimpulan yang dapat diambil perancangan branding Bowele sebagai destinasi ekowisata Kabupaten Malang ini adalah :

1. Gagasan perancangan branding Bowele sebagai destinasi ekowisata Kabupaten Malang.
2. Tema desain dalam perancangan ini adalah Exotic yang berarti daya tarik yang khas atau istimewa mempunyai hubungan erat dengan keindahan alam yang dipunyai Ekowisata Bowele Kabupaten Malang.
3. Implementasi perancangan mengacu pada branding Bowele, dimana hasil perancangan

- diharapkan dapat menjadikan Bowele sebagai destinasi ekowisata di Kabupaten Malang.
4. Media yang digunakan didalam perancangan kali ini adalah media yang umum digunakan oleh target konsumen seperti logo, iklan video, desain iklan *billboard*, brosur, *stationary-set*, *merchandise*, dan desain *website*.
 5. Media yang dirancang sesuai dengan tema rumusan desain, yaitu Exotic dengan menggunakan warna-warna yang sesuai dengan keyword yang telah di dapat dan yang sesuai karakter dari Ekowisata Bowele.

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, A. D. 1997. *Manajemen Ekuitas Merek*. Jakarta: Spektrum Mitra Utama
- Durianto, Darmadi, dkk.2003. *Invansi Pasar dengan Iklan yang Efektif*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- HB. Sutopo. 2002. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Surakarta: UNS Press
- J, Paul Peter dan Olson, 2000, *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Edisi 4, jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Jefkins. Frank. 1994. *Periklanan*. Jakarta: PT Gelora Aksara Pratama
- Muktiono, Joko D. 2003. *Aku Cinta Buku (Menumbuhkan minat baca pada anak)*. Jakarta :Elex Media Computindo.
- Kotler, P., & Susanto, A. 2001. *Manajemen Pemasaran di Indonesia: Analisis Perencanaan Implementasi dan Pengendalian*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran* Edisi 12. Jakarta: PT Index.
- Kusrianto, Adi. 2007. *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Andi
- Kusrianto. Adi. 2010. *Pengantar Tipografi*, Jakarta: PT Elex Media Computindo
- Marpaung, Happy dan Herman Bahar. 2000. *Pengantar Pariwisata*. Bandung: Alfabeta.
- Morissan, Alexander. 2010. *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Nawawi, Hadari dan Mimi Martini. 1996. *Penelitian Terapan*. Yogyakarta : GadjahMada University Press
- Rangkuti, Freddy. 2003. *Riset Pemasaran*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Rochaety, Eti. 2005. *Kamus Istilah Ekonomi*. Cetakan Pertama. Jakarta : PT Bumi Aksara
- Rustan, Surianto S.Sn. 2011. *Font Dan Tipografi*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Sanyoto, Sadjiman Ebd. 2010. *Nirmana, Elemen-elemen Seni dan Desain*. Yogyakarta: Jalasutra
- Sarwono, Jonathan dan Lubis Hary, 2007. *Metode Riset Untuk Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: C.V Andi Offset
- Soehadi, Agus. 2005. *Konsep dan Aplikasi Pengembangan Merek yang Sehat dan Kuat*. Bandung: Quantum Bisnis & Manajemen
- Sugiyono, 2009, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung : Alfabeta
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Bisnis Pemasaran*. Andi. Yogyakarta.
- Wirya, Iwan. 1999. *Kemasan yang Menjual*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama

Sumber Internet

<http://belajarpsikologi.com/metode-penelitian-kualitatif/>