

# MEMPERKENALKAN WISATA ARUNG JERAM “RAINBOW RAFTING” KEPADA MASYARAKAT DI PEMALANG MELALUI PERANCANGAN MEDIA PROMOSI

Dewi Eka Sari<sup>1</sup>, Auria Farantika Yogananti<sup>2</sup>, Toto Haryadi<sup>3</sup>

Jurusan Desain Komunikasi Visual, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Dian Nuswantoro  
Jl. Nakula 5 – 11, Semarang, 50131, 024-3517261

E-mail : [dewiekasari93@gmail.com](mailto:dewiekasari93@gmail.com)<sup>1</sup>, [yogananti-au@hotmail.com](mailto:yogananti-au@hotmail.com)<sup>2</sup>, [hary.totok@gmail.com](mailto:hary.totok@gmail.com)<sup>3</sup>

---

## ABSTRAK

Rainbow Rafting merupakan wisata alam arung jeram yang berada di Kabupaten Pemalang, Jawa Tengah. Perkembangan Rainbow Rafting selama ini cukup baik, namun kebanyakan pengunjung berasal dari luar kota, sedangkan masyarakat Pemalang kurang mengetahui adanya wisata alam tersebut. Oleh karena itu di perlukan sarana media promosi untuk memperkenalkan wisata Rainbow rafting kepada masyarakat Pemalang. Perancangan media promosi ini dilakukan melalui perancangan visual dan media yang informatif dan efektif dengan menggunakan SWOT sebagai alat penetapan strategi pemasaran, strategi media dan strategi kreatif. Kegiatan promosi yang dilakukan yaitu menawarkan paket trip untuk Pelajar dan Mahasiswa dengan pilihan media utama adalah billboard dan media pendukungnya adalah Brosur, Spanduk, X-banner, Poster, Stiker dan Pin. Melalui perancangan media promosi ini tujuan yang diharapkan Rainbow Rafting dapat tercapai sehingga dapat dikenal oleh masyarakat Pemalang.

Kata kunci : Media Promosi Wisata Arung Jeram, Rainbow Rafting

## ABSTRACT

*Rainbow Rafting is a natural tourist rafting in the Regency of Pemalang, Central Java. Rainbow Rafting development has been pretty good, but most visitors come from outside of city, while the people from Pemalang were less aware it. Therefore a media campaign is necessary to introduce Rainbow Rafting to Pemalang communities. The design of this media campaign conducted through visual design and media informative and effective by using SWOT as the method analysis of marketing strategy. The promotional activity that will be is offer a package trip for Students and Students with major media options are Newspaper Advertising and media supporters are Brochures, Banners, X-banner, posters, stickers and Pin. Through this promotion media design objectives expected will be achieved so it's will be know by Pemalang communities.*

*Keyword : Media Promotion Tour Rafting, Rainbow Rafting*

## 1. PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan salah satu sektor yang diandalkan pemerintah untuk memperoleh devisa. Peranan pariwisata dalam pembangunan nasional, di samping sebagai sumber perolehan devisa juga banyak memberikan sumbangan terhadap bidang-bidang lainnya. Di antaranya menciptakan dan memperluas lapangan usaha, meningkatkan pendapatan masyarakat dan pemerintah, mendorong pelestarian lingkungan hidup dan budaya bangsa, memperkokoh persatuan dan kesatuan bangsa dan lain sebagainya.

Indonesia mempunyai potensi besar untuk menjadi kawasan tujuan wisata, karena mempunyai unsur pokok potensi kekayaan yaitu masyarakat dan alam. Indonesia yang berada di urutan keempat untuk negara berpenduduk terbesar, setelah Cina, India, dan Amerika Serikat yaitu dengan populasi penduduknya mencapai 253,60 juta orang pada tahun 2014 ini (Herdaru Purnomo, 2014). Dengan padatnya jumlah penduduk tersebut masyarakat Indonesia terkenal dengan keramahannya dan bisa bersahabat dengan bangsa manapun. Potensi selanjutnya adalah alam. Indonesia mempunyai alam yang indah, yang tidak dipunyai negara-negara lain, misalnya pantai yang indah, goa, serta hamparan sawah yang luas dan pegunungan yang ada di setiap pulau.

Salah satunya adalah di Provinsi Jawa Tengah yaitu di Kabupaten Pemalang. Kabupaten Pemalang merupakan salah satu dari Kabupaten Kota yang sudah cukup tua di Propinsi Jawa Tengah. Kota Pemalang memiliki banyak potensi alam seperti pantai dan pegunungan yang di manfaatkan sebagai tempat wisata. Pada wisata pantai yang di miliki oleh Kota Pemalang yaitu Pantai Widuri, Pantai Joko Tingkir dan Pantai Nyamplung Sari. Pada pegunungan yaitu Curug di Moga, Lingga, Goa, dan yang terbaru adalah objek wisata arung jeram "Rainbow Rafting". Yang merupakan salah satu wisata di Pemalang yang akan di teliti oleh penulis adalah wisata arung jeram "Rainbow Rafting".

Objek wisata "Rainbow Rafting" ini mulai di perkenalkan di kecamatan Randudongkal pada awal bulan agustus 2013, dengan pendirinya Bapak Hani Gunanto. Pengarungan dimulai di desa kecepit dan berakhir di sungai comal. Pengarungan dilakukan selama kurang lebih dua jam dengan jarak tempuh sepanjang- 6 – 9 km.

Menurut Pak Hani Gunanto selaku Pendiri Rainbow Rafting, masyarakat pemalang sebagian kurang mengetahui adanya tempat wisata tersebut. Dan sebagian pengunjung berasal dari luar kota, seperti kota Tegal, Brebes, Pekalongan, Batang, Kendal dan sekitarnya, dengan jumlah pengunjung kurang lebih 400-800 orang untuk perbulannya. Padahal tempat wisata arung jeram "Rainbow Rafting" memiliki potensi alam yang sangat mendukung dalam pembangunan wisata alam yang dapat mendatangkan pengunjung lebih dari 800 orang. Namun potensi alam yang mendukung tersebut kurang mendapat tanggapan oleh masyarakat pemalang yaitu Pelajar dan Mahasiswa, khususnya masyarakat pemalang di daerah sekitar pesisir pantai. Para Pelajar dan Mahasiswa di pesisir pantai lebih memilih menghabiskan waktu liburan di pantai, di karenakan biaya dan waktu yang sangat terjangkau. Menurut Pak Hani Gunanto bentuk promosi yang sudah dilakukan yaitu

dengan penyebaran brosur, namun bentuk promosi tersebut kurang tersebarluaskan secara menyeluruh di daerah pemalang, khususnya daerah sekitar pesisir, sehingga sebagian masyarakat khususnya pada Pelajar dan Mahasiswa di Pemalang kurang mengetahui adanya wisata baru di Pemalang yaitu wisata arung jeram Rainbow Rafting. Oleh karena itu wisata arung jeram “Rainbow Rafting” membutuhkan bentuk media promosi yang informatif dan efektif untuk memperkenalkan keberadaan wisata tersebut sebagai tujuan pariwisata masyarakat di Pemalang khususnya untuk pelajar dan mahasiswa.

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka yang menjadi pokok permasalahan adalah bagaimana merancang media promosi yang informatif untuk memperkenalkan wisata arung jeram “Rainbow Rafting” kepada masyarakat di Pemalang khususnya untuk pelajar dan mahasiswa?

Jangkauan pasar wisata arung jeram “Rainbow Rafting” yakni seluruh masyarakat di Pemalang khususnya untuk Pelajar dan Mahasiswa, baik laki-laki maupun perempuan, dengan usia kurang lebih 12-25 tahun.

Target Audience :

Perancangan media promosi ini bertujuan merancang media promosi yang informatif dan efektif untuk memperkenalkan wisata arung jeram “Rainbow Rafting” kepada masyarakat di Pemalang khususnya untuk pelajar dan mahasiswa.

Adapun manfaat perancangan yang ingin diperoleh, yaitu sebagai berikut:

Bagi Penulis :

1. Membuka wawasan pengetahuan baru pada mahasiswa
2. Mahasiswa dapat terlatih untuk melihat suatu permasalahan dan mencari jawaban yaitu bagaimana merancang suatu media promosi untuk memperkenalkan kepada masyarakat wisata alam arung jeram “Rainbow Rafting

Bagi klien :

1. Sebagai promosi dalam meningkatkan pengunjung ke objek wisata arung jeram “Rainbow Rafting”
2. Sebagai referensi pihak klie dalam membuat media promosi yang sesuai untuk klien

Bagi Masyarakat :

1. Dapat memacu dan memobilisasi pertumbuhan ekonomi masyarakat
2. Meningkatkan kesejahteraan masyarakat
3. Memberitahukan kepada masyarakat adanya tempat wisata alam arung jeram

Bagi Pemerintah :

Arung jeram “Rainbow Rafting” menjadi salah satu objek wisata alam yang berperan menambah devisa negara.

## 2. METODE

Penulis dalam penelitian ini menggunakan metode dan teknik SWOT yaitu *strength, weakness, opportunity, Threat*. Analisa ini memaparkan data berdasarkan kelemahan, kelebihan produk dan membandingkan dengan produk kompetitor. Berikut adalah data analisa SWOT dari wisata arung jeram “Rainbow Rafting”.

dan Mahasiswa.

## 3. TINJAUAN TEORI

### 3.1 Wisata Alam

Menurut Yoeti (2000) wisata alam adalah kegiatan perjalanan sebagian dari kegiatan tersebut yang dilakukan secara sukarela serta bersifat sementara untuk menikmati gejala keunikan dan keindahan alam.

### 3.2 Wisata Arung Jeram

Secara etimologis “pariwisata” berasal dari bahasa sansekerta yang terdiri dari dua suku kata yaitu “pari” yang berarti banyak, berkali-kali, berputar-putar, dan lengkap, dan “wisata” yang berarti perjalanan atau bepergian. Dengan demikian pengertian kata pariwisata dapat disimpulkan sebagai suatu perjalanan yang dilakukan secara berkali-kali atau berputar-putar dari suatu tempat ke tempat lain.

3.3 Menurut Daryanto (2013:49) Promosi adalah komunikasi yang persuasif, mengajak, membujuk dan meyakinkan untuk mengarahkan pada tingkatan pertukaran dalam pemasaran promosi dapat dilakukan melalui metode periklanan, personal selling, promosi penjualan dan publisitas.

3.4 Menurut Jerome McCarthy dalam Hermawan Kertajaya (2006:16) *marketing mix* lebih dikenal sebagai konsep *Product, Price, Place, dan Promotion* (4P).

Hermawan Kertajaya (2006:18) juga menjelaskan bahwa *marketing mix* adalah bagian dari aktivitas pemasaran sebuah perusahaan secara keseluruhan dan merupakan aspek yang paling terlihat (*tangible*) dari sebuah perusahaan dalam aktivitas

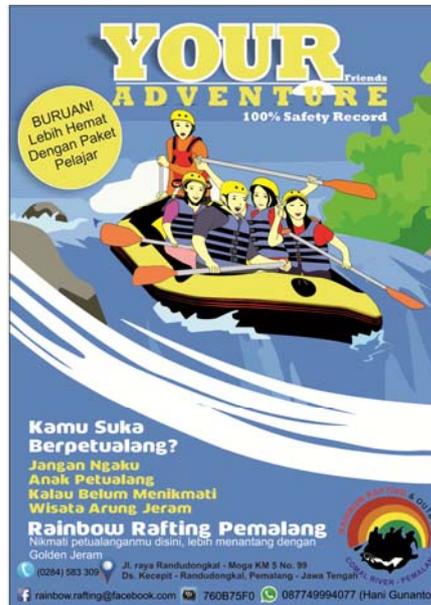
3.5 Menurut definisinya, Desain Komunikasi Visual adalah suatu disiplin ilmu yang bertujuan mempelajari konsep-konsep komunikasi serta ungkapan kreatif melalui berbagai media untuk menyampaikan pesan dan gagasan secara visual dengan mengelola elemen-elemen grafis yang berupa bentuk dan gambar, tatanan huruf serta komposisi warna serta layout (tata letak atau perwajahan). Dengan demikian, gagasan bisa diterima oleh orang atau kelompok yang menjadi sasaran penerima pesan (Kusrianto,2007:2).

3.6 Ilustrasi menurut definisinya adalah seni gambar yang dimanfaatkan untuk memberikan penjelasan atas suatu maksud atau tujuan secara visual.

3.7 Fotografi (inggris : *Photogrphay*) berasal dari bahasa Yunani yaitu “*Photos*” yang berarti cahaya dan “*Grafo*” yang berarti melukis/menulis.

### 3.2 Final Desain

#### 1. Iklan Koran

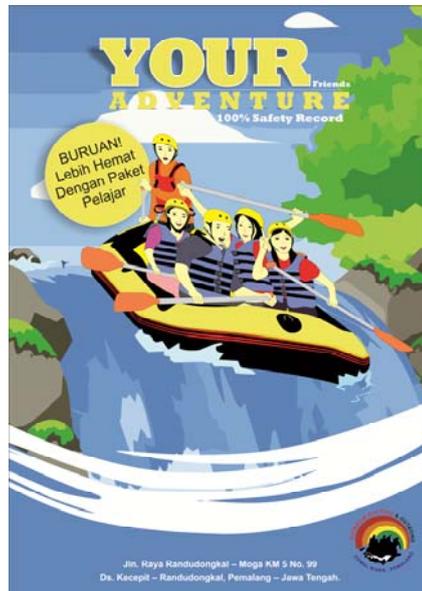


Gambar 15: Desain Iklan Koran

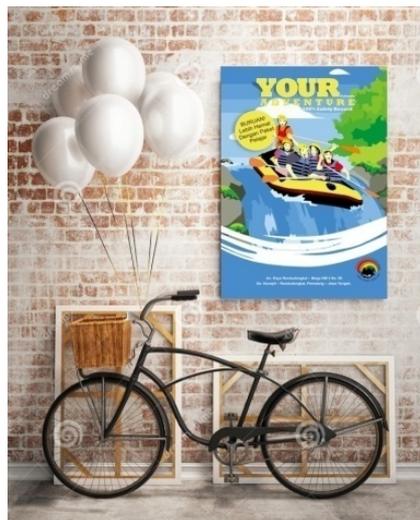


Gambar 15: Pengaplian koran Radar Pemalang

## 2. Poster

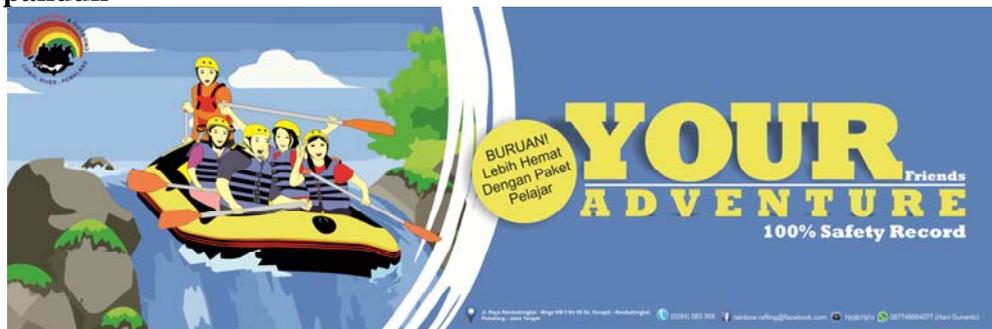


Gambar 16: Desain Poster



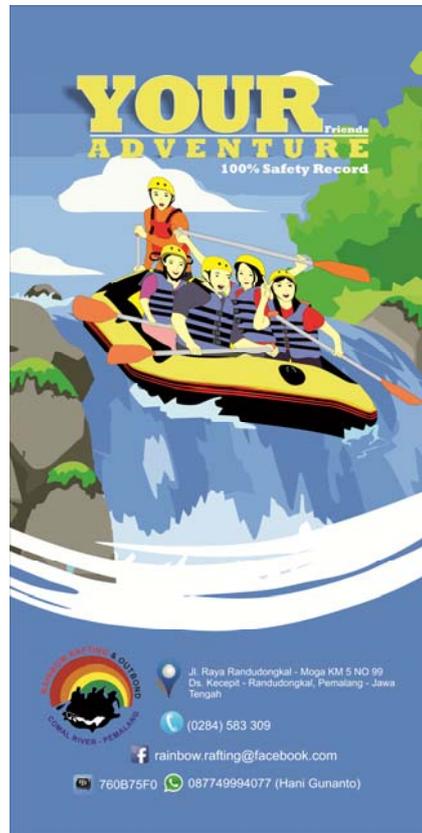
Gambar 17: Pengaplikasian Poster

## 3. Spanduk



Gambar 18: Desain Spanduk

#### 4. X-banner

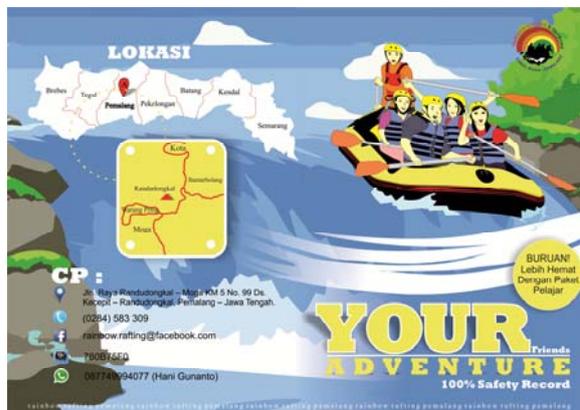


Gambar 19: Desain X-banner



Gambar 20: Pengaplikasian X-banner

## 5. Brosur



Gambar 21: Desain Brosur



Gambar 22: Pengaplikasian pada Brosur

## 6. Stiker



Gambar 23: Desain Stiker

## 7. Pin



Gambar 24: Desain Pin



Gambar 25: Pengaplikasian pada Pin

## PENUTUP

### 1. Kesimpulan

Setelah melakukan pengamatan dan penelitian studi kasus perancangan media komunikasi visual pada Wisata Arung Jeram Rainbow Rafting, maka berdasarkan uraian-uraian yang telah disampaikan pada bab-bab sebelumnya dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Wisata Rainbow Rafting merupakan wisata alam petualang di kabupaten Pemalang yang membutuhkan promosi secara informatif dan efektif untuk memperkenalkan Wisata Arung Jeram kepada masyarakat Pemalang khususnya pada Pelajar dan Mahasiswa.
2. Pembuatan media promosi sangat berpengaruh untuk memperkenalkan wisata arung jeram Rainbow Rafting kepada masyarakat di Pemalang.
3. Strategi yang digunakan adalah menawarkan paket trip untuk pelajar atau mahasiswa dengan menampilkan keunikan dari Rainbow Rafting yang memiliki jeram hingga kurang lebih 2 meter.
4. Perancangan media komunikasi visual yang informatif dan efektif dalam upaya mempromosikan Wisata Arung Jeram Rainbow Rafting antara lain adalah Iklan Koran, Spanduk, Poster, Brosur, X-banner, Stiker dan Pin.

## 2. Saran

Ada pun saran yang dapat penulis berikan setelah melakukan serangkaian kegiatan dalam usaha mendesain media komunikasi visual untuk mempromosikan Wisata Arung Jeram Rainbow Rafting, yaitu

1. Perancangan media promosi wisata alam arung jeram Rainbow Rafting terdapat beberapa kekurangan pada ilustrasi yang belum terlihat realistis seperti nyatanya. Oleh karena itu perlu dikembangkan dalam pembuatan ilustrasi manusia dan ilustrasi pada Golden Jeram agar terlihat realistis.

## DAFTAR PUSTAKA

Daryanto, Drs. 2013. *Pengantar Kewirausahaan: Prestasi Pustaka*. Jakarta: Gramedia

Kartajaya, Hermawan. 2006. *Hermawan Kartajaya On Marketing Mix Seri 9 Marketing*. Bandung: PT Mizan Pustaka.

Kusrianto, Adi. 2009. *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Andi Publisher.

Yoeti, Oka A, H. 2000. *Ekowisata: Pariwisata Berwawasan Lingkungan Hidup*. Jakarta: P.T Pertja.

Purnomo, Herdaru. 2014. Negara dengan Penduduk Terbanyak di Dunia, RI Masuk 4 Besar. URL: <http://www.finance.detik.com> (Di akses pada tanggal 06 Maret 2014)