

PERANCANGAN MEDIA PROMOSI PERIKLANAN ROLAK OUTBOUND KIDS SURABAYA (ROKS)

Firman Nasukha

Jurusan Seni Rupa, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Surabaya
firman.buye@gmail.com

Muhadjir

Jurusan Seni Rupa, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Surabaya
muhajir_fbs@yahoo.co.id

Tri Cahyo Kusumandyoko

Jurusan Seni Rupa, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Surabaya
trichahyo@unesa.ac.id

Abstrak: Perancangan Media Promosi Periklanan Rolak Outbound Kids Surabaya (ROKS) dilakukan karena objek wisata tersebut merupakan salah satu tempat wisata alam di tengah kota yang bersifat edukatif untuk anak-anak dan juga sebagai tempat hiburan bagi keluarga. Oleh karena itu, dibutuhkan konsep perancangan dan visualisasi karya promosi periklanan untuk Rolak Outbound Kids Surabaya (ROKS). Hal tersebut dapat dilakukan apabila melalui beberapa tahap perancangan. Tahap perancangan meliputi lokasi penelitian yang berlokasi di Jl Raya Karah No 4 Surabaya; sumber data berupa dokumen Rolak Outbound Kids Surabaya (ROKS); metode pengumpulan data meliputi wawancara, observasi, dan dokumentasi; metode analisis data menggunakan analisis SWOT dan USP; serta prosedur pelaksanaan perancangan periklanan. Hasil analisis perancangan ini meliputi bentuk perancangan periklanan Rolak Outbound Kids Surabaya (ROKS) yang dibuat dengan tema “Wisata keluarga” dan visualisasi karya desain grafis ini diolah menggunakan media komputer grafis. Perancangan ini diharapkan dapat menciptakan karya promosi periklanan yang dapat mendukung tercapainya suatu media promosi yang dapat diterima oleh masyarakat.

Kata Kunci: perancangan, periklanan, promosi, wisata keluarga, Rolak Outbound Kids

***Abstract:** Media Design Advertising Promotion Rolak Kids Outbound Surabaya (ROKS) is done because it is one of the natural sights in the center of the town that is instructive for children and also as a place of entertainment for the family. Therefore, it takes the concept design and visualization work for the advertising campaign Rolak Kids Outbound Surabaya (ROKS). This can be done through several stages of design. The design phase includes research sites located in Jl Raya Karah No. 4 Surabaya; Data sources include documents Rolak Kids Outbound Surabaya (ROKS); Data collection methods include interviews, observation, and documentation; methods of data analysis using SWOT and USP; advertising design and implementation procedures. The results of the analysis of this design include the design form of advertising Rolak Kids Outbound Surabaya (ROKS) made with the theme "Family Travel" and visualization of graphic design work is processed using computer graphics media. The design is expected to create works of advertising campaign that can support the achievement of a media campaign that can be accepted by the public.*

***Keywords:** design, advertising, promotions, family travel, Rolak Outbound Kids*

PENDAHULUAN

Kota Surabaya merupakan ibu kota provinsi Jawa Timur, sekaligus menjadi kota metropolitan terbesar di provinsi tersebut. Surabaya merupakan kota terbesar kedua di Indonesia setelah Jakarta. Dengan menyandang kota terbesar kedua di Indonesia tidak dapat dipungkiri masyarakat Surabaya sangat membutuhkan hiburan yang mampu menghilangkan kepenatan mereka dan menyegarkan kembali pikiran mereka setelah sibuk bekerja. Rolak Outbound Kids Surabaya (ROKS) hadir untuk menjawab kebutuhan masyarakat akan objek wisata alam di tengah kota yang bersifat edukatif untuk anak-anak dan

juga sebagai tempat hiburan bagi keluarga. Rolak Outbound Kids Surabaya (ROKS) direncanakan sebagai tempat hiburan bagi warga Kota Surabaya dan sekitarnya. Sebagai objek wisata yang baru dan juga masyarakat belum banyak yang mengetahui, serta penerapan promosi periklanan yang kurang maksimal dengan media promosi yang kurang efektif menjadi permasalahan yang dihadapi Rolak Outbound Kids Surabaya (ROKS) khususnya dalam memperkenalkan dan mengembangkan potensi yang dimiliki.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan sebelumnya, permasalahan-permasalahan yang

akan dikaji dalam penelitian dan perancangan karya desain dapat dirumuskan, yaitu: 1) Bagaimana konsep perancangan media promosi periklanan untuk Rolak Outbound Kids Surabaya (ROKS). 2) Bagaimana visualisasi media promosi periklanan Rolak Outbound Kids Surabaya (ROKS). Tujuan dalam perancangan ini yaitu : 1) Mendeskripsikan konsep perancangan media promosi periklanan Rolak Outbound Kids Surabaya (ROKS). 2) Merancang visualisasi media promosi periklanan Rolak Outbound Kids Surabaya (ROKS).

Dalam perancangan promosi periklanan ini terdapat dua media, yaitu media utama dan media pendukung. Untuk media utama menggunakan rancangan desain berupa brosur poster, dan flyer karena dirasa lebih efisien, tepat sasaran dan biaya produksi yang relatif murah. Sedangkan untuk media pendukung berupa poster, brosur, flyer, billboard, X banner, dan *merchandise*.

Perancangan adalah kegiatan merancang dan memproduksi serta memvalidasi media untuk kegiatan produksi. Harsokoesoemo mengatakan bahwa proses perancangan dimulai dengan ditemukannya suatu kebutuhan manusia akan suatu produk yang dapat dimanfaatkan untuk meringankan hidup. (Harsokoesoemo, 2000:1-5) Berarti perancangan adalah suatu proses kegiatan awal dari suatu rangkaian kegiatan dalam pembuatan produk secara taktis, sistematis, dan terorganisir untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Dalam tahap perancangan tersebut dibuat keputusan-keputusan penting yang mempengaruhi kegiatan-kegiatan lain yang menyusulnya. Desain grafis adalah suatu bentuk komunikasi visual yang menggunakan dan atau gambar untuk menyampaikan informasi atau pesan. Seni desain grafis mencakup kemampuan kognitif dan ketrampilan termasuk tipografi, pengolahan gambar dan page layout. Sihombing (2001: 12) menyatakan bahwa desain grafis adalah bidang yang penuh dengan tantangan kreatif dan artistik. Desainer grafis memecahkan masalah komunikasi yang ditugaskan kepadanya dan memaksa pemirsanya menangkap gagasan tertentu yang bisa membangkitkan emosi, logika, atau keinginan tertentu. Pada umumnya desainer grafis banyak memanfaatkan gambar, foto, simbol dan berbagai bentuk bahasa dan elemen visual. Desain yang baik adalah tercapainya komunikasi visual, sebagai tujuan desainer, kepada sasaran yang dituju. Desain grafis sering disebut Desain Komunikasi Visual (DKV) karena memiliki peran mengomunikasikan pesan atau informasi kepada pembaca dengan berbagai kekuatan visual, seperti tipografi, ilustrasi, warna, garis, layout, dan sebagainya dengan bantuan teknologi. Desain grafis, merupakan suatu media periklanan yang ampuh untuk memperkenalkan suatu produk atau jasa, produk atau jasa yang ditawarkan akan mampu menarik perhatian masyarakat atau konsumen.

Media berarti alat atau sarana. Menurut Tjiptono (2002 : 204) media adalah saluran penyampaian pesan komersil kepada khalayak sasaran. Media juga merupakan perantara atau wahana penyalur pesan atau informasi kepada orang lain. Media merupakan sarana yang dipergunakan komunikator sebagai saluran untuk menyampaikan suatu pesan kepada komunikan, apabila komunikan jauh atau banyak jumlahnya , atau kedua-

duanya. Effendy (2001:220). Media merupakan sarana yang dipergunakan oleh perusahaan atau Komunikator sebagai sarana penyampaian suatu pesan kepada komunikan dengan maksud mempengaruhi, agar orang tersebut mau membeli barang atau jasa yang ditawarkan. Seperti yang diungkapkan oleh Jefkins, (1997:84) bahwa media periklanan meliputi segenap perangkat yang dapat memuat atau membawa pesan-pesan penjualan kepada para calon pembeli.

Promosi adalah suatu kegiatan untuk meningkatkan penjualan barang atau jasa. Promosi juga dapat diartikan sebagai kegiatan komunikasi untuk meningkatkan volume penjualan dengan usaha-usaha yang bersifat persuasive dalam menawarkan barang atau jasa. Ditambah lagi menurut Michael Ray yang dikutip oleh Morrisan (2010:16) mendefinisikan promosi sebagai koordinasi dari seluruh upaya yang dimulai oleh pihak penjual untuk membangun berbagai saluran informasi dan persuasi untuk menjual barang dan jasa atau memperkenalkan suatu gagasan.

Outbound adalah sebuah proses dimana seseorang mendapatkan pengetahuan, keterampilan dan nilai-nilainya langsung dari pengalaman memunculkan sikap-sikap saling mendukung, komitmen, rasa puas dan memikirkan masa yang akan datang yang sekarang tidak diperoleh melalui metode belajar yang lain. Outbound dalam pengertian lainnya adalah cara menggali diri sendiri, dalam suasana menyenangkan dan tempat penuh tantangan yang dapat menggali dan mengembangkan potensi, meninggalkan masa lalu, berada di masa sekarang dan siap menghadapi masa depan, menyelesaikan tantangan, tugas-tugas yang tidak umum, menantang batas pengamatan seseorang, membuat pemahaman terhadap diri sendiri tentang kemampuan yang dimiliki melebihi dari yang dikira (outwardbound, 2009: 1)

Pengertian lain menyatakan bahwa outbound adalah sebuah petualangan yang berisi tantangan, bertemu dengan sesuatu yang tidak diketahui tetapi penting untuk dipelajari, belajar tentang diri sendiri, tentang orang lain dan semua tentang potensi diri sendiri (outbound, 2009 : 1). Outbound adalah sebuah cara untuk menggali dan mengembangkan potensi anak dalam suasana yang menyenangkan.

METODE

Data yang akurat dibutuhkan untuk mendukung konsep perancangan suatu karya desain yang diperoleh dari berbagai sumber agar dapat memperkaya khasanah penulis mengenai karya desain yang akan ditampilkan sebagai media promosi periklanan pada khalayak umum.

Ada beberapa metode yang dipakai dalam penelitian perancangan promosi periklanan ini yaitu metode deskriptif dan metode kualitatif. Djajasudarman (1993:8) mengungkapkan bahwa metode deskriptif adalah metode yang bertujuan membuat deskripsi sistematis, faktual, dan akurat mengenai data, sifat-sifat serta hubungan fenomena-fenomena yang diteliti. Metode kualitatif adalah metode yang datanya berupa kata-kata (Moleong, 1991:3)

Metode deskriptif kualitatif digunakan dalam penelitian ini untuk menentukan fokus desain dan menguraikan makna yang mendalam mengenai

perancangan karya, khususnya dalam karya promosi periklanan. Metode analisis deskriptif kualitatif dimaksudkan untuk mendapatkan deskripsi mengenai bentuk konsep dan fungsi promosi periklanan yang di pergunakan untuk Rolak Outbound Kids Surabaya (ROKS).

Penelitian dilaksanakan di Rolak Outbound Kids Surabaya (ROKS) yang berlokasi di Jl Raya Karah No 4 Surabaya. Pemilihan lokasi dengan pertimbangan yaitu : 1) Rolak Outbound Kids Surabaya (ROKS) memiliki konsep unik dalam objek wisata nya. Wisata yang bertemakan alam di tengah kota yang bersifat edukatif bagi para orangtua dan anak anak mereka untuk memenuhi kebutuhan masyarakat berwisata alam, 2) Rolak Outbound Kids Surabaya (ROKS) yang berdiri pada tahun 2012, belum banyak diketahui masyarakat Surabaya. Karena belum pernah melakukan aktifitas promosi periklanan sebelumnya, 3) Rolak Outbound Kids Surabaya (ROKS) adalah objek wisata yang membutuhkan media promosi periklanan sebagai media promosinya untuk memperkenalkan dan menarik minat masyarakat untuk datang, 4) Rolak Outbound Kids Surabaya (ROKS) yang berlokasi di Jl Raya Karah No 4 Surabaya memiliki tempat yang sangat strategis dan mudah di jangkau oleh masyarakat/pengunjung dari segala arah.

Pada penelitian perancangan ini data yang dikumpulkan ini menggunakan dua kombinasi data yaitu data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari wawancara dengan bapak Didik selaku ketua pelaksana harian dari Rolak Outbound Kids Surabaya (ROKS) dan observasi yang telah dilakukan berdasarkan kondisi lapangan, karakteristik, dan pengunjung yang datang serta *competitor* dari Rolak Outbound Kids Surabaya (ROKS).

Sumber data sekunder didapat dari sumber informasi berupa dokumentasi selain dari sumber data primer, pengambilan foto ketika ada acara outbound TK Al Kalam Surabaya, dan membaca literatur (buku, jurnal, majalah, koran, tabloid) dari media internet atau dari artikel yang membahas tentang Rolak Outbound Kids Surabaya (ROKS).

Pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu: 1) Observasi, yang dilakukan beberapa kali kunjungan ke lokasi penelitian. 2) Wawancara, dilakukan secara langsung kepada Bapak Didik sebagai ketua pelaksana harian yang pada saat itu bertemu di Rolak Outbound Kids Surabaya (ROKS). 3) Dokumentasi, yang diperoleh dengan cara mengambil gambar di lokasi, sarana dan prasarana serta media promosi yang digunakan sebelumnya.

Prosedur pelaksanaan perancangan media promosi periklanan untuk Rolak Outbound Kids Surabaya (ROKS) meliputi beberapa tahap, diantaranya yaitu menemukan latar belakang masalah dengan tujuan dan rumusan masalah yang disimpulkan, kemudian mengidentifikasi data meliputi pengumpulan data yang diperoleh berdasarkan hasil observasi, wawancara maupun dokumentasi dari data yang diperoleh. Pada tahap selanjutnya adalah tahap analisis data pada tahap ini akan didapatkan suatu gambaran dan masukan mengenai perancangan media promosi yang sesuai dengan permasalahan yang dihadapi. Selanjutnya adalah Sintesis

Pada tahap ini dilakukan suatu perpaduan dengan mengumpulkan data yang diperoleh dan mempelajari masalah yang dihadapi Rolak Outbound Kids Surabaya (ROKS) pada lingkup perancangan media promosi periklanan dalam latar belakang masalah perancangan sebelumnya.

Pada tahap kelima ada tahap konsep perancangan yang menjadi dasar pertimbangan dalam perancangan karya yang dihasilkan, agar menjadi landasan untuk mencapai solusi terbaik dalam perancangan desain untuk menghasilkan media promosi yang sesuai dengan rumusan masalah dan analisis data. Kemudian ke tahap evaluasi perancangan karya sampai dengan tahap revisi, dengan melakukan beberapa kali revisi desain pada dosen pembimbing yang kemudian menghasilkan desain final dan mengaplikasikan hasil perancangan tersebut dengan mencetak desain yang telah disetujui oleh pembimbing.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Data obyek perancangan promosi periklanan berlokasi di Jl Raya Karah No 4 Surabaya pada awal tahun 2012 Divisi Jasa ASA III Perum Jasa Tirta (PJT) I sebagai pemilik lahan bekerjasama dengan LSM Konsorsium Lingkungan Hidup (KLH) sebagai pihak yang mengajukan pemanfaatan lahan bersama-sama membangun arena bermain Rolak Outbound Kids Surabaya (ROKS) yang berada di hilir kanan Pintu Air Gunung Sari sisi Karah.

Rolak Outbound Kids Surabaya (ROKS) adalah sebuah tempat area permainan alam terbuka yang berada tepat di pinggir Kali Surabaya. Hadir sebagai alternatif tempat bermain anak-anak yang menggabungkan aktivitas dengan wahana yang edukatif dan fun. Berbagai macam wahana ketangkasan yang bermanfaat untuk membangun keterampilan dan kemandirian anak melalui lintasan sulit yang menyenangkan dengan didukung fasilitas permainan dan pendukung tersedia. Mulai dari sarana untuk belajar bercocok tanam, memancing ikan di kolam, permainan kolam pasir putih, labirin (ruang dengan banyak jalur/pintu), permainan titian dengan memanjat tali untuk belajar keseimbangan, hingga outbound flying fox untuk anak-anak dan dewasa. Setiap para pengunjung yang masuk ke dalam area Rolak Outbound Kids Surabaya (ROKS) dikenakan biaya masuk khusus anak-anak hanya Rp. 10.000.- per anak dan untuk orang dewasa tidak dikenakan biaya serta berhak menikmati sarana dan prasarana yang ada di dalam area Rolak Outbound Kids Surabaya (ROKS).

Wilayah pemasaran untuk pengunjung Rolak Outbound Kids Surabaya (ROKS) yaitu meliputi warga daerah sekitar lokasi, yaitu Kota Surabaya sendiri dan kota yang berdekatan dengan kota Surabaya seperti kota Sidoarjo, Gresik dan sekitarnya.

Pesaing dapat di kategorikan menjadi dua kelompok pesaing. Yang pertama adalah pesaing *primer* (pesaing yang memiliki fasilitas wisata dan target konsumen yang sama) dan yang kedua yaitu pesaing *sekunder*, dalam hal ini Rolak Outbound Kids Surabaya (ROKS) memiliki pesaing primer diantaranya yaitu: 1) Taman Flora (Kebun Bibit) terletak di Jalan Bratang, salah satu taman wisata yang bernuansa alam yang ada di Surabaya. Salah satu daya tarik dari dari keberadaan Taman Flora (Kebun Bibit)

adalah lokasinya yang cukup dekat dengan Terminal Bratang membuat akses Taman Flora mudah dijangkau para pengunjung. Taman Flora bisa dikatakan sebagai wisata alam yang murah di tengah kota, karena tidak dipungut biaya untuk tiket masuknya (hanya dikenakan biaya parkir kendaraan saja sebesar Rp. 2000). 2) Selain Taman Flora (Kebun Bibit) yang berada di Bratang, juga ada wisata alam lain yang menjadi pesaing primer bagi Rolak Outbound Kids Surabaya (ROKS). Hutan atau Ekowisata Mangrove Wonorejo yang berada di Jl. Raya Wonorejo No. 1, Rungkut, Surabaya namanya kian tenar di kalangan anak muda sampai orang dewasa. Kawasan hutan mangrove ini kerap dijadikan berbagai instansi sebagai sarana pendidikan untuk menjaga kelestarian alam dengan melakukan penanaman pohon bakau sebagai tanaman mangrove di kawasan hutan.

Sedangkan pesaing sekunder (pesaing yang tidak memiliki fasilitas wisata yang sama tetapi berpotensi merebut target konsumen) yaitu wisata belanja, banyak nya mall dan pusat perbelanjaan di kota Surabaya menjadikan Rolak Outbound Kids Surabaya (ROKS) hanya sebagai pilihan kedua untuk menghabiskan waktu dan *refreshing* dengan keluarga sekaligus berbelanja kebutuhan sehari-hari.

Target Market untuk para pengunjung Rolak Outbound Kids Surabaya meliputi 1) Segmentasi Geografis Masyarakat Lokal yang berdomisili di kota Surabaya, dan daerah perkotaan sekitar kota Surabaya. 2) Segmentasi Demografis Laki-laki dan perempuan mulai anak-anak sampai lanjut usia Dengan status perkawinan belum dan sudah menikah yang mempunyai penghasilan menengah dan menengah ke bawah. 3) Segmentasi psikografis Kepribadian yang suka berwisata, beraktifitas di luar ruangan, bersantai, dan berkumpul dengan keluarga. Dengan gaya hidup yang Aktif, sibuk, dan suka memanfaatkan waktu untuk berlibur atau untuk *refreshing* di suatu tempat wisata.

Teknik analisis data yang dilakukan adalah menganalisis data yang terkumpul bersama-sama dengan proses pengumpulan data yang kemudian berlanjut sampai dengan analisis data SWOT pada Rolak Outbound Kids Surabaya (ROKS) yaitu: 1) sebagai tempat berkumpul keluarga dengan nuansa wisata alam yang berada di tengah kota. 2) kurangnya media informasi tentang keberadaan Rolak Outbound Kids Surabaya (ROKS) informasi pencapaian ke lokasi minim petunjuk, dan kurangnya sosialisasi tempat lokasi Rolak Outbound Kids Surabaya (ROKS) sebagai tempat wisata baru bertema alam yang di kota Surabaya. 3) peluang dari tempat wisata menjadi tempat tujuan wisata bagi keluarga untuk mengistirahatkan diri dari rasa bosan terhadap rutinitas kegiatan setiap hari bagi masyarakat dengan penatnya rutinitas sehari-hari. 4) Ancaman bagi Rolak Outbound Kids Surabaya (ROKS) adalah banyaknya obyek wisata yang berada di kota Surabaya sendiri. Selanjutnya analisis data Rolak Outbound Kids Surabaya (ROKS) melalui USP ialah Rolak Outbound Kids Surabaya (ROKS) merupakan objek wisata alam di tengah kota yang bersifat edukatif bagi anak-anak dan berkumpul bersama keluarga untuk menikmati kebersamaan mereka.

Dari hasil analisa data didapatkan kesimpulan yaitu : 1) Rolak Outbound Kids Surabaya (ROKS) memiliki kelebihan selain lokasinya yang strategis juga memiliki potensi wisata yang cukup baik untuk dikembangkan. 2) Rolak Outbound Kids Surabaya (ROKS) masih terus dalam proses pengembangan sejak mulai berdirinya sampai sekarang. 3) Rolak Outbound Kids Surabaya (ROKS) dengan perjalanan dan perkembangannya tersebut sesekali melakukan promosi periklanan hanya sekedar untuk memperkenalkan Rolak Outbound Kids Surabaya (ROKS) secara khusus, tidak mencakup secara global dimana letak segmentasi pasar yang mereka targetkan. 4) Media promosi periklanan yang sudah ada belum konsisten dan maksimal dalam mempromosikan Rolak Outbound Kids Surabaya (ROKS) sehingga perlu dirancang media promosi sesuai dengan kebutuhan, yakni berupa media promosi yang memiliki nilai estetis secara konsisten dan efektif dengan media utama dan media pendukung untuk mempromosikan dan memperkenalkan Rolak Outbound Kids Surabaya (ROKS) kepada masyarakat.

PERANCANGAN

Keunggulan dan potensi yang dimiliki menciptakan peluang dalam memperbaiki kelemahan atau problematika yang dihadapi, yaitu dengan melakukan perancangan promosi periklanan yang sesuai dengan karakter entitas, dalam hal ini Rolak Outbound Kids Surabaya (ROKS), serta perancangan media promosi yang nantinya sebagai pendukung untuk pengaplikasian dan mempromosikan kepada masyarakat keunikan serta keunggulan dari Rolak Outbound Kids Surabaya (ROKS) dengan menghasilkan media promosi yang diinginkan dan efektif sesuai dengan apa yang diharapkan. Yaitu media promosi yang memiliki nilai estetis secara konsisten dan efektif yang akan secara langsung ditujukan kepada masyarakat kota Surabaya dan sekitarnya.

Tujuan komunikasi periklanan bertujuan untuk memperkenalkan Rolak Outbound Kids Surabaya (ROKS) sebagai salah satu alternatif tempat bermain yang baru bagi anak-anak dan tempat berkumpul bersama keluarga yang berada di kota Surabaya. Dengan Memberi informasi kepada *target audience* tentang Rolak Outbound Kids Surabaya (ROKS) serta potensi, kelebihan dan fasilitas yang ditawarkan oleh Rolak Outbound Kids Surabaya (ROKS) sehingga dikenal dan diingat oleh masyarakat.

Strategi komunikasi periklanan untuk Rolak Outbound Kids Surabaya (ROKS) yaitu dengan memanfaatkan perancangan media periklanan yang dibuat ini untuk mempromosikan Rolak Outbound Kids Surabaya (ROKS) sehingga akan lebih dikenal dengan menggunakan Strategi komunikasi periklanan sebagai berikut : 1) Menerapkan konsep melalui unsur desain yang sesuai. 2) Memilih media yang sesuai dengan *target market*. 3) Menentukan cara dan lokasi yang tepat untuk menyebarkan media.

Pesan utama yang ingin disampaikan ialah menginformasikan kepada *target audiens* mengenai adanya objek wisata bernama Rolak Outbound Kids Surabaya (ROKS) Pesan verbal yang digunakan dalam tema desain ini adalah “ROLAK OUTBOUND KIDS SURABAYA” dipakai sebagai *Headline* untuk

menjelaskan dan memperkenalkan kepada khalayak Rolak Outbound Kids Surabaya (ROKS) dengan cepat dan efektif. Dengan konsep visual Pada desain media periklanan ini menggunakan Vector sebagai ilustrasi obyek penggambaran dari Rolak Outbound Kids Surabaya (ROKS) juga menggunakan Ilustrasi foto untuk membawa pesan visual dari perancangan promosi ini Didukung dengan gaya tampilan yang bergaya dinamis dan informative yang diharapkan mampu membuat pembaca atau *target audience* tertarik untuk berkunjung ke Rolak Outbound Kids Surabaya (ROKS) Tipografi pada Headline menggunakan font Impact type kapital. Kemudian pada subheadline menggunakan font Arial Black dengan type Kapital, dan bodycopy juga menggunakan font yang sama yaitu font Arial black

Tema desain yang sesuai dengan maksud dan tujuan yang tepat akan mampu menghasilkan tampilan awal memberikan kesan yang dalam dan menyeluruh. Sehingga menjadi alat komunikasi yang efektif dan memiliki nilai estetika yang tinggi. Tema desain yang digunakan dalam perancangan promosi periklanan ini Menggunakan tema “Wisata alam edukatif bagi anak dan keluarga”. Dengan judul

Tema ini dibuat agar masyarakat atau pengunjung dapat menerima informasi yang disampaikan bahwa Rolak Outbound Kids Surabaya (ROKS) mempunyai beberapa obyek sekaligus di dalamnya untuk anak bermain-main atau berkumpul bersama keluarga dengan beragam wahana dan di dukung dengan fasilitas yang memadai.

Penggunaan Body copy atau text dalam tema desain ini merupakan salah satu point terpenting dalam elemen desain promosi periklanan ini yang berperan untuk menyampaikan informasi. Yang merupakan salah satu strategi kreatif dalam memperkenalkan Rolak Outbound Kids Surabaya (ROKS). Didasari oleh banyaknya informasi yang akan disampaikan dalam perancangan ini maka body copy dibuat dengan warna kontras yang mencolok dan diharapkan mampu menyampaikan informasi kepada masyarakat dalam pemasaran periklanan wisata baik lokal maupun nasional dengan cepat dan efektif.

Gaya tampilan yang mendukung untuk media perancangan periklanan ini dengan strategi dan tujuan tersebut. Maka pendekatan komunikasi yang cocok dengan keseluruhan perancangan periklanan ini dengan menggunakan gaya tampilan *dinamis informative*. Gaya tampilan *dinamis informative* ini sangat cocok untuk menjelaskan atau mendeskripsikan Rolak Outbound Kids Surabaya (ROKS) secara lengkap dengan tampilan yang menggunakan banyak body copy. Gaya tampilan *dinamis informative* ini diharapkan mampu membuat Rolak Outbound Kids Surabaya (ROKS) dikenal dan diketahui oleh masyarakat umum bahwa di surabaya ada sebuah tempat untuk bermain bagi anak-anak dan berkumpul bagi keluarga dengan tema outbound yang baru dibangun di kota surabaya. *dinamis informative* adalah elegan yang penuh dengan kebebasan penuh semangat dan tenaga dan mudah menyesuaikan diri dengan keadaan. Gaya tampilan seperti ini mewakili karakter target wisatawan yang diharapkan penuh semangat untuk mencoba hal baru di

Rolak Outbound Kids Surabaya (ROKS). Desain periklanan ini dirancang agar terlihat informatif, menarik, dan tepat sasaran. Sehingga diharapkan konsumen yang melihat promosi periklanan ini mampu menerima informasi, serta dapat terpengaruh dengan Rolak Outbound Kids Surabaya (ROKS).

Media promosi Rolak Outbound Kids Surabaya (ROKS) ditujukan untuk memberitahukan keberadaan, informasi dan layanan Rolak Outbound Kids Surabaya (ROKS) kepada masyarakat untuk meraih target market yang tepat sasaran sesuai dengan media yang dipilih dan menjangkau masyarakat yang menjadi target audiens dari Rolak Outbound Kids Surabaya (ROKS) sehingga dapat meningkatkan brand awereness produk ke dalam pikiran konsumen. Strategi media yang digunakan dalam pelaksanaan periklanan dan promosi Rolak Outbound Kids Surabaya (ROKS) adalah sebagai berikut: 1) Pemilihan media yang efektif dan efisien dalam menyampaikan pesan dari suatu produk. 2) Beriklan melalui media yang bersifat nasional yang memungkinkan adanya efisiensi harga dalam meraih perhatian masyarakat. 3) Penggunaan media promosi secara berkesinambungan dan saling mendukung dalam penyampaian pesan. 4) Memusatkan penempatan komunikasi periklanan pada media-media yang umumnya sering digunakan dan disukai oleh target audiens sehingga dapat dengan tepat mengenai sasaran yang dituju.

Pemilihan media memerlukan dua keputusan yaitu media apa yang akan dipergunakan dan sarana media apa yang dipakai. Dua metode berikut dapat dipergunakan untuk menentukan pemilihan media maka dibuat dua kategori media untuk promosi periklanan yaitu Media utama meliputi : 1) Brosur merupakan salah satu media promosi yang efektif dan banyak digunakan untuk mempromosikan produk atau jasa. Brosur merupakan selembar kertas sederhana yang akan membuat masyarakat mengingat Rolak Outbound Kids Surabaya (ROKS) Brosur ini diberikan di tempat berkumpulnya orang dengan cukup waktu untuk membaca brosur seperti tempat makan keluarga, dan taman kota. Lokasi dan waktu yang tepat untuk menyebarkan brosur kepada target market adalah kunci berhasil atau tidak nya media brosur ini bekerja. 2) Flyer berupa secarik kertas yang umumnya berukuran standar kertas A4 sampai seukuran kartu nama. Flyer dipergunakan untuk promosi skala kecil dengan cakupan wilayah yang tidak terlalu besar, dengan informasinya yang lebih ringkas dari poster. 3) Poster, media ini dipilih untuk memberi informasi kepada masyarakat mengenai apa yang ada di Rolak Outbound Kids Surabaya (ROKS). Karena Poster memiliki elemen penting untuk sebuah promosi periklanan karena poster memiliki komposisi gambar dan tulisan yang dicetak di kertas berukuran besar untuk menyampaikan informasi. Poster biasanya ditempel di tempat-tempat yang mudah banyak dilewati dan dilihat, misalnya papan pengumuman.

Dan yang kedua adalah media pendukung yang meliputi : 1) Billboard, media luar ruang ini digunakan untuk menyerang pengguna jalan dalam perjalanannya, sehingga tidak membutuhkan waktu khusus untuk menginformasikan pesan pada audiens, seperti halnya audiens membutuhkan waktu khusus untuk melihat

televisi atau membaca majalah. Sehingga dengan billboard, mau atau tidak pengguna jalan akan melihatnya. 2) X-Banner merupakan salah satu media hasil percetakan yang digunakan untuk menyampaikan informasi. X-Banner dipilih karena dengan desain yang menarik dan sederhana, mampu menarik perhatian siapapun yang melihat tanpa harus memahami dan mengerti dulu maksud dari isi X-Banner tersebut. X-Banner dinilai mampu untuk memperkenalkan dan menginformasikan profil secara singkat kepada para calon pengunjung untuk berkunjung. 3) Merchandise Media ini dipilih karena dapat bertahan dan disimpan dalam waktu yang cukup lama serta dapat berguna sebagai bonus untuk menarik minat konsumen agar kembali lagi berkunjung ke Rolak Outbound Kids Surabaya (ROKS). Merchandise ini akan diberikan pada konsumen sesuai dengan event atau kunjungan hari tertentu dan berlaku selama persediaan masih ada. Merchandise merupakan media promosi yang patut untuk diperhitungkan karena Merchandise dapat dibuat sebagai kenang-kenangan. Merchandise yang akan diberikan kepada pengunjung adalah : Kaos, dan stiker.



Gambar 3. Visualisasi desain Billboard



Gambar 1. Visualisasi desain Brosur sisi depan



Gambar 4. Visualisasi desain Flyer



Gambar 2. Visualisasi desain Brosur sisi belakang



Gambar 5. Visualisasi desain Poster



Gambar 6. Visualisasi desain Kaus



Gambar 8. Visualisasi desain Sticker



Gambar 7. Visualisasi desain X-Banner

PENUTUP

Konsep perancangan media promosi periklanan untuk Rolak Outbound Kids Surabaya (ROKS) ini bertema "Wisata alam edukatif bagi anak dan keluarga" dengan headline "ROLAK OUTBOUND KIDS SURABAYA" sedangkan untuk *body copy* berisi tentang informasi seputar Rolak Outbound Kids Surabaya (ROKS). Konsep desain perancangan media promosi periklanan untuk Rolak Outbound Kids Surabaya (ROKS) ini dibedakan menjadi dua media yaitu media utama dan media pendukung. berupa poster, brosur, dan flyer sebagai media promosi utama dan Billboard, X-Banner, dan *Merchandise* sebagai media pendukung

Visualisasi karya dari perancangan ini menggunakan gaya *dinamis informative* yang merupakan gaya tampilan yang mendukung pendekatan komunikasi dan keseluruhan perancangan media promosi periklanan dari Rolak Outbound Kids Surabaya (ROKS). Perancangan desain periklanan dengan gaya ini dirancang agar terlihat komunikatif, menarik, dan informatif. Sehingga diharapkan masyarakat yang melihat media promosi periklanan ini mampu menerima informasi yang disampaikan dengan baik.

Efektivitas perancangan media promosi ini diharapkan mampu memberikan informasi dalam rangka untuk memperkenalkan Rolak Outbound Kids Surabaya (ROKS) sebagai obyek wisata baru di kota Surabaya. Dimana hasil perancangan ini dapat menarik lebih banyak wisatawan/pengunjung individu, sekolah, instansi, maupun perusahaan untuk mengunjungi Rolak Outbound Kids Surabaya (ROKS), sehingga dapat dikenal secara luas oleh masyarakat Surabaya dan sekitarnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Alexander, Morissan. 2010. *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta : Kencana.
- Djajasudarma, Fatimah. 1993. *Metode Linguistik Ancangan Metode Penelitian dan Kajian*. Bandung: PT Eresco.
- Effendy, O. Uchjana. 2001. *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Harsokusumo, Kadarman (2000). *Catatan Kuliah "Deformasi Pada Struktur"*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Jefkins, Frank. 1997. *Periklanan*. Jakarta :Erlangga.
- Moleong, Lexy J. 2000. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Sihombing, Danton, MFA, 2001, *Tipografi dalam Desain Grafis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.