

## **STRATEGI PERANCANGAN PROMOSI PARIWISATA USAHA KECIL MENENGAH (UKM) WARUNG GO-SIP DI PULAU UNTUNG JAWA, KEPULAUAN SERIBU, JAKARTA**

Christophera R. Lucius  
Fakultas Desain dan Industri Kreatif, Universitas Esa Unggul, Jakarta  
Jalan Arjuna Utara, Tomang Tol, Kebon Jeruk, Jakarta Barat – 11510  
christophera.lucius@esaunggul.ac.id

### **Abstract**

*In 2002 Pulau Untung Jawa where located in Kabupaten Kepulauan Seribu, Provinsi DKI Jakarta, the government proclaimed as Desa Wisata Nelayan. Tourism in Pulau Untung Jawa is an attractive alternative for people in Jakarta and Tangerang requiring sights on weekends or on holidays. Pulau Untung Jawa residents also participate in the tourism program by providing a wide range of tourist facilities. One of the facilities is a favorite eating place in Pulau Untung Jawa, namely WARUNG GO-SIP. Although visitors quite crowded, especially on weekends and holidays, but visitors who come do not get the information about the communicative WARUNG GO-SIP. It is necessary for the design strategy of tourism promotion of UKM WARUNG GO-SIP is focused on the field of Visual Communication Design in the implementation of this program Community Services. The design strategy is based on the 5D Methodology of Design: Phase Discover, Define Phase, Design Phase, Phase Develop and Deliver Phase. The output of the print and visual media digital visual media that has been handed over to the owner WARUNG GO-SIP.*

**Keywords:** *tourism promotion, UKM Pulau Untung Jawa, warung go-sip.*

### **Abstrak**

Pada tahun 2002 Pulau Untung Jawa, yang terletak di Kabupaten Kepulauan Seribu, Provinsi DKI Jakarta, oleh pemerintah dicanangkan sebagai Desa Wisata Nelayan. Pariwisata di Pulau Untung Jawa merupakan alternatif yang menarik bagi penduduk di wilayah Jakarta dan Tangerang yang membutuhkan tempat wisata di akhir pekan atau di hari-hari libur. Para penduduk Pulau Untung Jawa juga ikut berperanserta dalam program pariwisata tersebut dengan menyediakan berbagai fasilitas wisata. Salah satu fasilitas itu adalah tempat makan favorit yang ada di Pulau Untung Jawa yaitu WARUNG GO-SIP. Meskipun pengunjungnya cukup ramai terutama pada akhir minggu dan hari-hari libur, tetapi pengunjung yang datang tidak mendapatkan informasi yang komunikatif tentang WARUNG GO-SIP. Untuk itu diperlukan strategi perancangan promosi pariwisata UKM WARUNG GO-SIP yang difokuskan pada bidang Desain Komunikasi Visual dalam pelaksanaan program Pengabdian pada Masyarakat ini. Strategi desain tersebut didasarkan pada *5D Methodology of Design: Discover Phase, Define Phase, Design Phase, Develop Phase, dan Deliver Phase*. Output yang dihasilkan berupa media visual cetak dan media visual digital yang telah diserahkan kepada pemilik WARUNG GO-SIP.

**Kata kunci:** promosi pariwisata, UKM Pulau Untung Jawa, warung go-sip.

### **Pendahuluan**

#### **Analisis Situasi**

Pulau Untung Jawa termasuk dalam wilayah Kabupaten Administrasi Kepulauan Seribu di Provinsi Daerah Khusus Ibukota Jakarta. Pulau ini memiliki luas 40,10 Ha dengan jumlah penduduk sebanyak 1.888 jiwa ([www.jakarta.go.id](http://www.jakarta.go.id)). Pada tahun 2002 Pulau Untung Jawa oleh pemerintah dicanangkan sebagai Desa Wisata Nelayan. Guna terlaksananya program tersebut maka

pemerintah telah menyediakan berbagai sarana infra struktur. Selain itu, para penduduk Pulau Untung Jawa juga ikut berperanserta dalam program pariwisata tersebut dengan menyediakan berbagai fasilitas wisata, seperti *Home Stay, Rumah Makan, Water Sport, Wisata Mangrove, Persewaan Sepeda, dan lain-lainnya.*

Pariwisata di Pulau Untung Jawa merupakan alternatif yang menarik bagi penduduk di wilayah Jakarta dan Tangerang yang membutuhkan tempat wisata di akhir

pekan atau di hari-hari libur. Berbagai macam kegiatan dalam mengisi liburan di Pulau Untung Jawa dapat menjadi daya tarik pariwisata yang dapat ditawarkan kepada pengunjung. Lokasi Pulau Untung Jawa di Tangerang ini dapat dicapai paling cepat melalui Pantai Tanjung Pasir dengan menggunakan transportasi laut selama kurang lebih 20 menit dengan biaya yang terjangkau.

Banyaknya kelebihan yang dimiliki Pulau Untung Jawa, seperti lokasi yang strategis, pencapaian yang mudah, bermacam-macam fasilitas, dan harga yang terjangkau, membuat pariwisata di pulau ini memiliki potensi yang sangat besar untuk dikelola dan dikembangkan bagi keuntungan dan kesejahteraan penduduk setempat.

Lokasi tempat program Pengabdian pada Masyarakat: adalah di WARUNG GO-SIP yang beralamat di Jalan Bougenville No.23 Dermaga Timur, Pulau Untung Jawa, Kecamatan Pulau Seribu, Kabupaten Pulau Seribu, Provinsi DKI Jakarta.

WARUNG GO-SIP adalah salah satu tempat makan favorit yang ada di Pulau Untung Jawa. Hal itu dapat dibuktikan dari hasil wawancara yang diperoleh dengan Ibu Mutaslimah sebagai pemiliknya yang menyatakan jika pada akhir pekan atau hari libur banyak pengunjung yang makan di tempat ini. Lokasi WARUNG GO-SIP ini sangat strategis karena terletak tidak jauh dari pintu masuk ke Pulau Untung Jawa serta dekat dengan pantai sehingga sangat mudah dicapai oleh para pengunjung yang datang untuk berwisata di pulau ini. Sebagai UKM yang tergabung dalam program Desa Wisata Nelayan, maka WARUNG GO-SIP menyediakan menu spesialnya bagi para pengunjung yaitu berbagai hidangan masakan laut (*seafood*) dan yang menjadi andalan utamanya adalah Pepes Ikan.

Meskipun pengunjung WARUNG GO-SIP ini cukup ramai terutama pada akhir minggu dan hari-hari libur, tetapi pengunjung yang datang tidak mendapatkan informasi yang komunikatif tentang WARUNG GO-SIP secara langsung, sebab mereka harus bertanya dulu tentang lokasi WARUNG GO-SIP kepada masyarakat di sekitarnya, walaupun letaknya sebenarnya sangat strategis. Bahkan sebagian dari pengunjung yang datang ke WARUNG GO-SIP atas rekomendasi keluarga atau

kenalannya yang sebelumnya pernah makan di tempat ini.

Masalah lain juga dijumpai dalam media-media visual untuk menunjang promosi WARUNG GO-SIP. Media-media tersebut tidak didesain dengan strategi promosi yang efektif dan komunikatif. Hal itu terlihat antara lain dari spanduk yang terpasang di depan WARUNG GO-SIP, dimana tampilan visualnya kurang menarik dan tidak memiliki komunikasi yang efektif. Contoh lain adalah desain visual dari menu makanan yang kurang menarik, sehingga menu masakan buatan Ibu Mutaslimah pemilik WARUNG GO-SIP yang sebenarnya enak tidak dapat ditampilkan secara maksimal dan masakan andalannya Pepes Ikan tidak menjadi daya tariknya.

### **Tujuan Program**

Tujuan program Pengabdian kepada Masyarakat ini adalah menemukan strategi perancangan visual yang tepat bagi promosi pariwisata UKM WARUNG GO-SIP di Pulau Untung Jawa, sehingga kelezatan menu makanan masakan Ibu Mutaslimah dapat ditampilkan secara maksimal untuk menarik pengunjung wisata. Untuk mencapai tujuan strategi promosi pariwisata UKM WARUNG GO-SIP tersebut maka dilakukan beberapa kegiatan sebagai berikut:

1. Mengadakan wawancara dan diskusi dengan Ibu Mutaslimah sebagai pemilik UKM WARUNG GO-SIP untuk mendapatkan data permasalahan dengan lebih jelas.
2. Menganalisa dan menentukan strategi perancangan promosi pariwisata UKM WARUNG GO-SIP yang efektif dan komunikatif dari sudut pandang bidang Desain Komunikasi Visual.
3. Membuat konsep dan aplikasi dari media desain visual yang baru yang dapat meningkatkan promosi pariwisata UKM WARUNG GO-SIP dengan lebih baik.

### **Pelaksanaan Kegiatan**

Proses dalam "Strategi Perancangan Promosi Pariwisata UKM WARUNG GO-SIP" dilaksanakan mulai 3 Maret 2016 hingga 30 Juni 2016, yaitu selama 17 (tujuh belas) minggu, dengan menggunakan *5D Methodology of Design* yang terbagi atas tahap-tahap dibawah ini:

### **1. Discover Phase**

*Discover* adalah tahap *gathering data and becoming familiar with the situation through observation and analysis*. Waktu pelaksanaan tahap ini adalah selama 4 (empat) minggu yaitu mulai 3 Maret hingga 31 Maret 2016. Pada minggu pertama dan kedua dilakukan proses *brainstorming* sebagai pengenalan proyek Pengabdian pada Masyarakat di Pulau Untung Jawa ini guna memahami berbagai permasalahan promosi pariwisata UKM di pulau tersebut. Pada minggu ketiga dilakukan survey ke lokasi UKM WARUNG GO-SIP di Pulau Untung Jawa. Dalam kesempatan ini dilakukan wawancara dengan Ibu Mutaslimah sebagai pemilik UKM tersebut untuk mendapatkan data-data dari permasalahan promosi pariwisatanya. Pada minggu keempat dilakukan evaluasi atas data-data survey yang terkumpul yang akan digunakan untuk menentukan strategi yang tepat bagi perancangan promosi UKM WARUNG GO-SIP.

### **2. Define Phase**

*Define* adalah tahap *identifying key needs and issues, and developing a strategy and actionable plan to address these concerns*. Waktu pelaksanaan tahap ini adalah selama 3 (tiga) minggu yaitu mulai 31 Maret hingga 21 April 2016. Dalam tahap ini dilakukan analisa untuk menentukan strategi yang tepat bagi promosi pariwisata UKM WARUNG GO-SIP. Strategi promosi pariwisata untuk program Pengabdian pada Masyarakat ini hanya difokuskan pada bidang Desain Komunikasi Visual, oleh karena itu *output* yang dicapai adalah media-media untuk komunikasi visual.

### **3. Design Phase**

*Design* adalah tahap *exploring conceptual options and potential design directions, and organizing these possibilities into a clear vision*. Waktu pelaksanaan tahap ini adalah selama 5 (lima) minggu yaitu mulai 21 April hingga 26 Mei 2016. Selama tahap ini dilaksanakan berbagai proses perancangan (proses desain) bagi promosi pariwisata UKM WARUNG GO-SIP. Proses desain tersebut mencakup penentuan prinsip desain dan elemen desain. Hasil yang dicapai terdiri dari desain

visual untuk media cetak dan desain visual untuk media digital.

### **4. Develop Phase**

*Develop* adalah tahap *implementing the approach and building out design elements along with testing, measurement, evaluation, and refinement*. Waktu pelaksanaan tahap ini adalah selama 3 (tiga) minggu yaitu mulai 26 Mei hingga 16 Juni 2016. Pada tahap ini dilaksanakan proses produksi untuk semua media visual promosi pariwisata UKM WARUNG GO-SIP di Pulau Untung Jawa.

### **5. Deliver Phase**

*Deliver* adalah tahap *implementing the approach and building out design elements along with testing, measurement, evaluation, and refinement*. Waktu pelaksanaan tahap ini adalah selama 2 (dua) minggu yaitu mulai 16 Juni hingga 30 Juni 2016. Pada tahap ini dilaksanakan presentasi kepada pemilik UKM WARUNG GO-SIP dan kemudian dilanjutkan dengan diskusi. Hasil akhir dari karya proyek Pengabdian pada Masyarakat ini kemudian diserahkan kepada Ibu Mutaslimah sebagai pemilik UKM WARUNG GO-SIP.

## **Hasil dan Pembahasan**

### **Discover Phase**

Dalam pertemuan dengan Ibu Mutaslimah pemilik UKM WARUNG GO-SIP di Pulau Untung Jawa dapat diidentifikasi permasalahan promosi usaha yang mereka hadapi, yaitu kurangnya pengetahuan dan informasi tentang pemanfaatan media-media visual yang dibutuhkan untuk menunjang promosi pariwisata. Media promosi yang dimiliki UKM ini hanya berupa sebuah spanduk yang terpasang di depan WARUNG GO-SIP tersebut, serta daftar menu makanan dengan tampilan visual yang sangat sederhana.

Maka dalam diskusi dengan Ibu Mutaslimah telah diusulkan beberapa media visual yang tepat untuk mendukung promosi pariwisata UKM WARUNG GO-SIP. Dijelaskan juga materi-materi yang dapat dikomunikasikan secara visual melalui teks dan *image*. Kesempatan ini digunakan oleh Ibu Mutaslimah pemilik UKM itu untuk menyampaikan beberapa *output* yang diinginkannya.

Pada tahap *discover* ini telah dapat dipetakan strategi perancangan yang efektif dan komunikatif untuk promosi pariwisata UKM WARUNG GO-SIP di Pulau Untung Jawa.

### **Define Phase**

Data yang telah dikumpulkan dari hasil pengamatan lapangan, wawancara dan diskusi dengan Ibu Mutaslimah sebagai pemilik UKM WARUNG GO-SIP tersebut kemudian dianalisa kembali dengan tujuan untuk menentukan media-media visual yang akan digunakan bagi komunikasi visual UKM WARUNG GO-SIP. Media-media visual tersebut adalah penentuan logo baru, *stationery*, spanduk, *broschure*, *flyer*, menu makanan, tatakan mangkok dan piring, apron, *signed* dan media promosi digital yang akan diunggah lewat *youtube*.

Langkah berikutnya adalah memilih dan menentukan foto-foto yang akan ditampilkan dalam desain visual promosi UKM WARUNG GO-SIP. Selain itu ditentukan juga bermacam-macam kata dan teks yang akan digunakan dalam penyusunan layout semua media visual. Elemen desain visual yang juga ditentukan dalam tahap *define* ini adalah penentuan *color scheme*, tipografi dan elemen-elemen grafis tambahan yang akan memaksimalkan promosi pariwisata UKM WARUNG GO-SIP.

### **Design Phase**

Proses perancangan visual bagi promosi Pariwisata UKM WARUNG GO-SIP dilaksanakan pada tahap *design* ini, yaitu desain untuk logo, *stationery*, spanduk, *broschure*, *flyer*, menu makanan, tatakan mangkok dan piring, apron, *signed* dan media promosi digital. Target pencapaian media promosi juga direncanakan, dimana media-media cetak ditujukan untuk potensi pengunjung wisata di Pulau Untung Jawa dari daerah Jakarta dan Tangerang, sedangkan dengan media digital melalui *youtube* diharapkan akan menarik pengunjung hingga tingkat nasional.

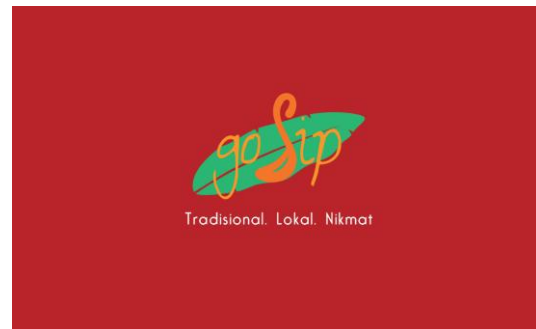
Semua tampilan visual media-media tersebut mengikuti konsep desain komunikasi visual yang telah ditentukan, yaitu penentuan *branding* warna hijau dan merah, huruf dalam kelompok *sans serif* yang dapat memberikan kesan modern serta penggunaan *image* yang berupa foto-foto di lokasi WARUNG GO-SIP dan di Pulau Untung Jawa.

### **Develop Phase**

Tahap *develop* ini merupakan tahap produksi atas semua hasil perancangan media visual untuk UKM WARUNG GO-SIP, yang terdiri atas media-media berikut ini:

Media: *Stationery* Kartu Nama

Ukuran: 85 mm x 55 mm



Gambar 1  
*Stationery*: Kartu Nama.

Media: *Stationery* Kop Surat

Ukuran: A4 *Portrait* (210 mm x 297 mm)

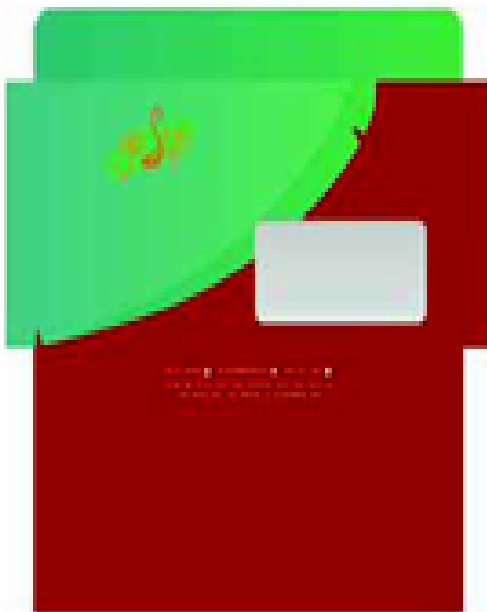


Gambar 2  
Stationery: Kop Surat.



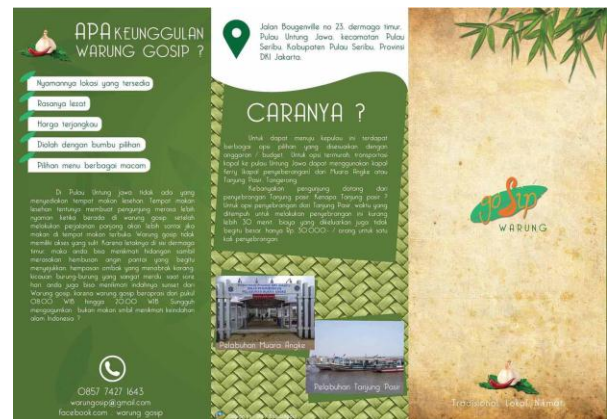
Gambar 4  
Flyer.

Media: *Broschure*  
Ukuran: A4 Landscape (297 mm x 210 mm)



Gambar 3  
Stationery: Amplop.

Media: *Flyer*  
Ukuran: A5 Portrait (148 mm x 210 mm)



Gambar 5  
Broschure: Halaman Luar.



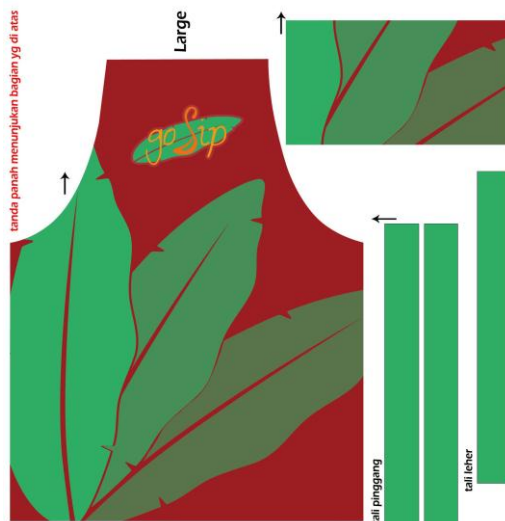
Gambar 6  
Broschure: Halaman Dalam.



Media: Spanduk  
 Ukuran: 400 cm x 100 cm  
 Gambar 7. Spanduk.



Gambar 8  
 Tatakan Piring, Gelas, Mangkuk.



Gambar 9  
 Apron.

Media: *Signed*  
 Bahan: *Acrylic*  
 Ukuran: 60 cm x 100 cm



Gambar 10  
*Signed.*

### *Deliver Phase*

Dalam tahap ini semua *output* hasil perancangan visual untuk promosi pariwisata UKM WARUNG GO-SIP diserahkan kepada Ibu Mutaslimah sebagai pemilik UKM tersebut. Banyaknya *output* visual yang diserahkan adalah 10 (sepuluh) *items* untuk media visual cetak dan 1 (satu) *items* untuk media visual digital. Penyerahan ini disertai juga dengan penjelasan tentang aplikasi tiap-tiap media itu sendiri kepada Ibu Mutaslimah.



Gambar 11  
 Pemasangan Spanduk.

Tanggapan yang diberikan oleh Ibu Mutaslimah pemilik UKM WARUNG GO-SIP sangat positif dan menginginkan agar komunikasi tetap dapat terjalin, sehingga jika sewaktu-waktu Ibu Mutaslimah memiliki pertanyaan atau permasalahan yang berhubungan dengan promosi pariwisata UKM-

nya, maka pemilik UKM itu masih bisa memperoleh informasi yang valid.

### **Kesimpulan**

Media-media visual dengan konsep desain yang baru telah digunakan secara langsung oleh UKM WARUNG GO-SIP. Hasilnya dapat dilihat, bahwa media-media visual tersebut berperan meningkatkan promosi wisatanya. Contohnya: Spanduk yang dipasang di depan WARUNG GO-SIP terlihat lebih komunikatif untuk menarik lebih banyak pengunjung yang makan di tempat ini.



Gambar 12  
Lokasi UKM WARUNG GO-SIP.

Dengan adanya hasil desain visual melalui berbagai media promosi untuk UKM WARUNG GO-SIP ini maka diharapkan strategi promosi pariwisata yang efektif dan komunikatif ini telah tercapai sehingga mampu meningkatkan penjualan makanan di WARUNG GO-SIP ini.

### **Daftar Pustaka**

Dikti. (2015). Panduan Pelaksanaan Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat Di Perguruan Tinggi Edisi IX, DP2M, Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan.

Karjaluoto, Eric. (2013). *Design Method, The: A Philosophy and Process for Functional Visual Communication (Voices that Matter)*, New Riders, Peachpit.