

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Berwisata merupakan salah satu cara masyarakat untuk menghilangkan penat dari kesibukan sehari-hari, selain itu berwisata juga berfungsi sebagai kegiatan edukasi pada hal-hal tertentu. Biasanya masyarakat berwisata bersama keluarga, teman atau pasangannya. Sebagai kebutuhan tersier, pariwisata tentunya bukan merupakan kebutuhan pokok masyarakat, namun pada dasarnya berlibur atau berwisata adalah hal yang penting agar pemikiran dan kesehatan rohani tetap terjaga dengan baik. Indonesia sebagai negeri dengan beragam budaya dan keindahan alam yang memukau menjadi salah satu destinasi wisata favorit turis asing. Namun tidak semua tempat wisata di Indonesia terekspos dengan baik sehingga turis lokal maupun turis asing hanya mengenal tempat-tempat wisata tertentu, tujuan turis asing di dominasi pulau Bali yang meyakinkan wisata budaya dan keindahan alam. Berbeda halnya dengan wilayah lain di Indonesia yang kurang dikenal masyarakat sehingga sepi pengunjung. Begitu juga dengan pariwisata yang ada di Kabupaten Ngawi, Jawa Timur.

Promosi merupakan kegiatan untuk memperkenalkan atau menguatkan ketertarikan pada suatu obyek. Dalam semua bidang promosi merupakan salah satu faktor penting yang menunjang ketertarikan konsumen pada produk atau jasa. Dalam pengembangan bidang pariwisata suatu wilayah

tentunya dibutuhkan promosi. Promosi bisa berupa iklan di media cetak, media daring, dan media televisi, selain itu cinderamata juga merupakan media promosi tak langsung. Pemilihan media promosi tentunya harus sesuai dan tepat agar lebih efektif.

Cinderamata atau suvenir mempunyai fungsi sebagai kenang-kenangan atau tanda mata bahwa kita sudah pernah ke tempat wisata tersebut, juga memiliki fungsi lain yaitu sebagai media promosi. Ada berbagai macam bentuk suvenir, misalnya patung, hiasan rumah, gantungan kunci, pin, kaos, dan lain sebagainya.

Kaos merupakan pakaian yang digunakan sehari-hari, sering kali kaos digunakan saat berada di rumah dan saat kegiatan non formal di luar rumah. Dalam bidang Pariwisata kaos menjadi salah satu suvenir yang cukup umum sebab kaos masuk dalam gaya hidup. Selain itu kaos juga merupakan media promosi yang cukup efektif. Kaos dalam bidang pariwisata tentunya mempunyai corak atau desain yang khas dan mampu mewakili pariwisata suatu wilayah sehingga mudah dikenali dan mudah dipahami informasi yang ada dalam corak atau desain kaos tersebut.

Kaos-kaos berkelas yang menggambarkan tentang tempat pariwisata di kota Ngawi dapat digunakan untuk media promosi atau pemasaran, karena di dalam kaos terdapat unsur visual berupa gambar dan typo yg menarik perhatian. Unsur estetika dapat menambah nilai plus dari pemasaran tersebut karena akan lebih menarik dilihat oleh konsumen. Kaos dengan desain yang

kurang menarik akan mengakibatkan pemakainya kurang percaya diri, sehingga fungsi kaos sebagai media promosi tidak bisa terpenuhi.

Ngawi adalah sebuah kabupaten di Provinsi Jawa Timur, Indonesia. Kabupaten ini terletak di bagian barat Provinsi Jawa Timur yang berbatasan langsung dengan Provinsi Jawa Tengah. Kabupaten ini berbatasan langsung dengan Kabupaten Grobogan, Kabupaten Blora (keduanya termasuk wilayah Provinsi Jawa Tengah), dan Kabupaten Bojonegoro di utara, Kabupaten Madiun di timur, Kabupaten Magetan dan Kabupaten Madiun di selatan, serta Kabupaten Sragen dan Kabupaten Karanganyar (Jawa Tengah) di barat.

Kabupaten Ngawi pernah lepas dari kata sejarah. Banyak peninggalan-peninggalan zaman kerajaan maupun penjajahan yang masih dapat dilihat dan dipelajari oleh masyarakat. Keberadaannya masih terawat bahkan sebagian besar dijadikan tujuan wisata yang bisa dikunjungi, tertata rapi dan dikelola dengan baik oleh pemerintah dan pihak swasta. Tempat wisata di Ngawi yang penuh dengan suasana peninggalan masa lalu adalah Benteng Pendem (Benteng Van den Bosch). Dilihat dari bangunannya, tampak jelas bahwa bangunan tua ini adalah peninggalan zaman kolonial. Ada juga Museum Trinil, museum kecil yang mendunia berkat temuannya yang fenomenal di dunia perpurbakalaan. Ada banyak fosil yang berasal dari jutaan tahun lalu yang berhasil tersingkap dan dikumpulkan di museum ini. Satu lagi tempat wisata peninggalan Belanda yang masih terjaga hingga saat ini yaitu Wisata Kebun Teh Jamus.

Ngawi juga menyimpan beberapa keindahan wisata alam mulai dari Kebun Teh Jamus, Air Terjun Pengantin, Air Terjun Serambang, Air Terjun Suwono, Tebing Bekas Galian C, Taman Candi, Taman Labirin, Waduk Pondok, Waduk Sangiran dan masih banyak lagi. Dengan segudang lokasi wisata, tentu Ngawi mempunyai potensi dalam hal pariwisata yang diharapkan mampu menyokong ekonomi dan membuka banyak lapangan pekerjaan untuk masyarakat sekitar. Sayangnya informasi tersebut kurang diketahui oleh turis lokal maupun turis asing, sehingga banyak tempat wisata di Ngawi terkesan sepi dan hanya dikunjungi masyarakat sekitar saja. Dari pembahasan di atas maka dapat disimpulkan bahwa Pariwisata Kabupaten Ngawi membutuhkan media promosi untuk meningkatkan pertumbuhan pariwisatanya.

B. RUMUSAN MASALAH

1. Bagaimana konsep perancangan desain kaos sebagai media promosi pariwisata Kabupaten Ngawi?
2. Bagaimana merancang desain kaos sebagai media promosi pariwisata Kabupaten Ngawi?

C. TUJUAN

1. Membuat konsep perancangan desain kaos sebagai media promosi pariwisata Kabupaten Ngawi.
2. Merancang desain kaos sebagai media promosi Kabupaten Ngawi.

D. MANFAAT

Adapun manfaat dari penyusunan tugas akhir ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi penulis

Mengembangkan ide dan kreatifitas dengan merancang desain kaos sebagai media promosi pariwisata kabupaten Ngawi. Menerapkan segala keilmuan dan keahlian yang didapat selama melakukan studi di desain komunikasi visual di Universitas Sahid Surakarta. Sebagai syarat kelulusan strata 1 (S1) Jurusan Desain Komunikasi Visual di Universitas Sahid Surakarta.

2. Bagi Akademik

Sebagai acuan, bahan referensi, dan evaluasi mahasiswa lain

3. Bagi Kabupaten Ngawi

Menjadi satu media promosi pariwisata Kabupaten Ngawi sehingga mampu membantu pertumbuhan ekonomi dalam bidang pariwisata.

E. TINJAUAN PUSTAKA

Peneliti terdahulu telah menyusun jurnal dengan judul Ilustrasi secara harafiah berarti gambar yang dipergunakan untuk menerangkan atau mengisi sesuatu. Dalam desain grafis, ilustrasi merupakan subjek tersendiri yang memiliki alur sejarah serta perkembangan yang spesifik atas kegiatan seni itu (Kusrianto, 2009:110). Jurnal tersebut akan menjadi acuan perancangan desain ilustrasi agar tidak terlepas dari unsur-unsur penting ilustrasi dan tetap efektif dalam penyampaian informasi.

Muhammad Imam Tobroni dalam jurnalnya yang berjudul “Teknik Sablon Sebagai Media Apresiasi Karya Desain Pada *T-Shirt*” (memaparkan teknis dan peralatan yang digunakan dalam membuat sablon pada kaos. Hal-hal yang tertulis di dalamnya sangat membantu penulis dalam perancangan ini sehingga terhindar dari teknis dan pemilihan alat yang kurang efektif. (2011: 169-181).

Berdasarkan hasil tugas akhir dari Diyah Ayu Pradapa Ningrum (2011) tentang Desain Grafis Kartunal pada *T-Shirt* sebagai Media Kampanye Penanggulangan HIV/AIDS, berisi tentang terciptanya karya desain grafis kartunal *T-Shirt* yang menjadi promosi kampanye penanggulangan HIV/AIDS, sehingga kaos tersebut dapat menjadi media informasi kepada masyarakat luas terutama remaja mengenai bahaya HIV/AIDS. Pemaparan dalam tugas akhir tersebut memiliki tujuan yang sama dengan perancangan ini, yaitu menyampaikan informasi kepada masyarakat. Yang membedakan adalah obyek dari perancangannya, dalam perancangan ini berfokus pada penyebaran informasi dan sebagai strategi pemasaran pariwisata Ngawi.

Berdasarkan hasil tugas akhir dari Danoe Jalu Ariswandy (2017) tentang Perancangan Grafis Kaos Bergambar Tokoh Wayang, perkembangan teknologi dan informasi sangat mempengaruhi industri fesyen khususnya industri kaos. Pengaruh tersebut terlihat jelas pada munculnya beragam desain kaos dari segi desain bentuk, hingga desain ilustrasi yang dicetak pada media kaos. Dampaknya sangat baik pada pelestarian budaya wayang, memberikan informasi dan edukasi secara tak langsung pada generasi bangsa.

Berbeda halnya dengan tugas akhir tersebut yang berfokus pada tokoh-tokoh wayang dan budaya, pada perancangan ini lebih berfokus pada sektor pariwisata khususnya pariwisata Ngawi.

F. LANDASAN TEORI

1. Desain

Pengertian desain menurut Ulrich & Eppinger (2008: 190) berdasarkan keterangan dari *Industrial Designers Society of America* (IDSA) adalah “layanan profesional dalam menciptakan dan mengembangkan konsep dan spesifikasi yang mengoptimalkan fungsi, nilai, dan tampilan produk dan sistem untuk saling menguntungkan antara pengguna dan produsen.”

Berdasarkan pengertian di atas maka dapat disimpulkan bahwa desain merupakan layanan yang berhubungan dengan pembuatan konsep, spesifikasi dan analisis data yang mengoptimalkan nilai dan fungsi produk untuk suatu proyek tertentu yang saling menguntungkan antara produsen dengan konsumen. Proses desain bukan hanya mengutamakan bentuk dan fungsi dari produk akan tetapi bagaimana interaksi antara produk dengan pengguna (dalam hal penggunaan). Menurut Ulrich & Eppinger (2008: 190) yang mengutip dari Dreyfus (1967) menerangkan bahwa terdapat 5 tujuan penting dalam proses desain produk, antara lain :

- a. *Utility* (Kegunaan) : Produk yang digunakan harus aman terhadap manusia, mudah pada saat pengoperasian/digunakan.

- b. *Appearance* (Tampilan) : Bentuk yang unik dipadukan dengan garis yang tegas dan pemberian warna menjadi kesatuan yang menarik untuk produk.
- c. *Easy to maintenance* (Kemudahan pemeliharaan) : Produk dirancang bukan hanya sebatas penggunaan saja akan tetapi harus dirancang agar mudah dalam pemeliharaan dan perbaikan.
- d. *Low cost* (Biaya yg rendah) : Produk yang didesain harus dapat diproduksi dengan biaya yang rendah agar dapat bersaing.
- e. *Communication* (Komunikasi) : Desain produk harus dapat mengaplikasikan nilai-nilai dari filosofi dan misi perusahaan sebagai cara mengkomunikasikan filosofi dan misi perusahaan kepada masyarakat. Menurut Ulrich & Eppinger (2008: 191) Pentingnya suatu desain pada produk harus memenuhi 2 dimensi, yaitu ergonomi & estetika.

2. Ilustrasi

Ilustrasi adalah hasil visualisasi dari suatu tulisan dengan teknik gambar, lukisan, fotografi, atau teknik seni rupa lainnya yang lebih menekankan hubungan subjek dengan tulisan yang dimaksud daripada bentuk. Tujuan ilustrasi adalah untuk menerangkan atau menghiasi suatu cerita, tulisan, puisi, atau informasi tertulis lainnya. Diharapkan dengan bantuan visual, tulisan tersebut lebih mudah dicerna.

Jacob Rapa Tister Mahasiswa Universitas Petra Program Studi Desain komunikasi Visual, dalam Tugas Akhir perancangan *T-shirt*

Grafis berdasarkan Interpretasi Nilai-nilai Kristiani mengatakan bahwa *T-shirt* grafis mampu menyampaikan pesan-pesan moral dalam menanggapi fenomena-fenomena yang terjadi pada remaja Kristen, yaitu tentang pergaulan bebas dan pornografi. Pesan-pesan moral yang disampaikan dalam bentuk *T-shirt* grafis juga menjadi gaya fesyen tersendiri. Hal ini sesuai dengan harapan perancangan kaos wisata Ngawi yang diharapkan mampu menyampaikan dan mencapai tujuan mempromosikan wisata Ngawi kepada masyarakat. Perbedaan dengan perancangan ini adalah objek yang diangkat dan tema ilustrasi.

Ilustrasi merupakan unsur penting, karena sering dianggap sebagai bahasa universal yang dapat menembus rintangan yang ditimbulkan oleh perbedaan bahasa. Bentuk ilustrasi di dalamnya termasuk foto-foto, diagram, peta, grafik dan tanda-tanda yang dapat mengungkapkan suatu hal secara lebih cepat dan lebih berguna pada teks (Sudiana 1986: 37).

Pada perancangan kaos pariwisata Ngawi penggunaan ilustrasi merupakan hal penting agar kaos menarik untuk digunakan. Bentuk ilustrasi dalam desain grafis tidak selalu berupa gambar, namun bisa berupa foto, goresan, garis, warna, tekstur, huruf, dan sembarang elemen visual yang dapat mendukung tujuan komunikasi dan estetika. Dalam desain grafis, terdapat beberapa teknik pembuatan ilustrasi, yaitu sablon, cetak digital, dan komputer grafis (Supriyono, 2010: 170).

Berdasarkan coraknya, ilustrasi menurut Hadi (1993: 20 – 23) dapat diklasifikasikan menjadi 2, yaitu :

- a. **Ilustrasi Realistik** Ilustrasi realistik adalah penggambaran bentuk yang anatomis dan mempunyai perspektif yang jelas sesuai dengan keadaan nyata (real). Secara visual, ilustrasi realistik cenderung lebih mudah dipahami karena visualisasinya seperti dengan bentuk aslinya. Contoh ilustrasi realistik diantaranya adalah fotografi, dan gambar atau lukisan realistik.
- b. **Ilustrasi Non Realistik** Ilustrasi non realistik adalah penggambaran bentuk yang tidak anatomis dan tidak perspektif dengan keadaan nyata. Secara visual, ilustrasi non realistik merupakan gambar sederhana atau gambar yang dideformasi dari bentuk aslinya. Contoh ilustrasi non realistik diantaranya adalah gambar kartun, simbol, susunan huruf, dan bidang tertentu.

3. Pengertian Kaos

Kaos adalah jenis pakaian yang bisa menutupi sebagian lengan, seluruh dada, bahu dan perut, dan ini berlaku untuk kaos oblong berlengan pendek, namun ada juga kaos dengan lengan panjang. Kaos pun banyak jenisnya, ada kaos oblong yang memiliki lengan pendek dan berleher bundar. Ada juga kaos polo atau kaos wangki yang bentuknya hampir sama dengan kaos oblong namun memiliki kerah di bagian leher.

T-Shirt atau kaos oblong pada awalnya digunakan sebagai pakaian dalam tentara Inggris dan Amerika pada abad 19 sampai awal abad 20. Asal muasal nama Inggrisnya, *T-shirt*, tidak diketahui secara pasti. Teori yang paling umum diterima adalah nama *T-shirt* berasal dari bentuknya

yang menyerupai huruf "T", atau dikarenakan pasukan militer sering menggunakan pakaian jenis ini sebagai "*training shirt*".

Pada mulanya, kaos digunakan untuk pakaian dalam tentara Inggris dan Amerika di abad 19 sampai awal abad 20. Saat itu pun penggunaan kaos belum dikenal masyarakat secara luas, bahkan para tentara pun hanya menggunakan kaos saat udara panas dan kegiatan yang tidak menggunakan seragam. Kaos pun mulai dikenal luas oleh pemberitaan media yang mengekspos penggunaan kaos di foto majalah. Di foto tersebut memperlihatkan para tentara seakan menggunakan kaos bukan untuk pakaian dalam, walaupun memang secara garis besar masyarakat menilai kaos adalah pakaian dalam.

Pada tahun 1947 kaos menjadi cukup populer saat dikenakan oleh Marlon Brando. Marlon mengenakan kaos ketika pentas teater dengan lakon "*A Street Named Desire*" dan memerankan tokoh bernama Stanley Kowalsky, teater ini adalah karya dari Tennessee Williams di Broadway, Amerika Serikat. Saat itu Marlon mengenakan kaos dengan warna abu-abu.

Tidak hanya Marlon Brando saja, James Dean juga ikut ambil bagian untuk mempopulerkan kaos walaupun secara tidak langsung. Di tahun 1955 James Dean membintangi film berjudul "*Rebel Without A Cause*". Namun kepopuleran kaos saat itu tidak luput dari pro dan kontra, karena banyak juga yang beranggapan bahwa pemakaian kaos memiliki sifat pemberontakan. Saat itu sebagian orang menganggap pemakaian

kaos tidak memiliki kesopanan dan tidak beretika. Selepas teater yang dibintangi oleh Marlon Brando, para pemuda justru dilanda demam kaos yang menganggap bahwa kaos sebagai lambang kebebasan, dan mereka juga menilai bahwa kaos tidak hanya sebuah mode atau tren tapi juga bagian dari kehidupan sehari-hari.

Adanya kontroversi menyebabkan kaos semakin populer. Saat itu banyak perusahaan konveksi yang mulai memproduksi kaos dengan mengembangkannya menjadi berbagai bentuk dan warna. Bahkan Marlon Brando pun turut serta menjadi bintang iklan dari produk kaos, dimana saat itu ia mengenakan kaos oblong dengan dipadukan celana jins serta jaket kulit. Hingga pada tahun 1961 sebuah organisasi yang menamakan diri "*Underwear Institute*" menyuarakan agar kaos diakui sebagai pakaian yang sopan layaknya baju lainnya. Organisasi tersebut juga mengatakan bahwa kaos merupakan karya busana yang sudah menjadi bagian dari mode.

Berdasarkan definisi serta penjelasan di atas, kaos merupakan salah satu jenis pakaian yang menutup keseluruhan badan dengan memadupadankan bentuk serta selera. Jenis pakaian dengan bahan yang dapat direntangkan juga masuk ke dalam jenis kaos, sehingga secara teoritis kaos sama dengan pakaian namun berbeda pada penggunaan. Pada sisi yang lebih penting kaos bisa digunakan oleh siapapun dan dari kalangan apapun. Wanita ataupun pria pastinya bisa menggunakan kaos, dari

berbagai usia, baik balita, remaja, juga orang dewasa bisa menggunakan kaos. Terlebih lagi kaos pun untuk saat ini memiliki tren sendiri.

4. Pengertian promosi dan media promosi

Menurut kamus KBBI promosi artinya memperkenalkan dalam rangka memajukan usaha, dagang, dsb. Promosi menurut Kotler dan Keller (2012) adalah suatu upaya dalam menginformasikan atau menawarkan produk atau jasa yang bertujuan untuk menarik calon konsumen agar membeli atau mengonsumsinya, sehingga diharapkan dapat meningkatkan volume penjualan. Sedangkan menurut Gitosudarmo (2014) mengemukakan bahwa promosi merupakan kegiatan yang ditujukan untuk mempengaruhi konsumen agar mereka mengenal produk yang ditawarkan oleh perusahaan kepada mereka yang kemudian mereka menjadi tertarik dan membeli produk tersebut.

Peter dan Olson (2014) menyatakan bahwa promosi adalah suatu kegiatan yang dilakukan pemasar untuk menyampaikan informasi mengenai produknya dan membujuk konsumen agar mau membelinya. Berdasarkan definisi yang telah disampaikan di atas maka dapat kita tarik kesimpulan bahwa promosi merupakan kegiatan menginformasikan mengenai produk dan jasa kepada konsumen agar dikenal dan mempengaruhi konsumen untuk membeli produk dan jasa tersebut.

Tujuan utama promosi tentunya adalah memberi informasi, menarik perhatian dan memberi pengaruh dalam hal meningkatkan ketertarikan konsumen pada produk. hal tersebut dapat kita lihat dari

definisi-definisi menurut para ahli yang ada di atas. Schoell (2016), menyatakan bahwa tujuan promosi adalah untuk mendapatkan perhatian, pengajaran, untuk meningkatkan, membujuk, dan meyakinkan. Menurut Laksana (2008) terdapat tujuan umum dan tujuan khusus promosi, yang akan dijelaskan sebagai berikut :

a. Tujuan Umum

Bersumber pada tujuan komunikasi pemasaran, yaitu untuk mempercepat respon pasar yang ditargetkan.

b. Tujuan Khusus

- 1) Bagi Konsumen (*consumer promotion*), untuk mendorong konsumen antara lain agar lebih banyak menggunakan produk, membeli produk dalam unit yang besar, mencoba merek yang dipromosikan, dan untuk menarik pembeli dari merek lain yang bersaing dengan produk yang sedang dipromosikan.
- 2) Bagi pengecer (*trade promotion*), membujuk pengecer untuk menjual produk baru, menimbun lebih banyak persediaan barang, mengingatkan pembeli ketika sedang tidak musim, membujuk agar menimbun barang-barang yang dipromosikan dan memperoleh jalur pengecer baru.
- 3) Bagi wiraniaga (*sales force promotion*), untuk memberi dukungan pada produk baru, juga untuk merangsang mereka mencari pelanggan baru dan mendorong penjualan.

Media promosi adalah sarana mengomunikasikan suatu produk, jasa, *brand*, perusahaan, atau lainnya agar dapat dikenal masyarakat lebih luas. Media promosi yang paling tua adalah dari mulut ke mulut, dilanjutkan dengan media promosi konvensional seperti brosur, poster, katalog, pamflet, buklet, spanduk, papan iklan, reklame, kartu nama, iklan TV, radio, media cetak, dan lain-lain.

5. Tempat Wisata di Kabupaten Ngawi

Nama Ngawi berasal dari kata “awi” yang berarti bambu. Kata “awi” mendapatkan tambahan huruf sengau “ng” didepan sehingga menjadi “Ngawi”. Nama ini menunjukkan suatu tempat yang berada di pinggir Bengawan Solo dan Bengawan Madiun yang ditumbuhi banyak pohon awi atau pohon bambu. Hari jadi Ngawi jatuh pada tanggal 7 Juli 1358, tanggal ini ditetapkan melalui Surat Keputusan Bupati Kepala Daerah Tingkat II Ngawi Nomor 04 Tahun 1987.

Kabupaten Ngawi memiliki banyak tujuan wisata mulai dari wisata alam hingga wisata sejarah, beberapa diantaranya adalah sebagai berikut:

a. Kebun Teh Jamus

Perkebunan Teh Jamus terletak di lereng Gunung Lawu sisi utara, tepatnya di Desa Girikerto, Kecamatan Sine, 40km arah barat daya dari pusat kota Ngawi. Kebun teh ini menawarkan pemandangan dari ketinggian 800-1200 mdpl dengan nuansa alam yang indah, asri, dan sejuk.

c. Air Terjun

Air terjun di Kabupaten Ngawi yang banyak mendapat perhatian beberapa tahun terakhir adalah Air Terjun Pengantin yang berada di Desa Hargomulyo, Kecamatan Ngrambe. Selain Air Terjun Pengantin, terdapat 3 air terjun lain di Kabupaten Ngawi. Ketiga air terjun tersebut adalah Air Terjun Suwono, Air Terjun Srambang, dan Air Terjun Teleng. Air Terjun Suwono terletak tidak jauh dari Air Terjun Pengantin tepatnya di Dusun Ngetrep - Desa Hargomulyo, posisinya agak terpencil dan tersembunyi dengan jalan menanjak. Air Terjun Srambang berada di area Srambang Park Desa Girimulyo, sedangkan Air Terjun Teleng berada di area Taman Wisata Hutan Segawen di Desa Ngrayudan, keduanya terletak di Kecamatan Jogorogo.

d. Waduk Pondok dan Waduk Sangiran

Waduk Pondok dan Waduk Sangiran terletak di Kecamatan Bringin. Waduk pondok berada di Desa Dero, sekitar 16 meter dari pusat kota Ngawi. Sedangkan Waduk Sangiran terletak di Desa Sumber Bening, sekitar 3 Km arah utara dari Jalan Raya Ngawi-Caruban km 25.

Pengunjung datang ke Waduk Pondok dan Sangiran dengan bermacam tujuan seperti memancing, berbincang santai dengan keluarga, menikmati kuliner ikan hasil waduk, maupun mengunjungi

wisata swafoto yaitu bukit pondok indah di samping Waduk Pondok dan Taman Bambu Air di Waduk Sangiran.

e. Museum Trinil

Berdiri sejak tahun 1891, Museum Trinil terletak di tepi aliran Bengawan Solo tepatnya di Desa Kawu, Kecamatan Kedunggalar 12 Km sebelah barat pusat kota Ngawi. Benda-benda fosil seperti fosil tulang panggul gajah jenis *Stegodon trigonochepslus* dan fosil tulang pengumpul gajah purba menjadi pengisi etalase yang dipajang di Museum Trinil. Terdapat pula fosil gading gajah, tengkorak kepala banteng, dan banyak fosil lain.

f. Museum dr. K.R.T Radjiman Wedyodiningrat

Dr. Radjiman Wedyodiningrat meninggalkan sebuah rumah yang sampai saat ini masih dikelola oleh Pemda Ngawi, Dr. Radjiman Wedyodiningrat adalah ketua Badan Penyelidik Usaha-usaha Persiapan Kemerdekaan Indonesia (BPUPKI). Di rumah peninggalan Dr.radjiman Widyodiningrat ini terdapat Patung Beliu, peralatan rumah tangga, pusaka dll yang masih terawat dengan baik.

g. Monumen Soerjo

Monumen Soerjo dibangun pada tahun 1975 untuk mengenang jasa Raden Mas Tumenggung Aryo Soerjo yaitu Gubernur pertama Jawa Timur yang menjadi korban pemberontakan PKI di Madiun pada tahun 1948. Terletak di tepi ruas jalan negara Ngawi-Solo, para

pengguna jalan dapat dengan mudah menemukan keberadaan monumen bersejarah ini.

h. Taman Wisata Tawun

Taman Wisata Tawun Terletak sekitar 7 km arah timur dari pusat kota Ngawi yaitu di Desa Tawun, Kecamatan Kasreman. Selain memiliki kolam renang atau tempat pemandian, taman ini memiliki area bermain untuk anak-anak, hutan bambu, area memancing, danau buatan dan yang terbaru adalah konservasi bulus.

i. Benteng Van Den Bosch (Benteng Pendem)

Terletak di Kelurahan Pelem, Kecamatan Ngawi, jarak destinasi wisata sejarah ini dari pusat kota Ngawi cukup dekat yaitu kurang lebih 1 Km. Dibangun di sudut pertemuan antara Bengawan Solo dan Bengawan Madiun, lokasi Benteng Pendem sangat strategis bagi tentara Belanda yang memanfaatkan sungai sebagai sarana transportasi.

Daya tarik Benteng Pendem adalah bentuk bangunan kuno yang bergaya arsitektur Eropa dengan pilar-pilar asli yang masih berdiri kokoh. Banyak juga wisatawan yang tertarik berkunjung karena cerita sejarah dan mistis Benteng Pendem yang sempat diulas di acara TV Nasional Mister Tukul Jalan-Jalan Trans7.

G. METODE PERANCANGAN



Gambar 1. Bagan Praproduksi

1. **Ide / Gagasan**

Ide adalah gagasan atau rancangan yang masih ada dalam pemikiran. Dalam pembuatan kaos tempat pariwisata ini penulis harus mengunjungi beberapa tempat yang akan di promosikan.

2. **Observasi**

Observasi dapat diartikan sebagai penelitian atau pengamatan. Penulis melakukan pengamatan tempat wisata untuk mencari keunggulan atau ciri khas yang kemudian digunakan sebagai acuan dalam membuat konsep.

3. **Brief**

Cara - cara yang digunakan dalam pengumpulan sumber data adalah

a) Observasi

Mengunjungi dan mengamati beberapa tempat wisata di Kab. Ngawi sebagai acuan pembuatan konsep desain yang akan digunakan.

b) Wawancara

Wawancara kepada warga sekitar tentang asal-usul tempat tersebut, serta ada hal menarik atau mitos-mitos apa saja di lokasi tersebut sehingga bisa memperluas konsep desain.

c) Dokumentasi

Mendapatkan data-data yang diperlukan seperti foto serta data-data tentang lokasi yang akan dipublikasikan

4. *Brainstorming*

Berdasarkan brief diatas, dilakukan pengembangan ide dengan cara berkonsultasi ke dosen pembimbing, klien dan berdiskusi dengan teman. Tujuannya adalah agar mendapatkan referensi dan masukan yang membuat konsep desain menjadi lebih menarik dan baik .

5. *Produksi*

Proses produksi dimulai dari pembuatan desain, ilustrasi, pemilihan jenis kain yang di pakai dalam pembuatan kaos hingga *finishing* atau perlakuan pada kaos agar bisa tahan lama dan awet .

6. *Evaluasi*

Melakukan evaluasi apakah kaos tersebut sudah siap dan layak untuk dipasarkan.

H. SISTEMATIKA PENULISAN

Sistematika penulisan dalam Tugas Akhir ini adalah sebagai berikut:

1. BAB I

Berisi latar belakang, rumusan masalah, tujuan, manfaat, tinjauan pustaka, landasan teori, metode perancangan, dan sistematika penulisan.

2. BAB II

Berisi informasi-informasi lengkap mengenai objek yang akan dibahas dalam tugas akhir, sejarah, visi-misi, struktur organisasi atau kepengurusan, satuan tugas, dan analisa SWOT.

3. BAB III

Berisi tentang konsep perancangan karya yang akan dibuat berupa analisa data, USP, ESP, *positioning*, analisa karakter, strategi kreatif, konsep teknis dan media plan.

4. BAB IV

Membahas mengenai perwujudan karya yang dibuat serta penjelasan *mock-up* yang akan direalisasikan.

5. BAB V

Berisi kesimpulan dan saran dari penelitian dan pembuatan karya yang dilakukan oleh penulis.