

Reka Cipta Iklan Dengan Pendekatan *Ambient Media* Dalam Konsep Segitiga *Insight* Pada Desa Wisata Betisrejo Kabupaten Sragen

Soky Putu Wiyano Wandowo¹, Basnendar Herry Prilosadoso²

Institut Seni Indonesia (ISI) Surakarta^{1,2}

Artikel History

Dikirim: 12 Februari 2022

Revisi : 24 Maret 2022

Diterima: 17 Mei 2022

Abstract

Ambient Media Advertising Design With the Insight Triangle Concept as Part of a Creative Strategy for Betisrejo Tourism Village, Sragen Regency. This design uses the insight triangle concept consisting of product, consumer, and medium knowledge as the basis for designing the advertising promotion. The problem and the urgency in this research is that the organic farming of this tourist village provides good health impacts and fun natural entertainment, to consumers who need it. With this design, it is expected to be able to reach the target consumer with the ambient media method for the image of the Betisrejo Tourism Village, to arouse public attention to interact with advertising promotions to get a better experience in order to make an impression on the memory of the target consumer.

Keyword: *ambient media, tourist village, advertising promotion*

Abstrak

Reka Cipta Iklan *Ambient Media* Dengan Konsep Segitiga *Insight* Sebagai Bagian Dari Strategi Kreatif Untuk Desa Wisata Betisrejo Kabupaten Sragen. Perancangan ini menggunakan konsep segitiga *insight* yang terdiri dari pengetahuan produk, konsumen, serta mediumnya sebagai dasar merancang promosi iklan tersebut. Problemlanya dan urgensi dalam penelitian ini adalah pertanian organik desa wisata ini memberikan dampak kesehatan yang baik dan hiburan alam yang menyenangkan, kepada konsumen yang membutuhkannya. Dengan perancangan ini diharapkan mampu menjangkau target konsumen dengan metode *ambient media* untuk citra Desa Wisata Betisrejo, untuk menggugah perhatian masyarakat untuk berinteraksi dengan promosi iklan mendapatkan pengalaman yang lebih agar membekas di ingatan target konsumen.

Kata kunci: *ambient media, desa wisata, promosi iklan*

Corresponding author.

Alamat E-mail: sokypyputu@gmail.com



10.33153/citrawira.v3i1.4623



<http://jurnal.isi-ska.ac.id/index.php/citrawira>



citrawira@isi-ska.ac.id



This is an open-access article under the CC-BY-SA license

PENDAHULUAN

Memasuki era globalisasi dengan potensi alam yang baik peranan pariwisata harus didukung dengan sumber daya manusia yang mau berkontribusi secara maksimal untuk mendapatkan kualitas wisata yang bersaing. Pariwisata menurut Happy Marpaung (2002:13) adalah perpindahan sementara yang dilakukan manusia dengan tujuan keluar dari pekerjaan-pekerjaan rutin, keluar dari tempat kediamannya. Aktifitas dilakukan selama mereka tinggal di tempat yang dituju dan fasilitas dibuat untuk memenuhi kebutuhan mereka. Nature berisi sebagai segala macam aktivitas yang berhubungan dengan alam.

Indonesia memiliki banyak daerah yang masih asri dan alami, hal itu dibuktikan dengan adanya perhutanan, perkebunan serta pertanian yang tersebar di seluruh penjuru, yang bisa dijelaskan sebagai wilayah pedesaan. Desa sebagai lumbung bahan sandang, pangan, dan papan bagi masyarakat, berpotensi juga untuk dikembangkan menjadi desa wisata yang menarik wisatawan lokal, maupun mancanegara. Untuk menjadi obyek wisata, setidaknya kawasan tersebut perlu memberikan kenyamanan kepada wisatawan, infrastruktur yang bagus, dan ketersediaan transportasi, sehingga memudahkan serta terhubung dengan wisata yang ada di desa-desa, baik itu di pelosok desa, maupun tidak. Betisrejo merupakan desa wisata bercorak agro dan banyak lokasi yang bisa untuk dikunjungi.

Pendukung daripada desa wisata Betisrejo ini terdapat homestay yang disediakan oleh warga, yang berguna apabila wisatawan ingin menginap. Homestay yang tersedia diantaranya berada di desa Sukorejo sebanyak 30 buah dan desa Jetis 25 buah, kedua tempat tersebut memiliki khas pedesaan agraris berupa lahan

pertanian yang cukup luas mencapai 132 Ha, serta salah satu daerah penghasil padi terbesar di Jawa Tengah. Berdasarkan potensi yang dimiliki ini perlu didukung menjadi obyek wisata yang lebih menarik, yang sebelumnya Kabupaten Sragen lebih menonjolkan Museum Sangiran sebagai obyek wisatanya. Padahal Sragen memiliki geografis yang lebih mendukung untuk berwisata argo tersebut.

Metode Penciptaan

Penciptaan karya penelitian pada perencanaananya membutuhkan sebuah metode yang digunakan. Pada penciptaan promosi iklan ambient media dengan konsep segitiga insight Desa Wisata Betisrejo, metode yang digunakan adalah melalui beberapa proses yang ditempuh yaitu 3 tahap berupa tahap persiapan, analisis data, dan realisasi karya.

- **Pengumpulan Data Primer**

Penciptaan karya penelitian pada perencanaananya membutuhkan sebuah metode yang digunakan. Pada penciptaan promosi iklan ambient media dengan konsep segitiga insight Desa Wisata Betisrejo, metode yang digunakan adalah melalui beberapa proses yang ditempuh yaitu 3 tahap berupa tahap persiapan, analisis data, dan realisasi karya.

- **Pengumpulan Data Sekunder**

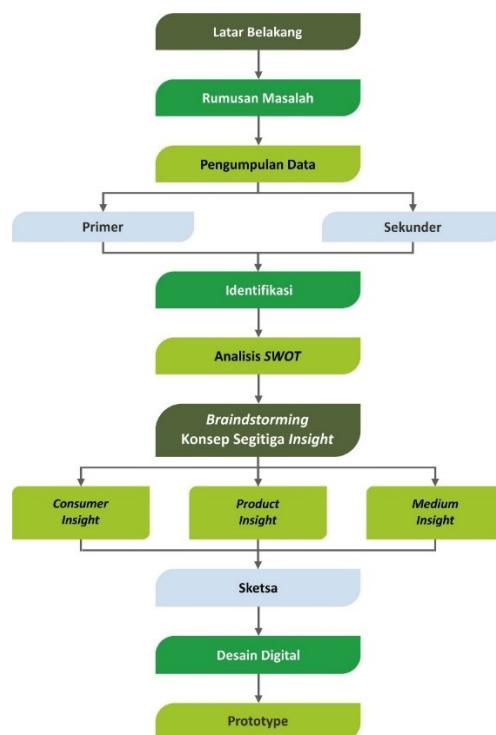
Metode pengumpulan data sekunder meliputi kepustakaan, internet, dan dokumentasi. Metode kepustakaan adalah metode yang mengumpulkan dan memperoleh data melalui media cetak dari berbagai sumber seperti buku, artikel, jurnal, majalah, koran, dan sebagainya yang berhubungan dengan branding, dan promosi periklanan *ambient media*.

Metode Penciptaan

Berasal dari bagan diatas dapat dijelaskan bahwa *SWOT* dalam analisisnya yang saling bertemu terbagi menjadi 4 situasi strategis berupa strategi agresif, diverifikasi, defensif, dan turn-around. Strategi yang digunakan pada situasi tersebut yaitu meminimalkan masalah dalam internal sehingga dapat merebut peluang yang lebih baik. Desa Wisata Betisrejo dalam analisis *SWOT* yang diperoleh melalui penelitian yang dilakukan, selanjutnya dilakukan komparasi dengan desa wisata atau kawasan wisata yang sejenis.

Skema Perancangan

Konsep perancangan Iklan *Ambient Media* Desa Wisata Betisrejo untuk lebih memperjelas proses metode perancangan yang diolah dari berbagai sumber dapat dilihat pada bagan dibawah ini.



Gambar 1. Skema Perancangan Iklan Ambient Media Desa Betisrejo
(Sumber: Soky, 2019)

Skema perancangan diatas merupakan urutan proses dari proses karya iklan *Ambient Media* yang dijelaskan secara singkat dimulai dari Analisis SWOT, Brainstorming Konsep Segitiga *Insight, Sketsa, Desain Digital, Prototype*.

PEMBAHASAN

Desa Wisata Betisrejo adalah gabungan dari 3 desa yaitu: Desa Jambeyan, Jetis, dan Sukorejo, gabungan tiga desa tersebut merupakan bagian dari Program Ekonomi Lokal yang masuk ke bagian Program Pemerintah provinsi Jawa Tengah yang diintegrasikan pada kegiatan Forum for Economic Development and Employment Promotion dan ditindaklanjuti oleh Pemkab Sragen dengan membuat Rencana Bisnis dan Kerja Tindak Lanjut Tahun 2011 dan ditetapkan melalui Surat Keputusan Bupati Nomor: 556/13/002/2012 tentang Penetapan Desa Wisata Pertanian Organik Kawasan Agropolitan Kecamatan Sambirejo, Kabupaten Sragen.

Desa Wisata Betisrejo terletak di lokasi strategis dengan berada di jalur yang terhubung dengan obyek wisata lainnya yang ada di wilayah Solo Raya, di sebelah barat terdapat Wisata Batik Kliwonan dan Pilang yang berada di Masaran, Sebelah utara Museum Sangiran yang memiliki koleksi manusia purba asli dari Indonesia khususnya Jawa, Sebelah Timur dan Selatan yaitu Candi Sukuh, Cetho dan Tawangmangu. 3 desa tersebut memiliki kondisi dan potensi sebagai berikut.

1. Kondisi dan Potensi Desa Sukorejo

Di Sukorejo dapat ditemui tata letak persawahan terasiring mirip dengan yang ada di Bali. Menurut cerita rakyat desa, pola persawahan

tersebut diawali ketika masa pemerintahan KGPAA Mangkunegara IV yang meminta para petani untuk mengadopsi tata letak persawahan khas Pulau Dewata. Wisatawan yang ingin berkunjung ke desa ini bisa mempelajari, ikut bertani padi secara organik, serta diperbolehkan membelinya secara langsung di tempat. Wisata lain yang dimiliki yaitu sungai yang dibuat oleh warga menjadi kolam renang Telaga Bandut, yang dikhususkan untuk bermain anak-anak. Desa Sukorejo saat ini memiliki beberapa potensi lainnya yang berguna menarik wisatawan salah satunya yaitu berupa kegiatan bertani padi secara organik, membuat pupuk dan pestisida berbahan organik.

2. Kondisi dan Potensi Desa Jetis

Selain perkebunan dan pertanian disediakan juga Griya Sehat Mbah Miyono berupa area pertanian terpadu yang bisa digunakan sebagai tempat beristirahat atau melepas lelah setelah berwisata. Di tempat ini pengunjung bisa belajar berkebun dan berternak secara organik, membuat pupuk, pestisida, bertanam buah dalam pot secara organik bersama Mbah Miyono. "Jamu KB untuk Tikus" merupakan salah satu ramuan khusus yang bisa diajarkan kepada pengunjung, obat ini berguna ampuh untuk mengurangi serta mencegah bertambahnya hama tikus yang bisa merusak atau memakan hasil tani bahkan untuk tikus rumahan. Tidak jauh dari sekitar "Griya Sehat Mbah Miyono", terdapat mata air yang dijadikan kolam pemandian air panas bernama Sendang Panguripan di Dukuh Sambilenguk. Hutan Suaka Margasatwa Alas Tunggangan merupakan satu-satunya taman suaka margasatwa di Jawa Tengah dengan hewan khasnya yaitu ayam hutan dan landak. Selanjutnya potensi yang melengkapinya terdapat air terjun Watu Ijo di hulu Sungai Teleng. Hilir dari Sungai Teleng, terdapat beberapa batu pipih raksasa seukuran meja pingpong. Lokasi tersebut juga dekat dengan Sendang Panguripan. Disini wisatawan bisa menikmatinya dengan merebahkan di atas batu tersebut, sambil mendengarkan gemicik air sungai yang cukup deras mengalir.

3. Kondisi dan Potensi Desa Jambeyan

Desa Jambeyan dikenal sebagai sentra camilan berbahan baku singkong. Sedikitnya terdapat 21 industri rumah tangga yang mengolah kripik, getuk, dan tape. Kripik berbahan singkong khas Jambeyan dikenal dengan nama Trowolo. Cara membuatnya berbeda dengan kripik singkong biasa. Trowolo dibuat dari singkong yang digiling menjadi adonan lembut. Lokasi berada tidak jauh dari Depot Jamu 'Mas Kabul, terdapat situs bersejarah Makam Joko Budug yang memiliki nisan sepanjang 8 meter. Joko Budug merupakan pemuda sakti yang membangun terowongan air raksasa. Joko Budug mengerjakannya seorang diri dan hanya beralatkan pelepas pisang untuk melubangi bukit. Di dekat terowongan air tergeletak batu dengan relief tapak kaki yang diyakini sebagai jejak Joko Budug. Proses pembuatan kripik trowolo, getuk, tape, tahu, tempe, dan ciping singkong.

Konsep Segitiga *Insight* Desa Wisata Betisrejo

Berdasarkan data hasil observasi yang telah dilakukan pada Desa Wisata Betisrejo, sebagai desa wisata yang menawarkan wisata pertanian organik. Wisatawan diajak untuk mengenal serta ikut belajar mempraktikan hal tersebut, walaupun terdapat wisata pendukung berupa wisata bermain air, outbound dan pemandian air hangat sebagai pelengkapnya. Melalui Konsep Segitiga *Insight* memudahkan dalam pembuatan iklan ambient media, terdiri dari *consumer insight*, *product insight*, dan *medium insight*.

1. *Consumer Insight*

Pengetahuan dan pemahaman mendalam tentang target konsumen Desa Wisata Betisrejo yang berpengaruh pada pemahaman yang benar. Pemahaman yang dibutuhkan daripada konsumen yaitu segmentasi demografis, geografis dan psikografis, berikut pemahamannya :

a. Segmentasi Demografis

- Usia : 7 s/d 60 Tahun
- Jenis Kelamin : Laki-laki dan Perempuan
- Pendidikan : SD, SMP, SMA, Universitas, s/d Umum
- Status : Keluarga, Komunitas, Pegawai Swasta, Pelajar
- Pekerjaan : Umum
- Warga negara : Indonesia, Warga Negara Asing (WNA)
- Bahasa : Indonesia, Jawa, dan Inggris

b. Segmantasi Geografis

- Domisili : Perkotaan
- Wilayah : Indonesia
- Kepadatan Wilayah : Tinggi
- Iklim : Tropis

c. Segmentasi Psikografis

- Kepribadian : Pekerja keras, cinta keluarga, dan sederhana
- Gaya hidup : Memiliki kesibukan tinggi, hidup sehat, dan menyukai budaya dan alam
- Perilaku : Peduli terhadap keluarga, budaya, dan alam

2. *Product Insight*

Berdasarkan identifikasi serta analisis data yang telah dilaksanakan tentang Desa Wisata Betisrejo yang terletak di Kabupaten Sragen, terhubung dengan konesitas obyek wisata lain di Solo Raya dan merupakan agrowisata yang mengandalkan geografis alam, serta pertanian organiknya sebagai daya tarik kepada wisatawan. Sebagai hiburan saat berwisata bertani dan membuat pupuk organik, membuat jamu KB untuk Tikus, wisatawan juga bisa menikmati guyuran air terjun Watu Ijo atau raft tire di sungai Jetis sambil menikmati makanan tradisional yang ada di Desa Wisata Betisrejo.

3. *Medium Insight*

Medium merupakan bagian penting dalam pembuatan karya ambient media, menurut Marshall McLuhan medium berfungsi untuk menguatkan atau mempercepat proses yang ada, serta mengenalkan perubahan skala atau langkah atau bentuk atau pola ke dalam hubungan, urusan, dan tindakan manusia yang mengandung arti dan pesan yang bersifat sosial dan psikis, tetapi hal tersebut tergantung pada medium itu sendiri, secara mendasar ini merupakan pengertian dari “*Medium is Message*” dalam Wijaya (2013:66).

Berdasarkan target konsumen yang merupakan usia anak hingga dewasa atau orangtua yang memiliki aktivitas kesibukan yang tinggi, bertempat tinggal di kota padat penduduk, penggunaan medium dalam perancangan ambient media nantinya akan memanfaatkan media pada tempat target konsumen untuk berkumpul maupun beraktivitas

seperti pada alun-alun Kabupaten Sragen, Jalur Pedestrian tengah kota, Halte, dan Pusat perbelanjaan yang ada, dalam hal ini Luwes Sragen dan Mitra Swalayan Sragen. Media yang digunakan bisa berupa permukaan lantai, tangga, pintu masuk, *sign system*, pohon, dan lain sebagainya.

Konsep Kreatif

Berdasarkan Konsep kreatif yang dipilih sebagai pesan promosi yang nantinya akan diterapkan adalah pertanian organik khususnya beras, buah dan sayur organik itu baik untuk kesehatan, bermain lumpur menyenangkan, mendidik mengolah pupuk secara organik, serta bertani padi organik yang baik dan benar. Luwes merupakan salah satu tempat strategis serta ramai pengunjung yang terletak di Sragen kota, cocok untuk mempromosikan Desa Wisata Betisrejo. Segmentasi konsumen pada Luwes Sragen yaitu umum berusia anak hingga dewasa atau orangtua memiliki kebutuhan tinggi.

Alun-alun Sragen merupakan taman pusat terbuka berkumpulnya masyarakatnya maupun pengunjung dari luar daerah, untuk mengabadikan momen sesaat bahwa telah berada di Sragen kota, berseberangan dengan kantor bupati serta pemerintahan kabupaten Sragen. Alun-alun tersebut memiliki pelataran yang cukup luas disertai 2 air mancur besar dan ikon tulang purba di sisi kiri maupun kanan mirip dengan gapura pintu masuk kabupaten serta Museum Sangiran, pedestrian di sekitar lokasi tersebut terbilang luas juga sehingga cocok dijadikan media untuk rancangan ambient media Desa Wisata Betisrejo, media yang bisa menjadi opsi atau dimanfaatkan adalah permukaan jalan pedestrian, air mancur, maupun tempat

sampah dengan pesan yang menarik konsumen ketika berkunjung kesana, sehingga masyarakat dapat berinteraksi lebih dengan ambient media yang dirancang.

1. Pesan Non Visual

Pesan tersebut bertugas untuk menerjemahkan dari visual yang akan dirancang. Bertujuan agar target konsumen bisa memahami pesan dengan baik yang disampaikan karya iklan ambient media Desa Wisata Betisrejo bedasarkan medium-nya. Pesan non visual yang akan digunakan untuk perancangan karya tersebut terhubung dengan ide kreatif dan konsep kreatif yang disederhanakan, ditentukan bahwa pesan yang akan disampaikan adalah “Organik Itu Sehat”, serta pesan pendukungnya berupa Desa Wisata Betisrejo memiliki wahana permainan, dan bertujuan untuk mengajak wisatawan berkunjung ke Desa Wisata Betisrejo.

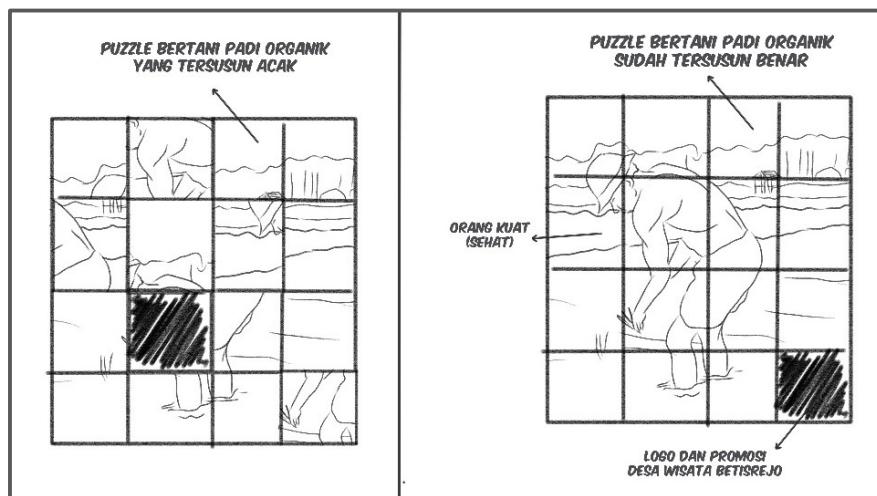
2. Pesan Visual

Bentuk pesan visual merupakan eksekusi hasil dari pesan non visual yang telah ditentukan. Pesan visual yang dirancang adalah kumpulan dari berbagai komponen saling melengkapi membentuk menjadi karya ambient media Desa Wisata Betisrejo yang terdiri dari ilustrasi fotografi, tipografi, warna dan penataan yang selanjutnya disesuaikan pada mediumnya.

3. Sketsa iklan *Ambient Media*

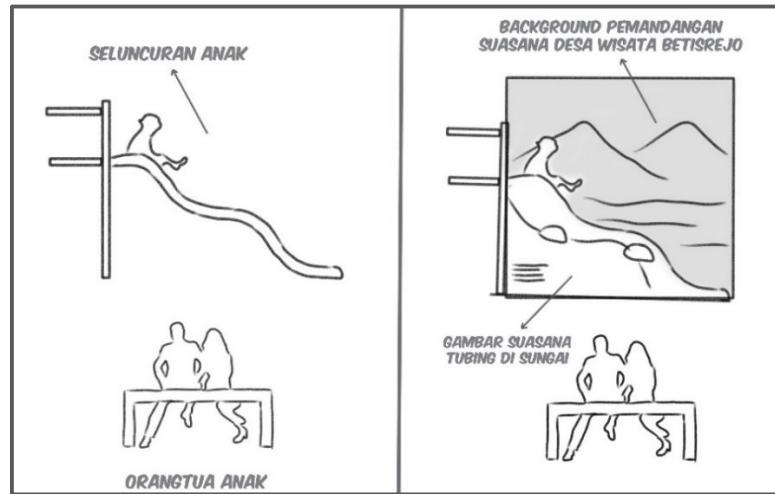
Kata organik dengan visual yang tepat berupa produk yang berasal dari Desa Wisata Betisrejo berupa padi, pisang, dan

jeruk. Sedangkan, visual yang menggambarkan kata sehat seperti simbol palang, hati, fisik kuat. Fakta bahwa produk organik yang dikonsumsi seseorang dapat mencegah penyakit, memperlancar metabolisme dan kebugaran tubuh maka visual yang tepat untuk menggambarkan organik itu sehat adalah simbol kuat atau wajah yang tersenyum sebagai pesan yang mudah untuk dicerna, serta padi, pisang, dan jeruk organik sebagai solusinya.

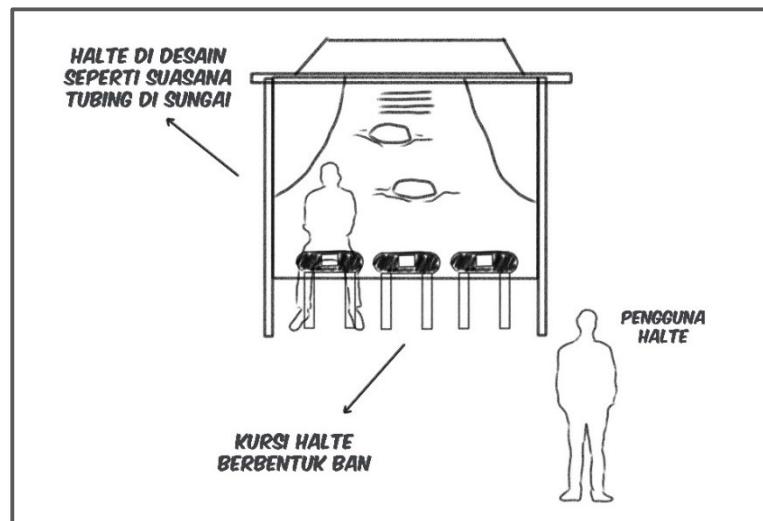


Gambar 2. Sketsa *Ambient Media* Desa Menanam Padi
(Sumber: Soky, 2019)

Rancangan sketsa yang menampilkan seorang petani yang sedang beraktivitas di sawah Desa Wisata Betisrejo. Sebagai bagian dari kegiatan berwisata di Desa Wisata Betisrejo maka aktivitas tersebut bisa diterapkan pada ambient media yang berbentuk *puzzle* ini, memiliki maksud untuk menarik perhatian masyarakat.



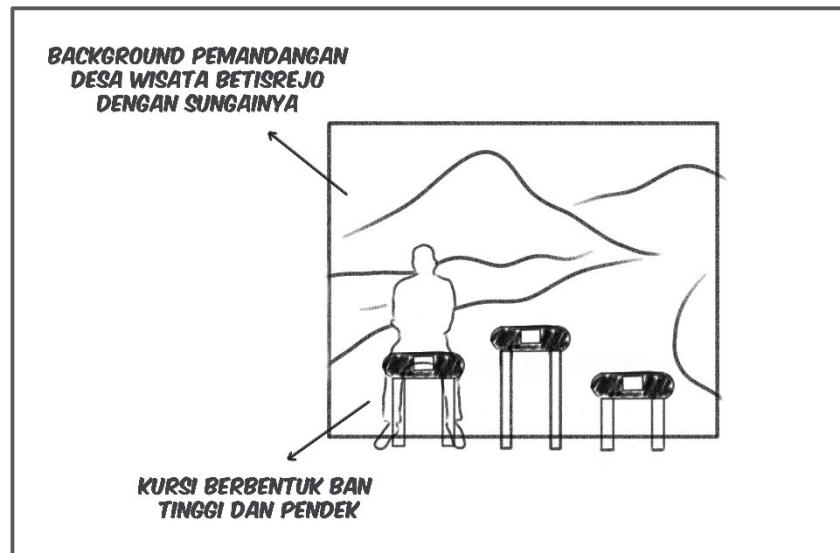
Gambar 3. Sketsa *Ambient Media Tubing 1* (satu)
(Sumber: Soky, 2019)



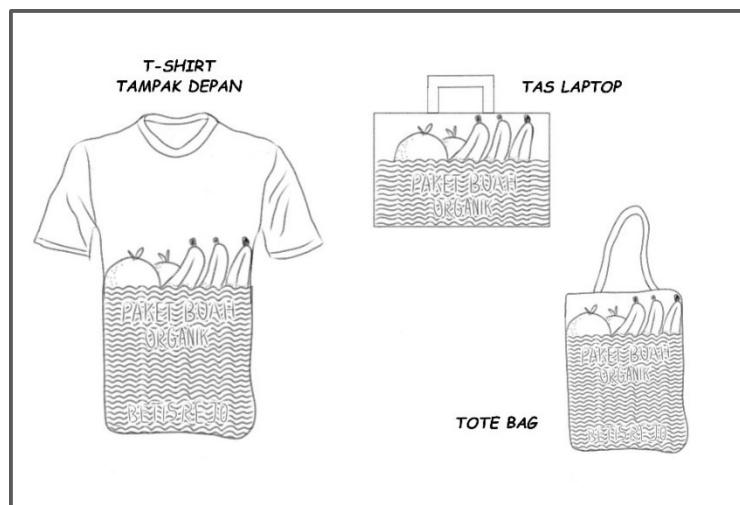
Gambar 4. Sketsa *Ambient Media Tubing 2* (dua)
(Sumber: Soky, 2019)

Fasilitas umum berupa halte merupakan salah satu fasilitas yang digunakan masyarakat untuk menunggu angkutan umum. Halte bisa

dimanfaatkan untuk mempromosikan Desa Wisata Betisrejo dengan memanfaatkan visual yang menarik.

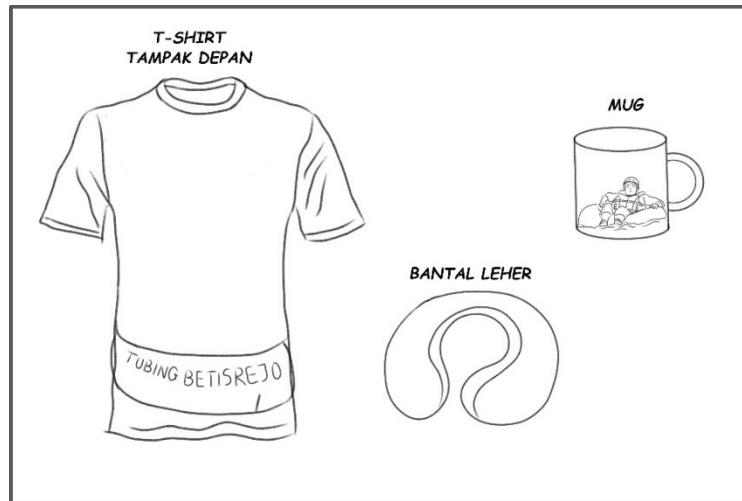


Gambar 5. Sketsa *Ambient Media Tubing 3 (tiga)*
(Sumber: Soky, 2019)



Gambar 6. Sketsa *Ambient Media Pada Merchandise 1 (satu)*
(Sumber: Soky, 2019)

Desain yang menggunakan elemen yang nyata berada pada Desa Wisata Betisrejo bisa memberikan efek secara langsung kepada masyarakat yang sebenarnya.



Gambar 7. Sketsa *Ambient Media* Pada Merchandise 2 (dua)
(Sumber: Soky, 2019)

4. Esekusi dan Finalisasi Desain *Ambient Media*

Desain dilaksanakan setelah melalui proses pembuatan sketsa yang telah ditentukan. Pesan ambient media yang akan disampaikan tersebut adalah “Organik Itu Sehat dan Asyik”, dan pesan pendukung lainnya berupa ajakan kepada masyarakat untuk berkunjung ke obyek wisata berbasis agro tersebut.



Gambar 8. *Ambient Media Puzzle Horisontal di Dinding*
(Sumber: Soky, 2019)

Ambient media berbentuk *puzzle* ini diterapkan pada dinding didesain sedemikian rupa dimaksudkan untuk menarik perhatian masyarakat yang melintas di depannya. Teknik merangkai yang bisa dilakukan dengan sederhana, orang dewasa maupun anak dengan dipandu orangtuanya bisa menyusunnya.



Gambar 9. *Ambient Media Puzzle Vertikal di Dinding*
(Sumber: Soky, 2019)

Permainan *puzzle* berukuran besar ini memiliki kerumitan yang tinggi, sehingga dibutuhkan kecermatan dari masyarakat yang ingin

mencobanya. Teknik yang digunakan dalam menyusun *puzzle* tersebut adalah dengan menggesernya ke atas maupun bawah, sampai membentuk susunan yang benar, sehingga masyarakat bisa menemukan pesannya.



Gambar 10. *Ambient Media* Teka-teki Vertikal di Dinding
(Sumber: Soky, 2019)

Ambient media tersebut merupakan poster dengan berukuran besar yang memiliki visual menarik dan teka-teki di dalamnya. Target konsumen yaitu masyarakat yang melintasi ambient media tersebut, bisa bersantai sejenak sambil mencoba bermain dengan media tersebut. Konsumen hanya perlu menuntun jarinya melintasi labirin yang ada.



Gambar 11. *Ambient Media* Seluncuran Anak
(Sumber: Soky, 2019)

Pengaplikasian *ambient media* seluncuran anak merupakan promosi yang memanfaatkan ruang terbuka anak, dengan menggunakan seluncuran sebagai media promosi Desa Wisata Betisrejo. Media tersebut sebagai contoh bisa diterapkan pada seluncuran anak di Taman Krido Anggo Kabupaten Sragen.



Gambar 12. *Ambient Media Tubing* Pada Halte
(Sumber: Soky, 2019)

Halte sebagai sarana umum yang digunakan masyarakat bisa dijadikan sebagai media promosi yang kreatif Desa Wisata Betisrejo untuk menarik minat masyarakat dengan menggunakan konsep *ambient media*. Halte biasanya berada di daerah perkotaan yang memiliki transportasi umum seperti di Kota Sragen.



Gambar 13. *Ambient Media Tubing* Pada Ruang Tunggu
(Sumber: Soky, 2019)

5. Desain *Ambient Media* dalam *Merchandise*

Masyarakat yang berkunjung ke Desa Wisata Betisrejo dalam menikmati wisata organiknya bisa memperoleh oleh-oleh atau merchandise, sebagai kenang-kenangan dari desa wisata tersebut. Memanfaatkan oleh-oleh tersebut, Desa Wisata Betisrejo bisa menyematkan promosi dengan konsep ambient media yang mengajak konsumennya bisa berinteraksi dengan medianya.



Gambar 14. *Ambient Media* Pada *Pouch*
(Sumber: Soky, 2019)

Visual yang menampilkan produk Desa Wisata Betisrejo diwadahi dengan tas anyaman daun pandan yang kering, dan daun pisang memiliki maksud bahwa desa wisata tersebut memanfaatkan bahan organik sebagai unggulannya. Seolah-olah masyarakat yang memegangnya sedang membawa hasil panen dari wisata tersebut.



Gambar 15. *Ambient Media Pada Softcase Smartphone*
(Sumber: Soky, 2019)

Softcase untuk *smartphone* berguna untuk melindungi dari guncangan maupun kerusakan berlebih ketika digunakan maupun tidak digunakan. Permukaannya yang relatif datar, *softcase* tersebut bisa dimanfaatkan sebagai media gambar dan lain-lain.



Gambar 16. *Ambient Media Pada Tote bag*
(Sumber: Soky, 2019)

Tas yang sering digunakan oleh anak muda hingga dewasa ini sangat digemari yang bernama *tote bag*. Tas berbahan dasar kanvas pada umumnya terasa lebih mudah, ringan, dan simpel apabila dibawa beraktivitas.



Gambar 16. *Ambient Media* Pada Kaos *T-shirt*
(Sumber: Soky, 2019)

Kaos *T-Shirt* merupakan *merchandise* yang paling banyak ditawarkan kepada wisatawan apabila berkunjung ke tempatnya. Barang yang selalu digunakan dan melekat kepada masyarakat secara langsung.



Gambar 17. *Ambient Media* Pada Bantal Leher
(Sumber: Soky, 2019)

Bantal leher sering dipergunakan oleh seseorang yang sedang melakukan perjalanan jauh menggunakan transportasi umum maupun pribadi.



Gambar 17. *Ambient Media* Pada Bantal Leher
(Sumber: Soky, 2019)

Tas bentuk ban sebagai kreativitas dari promosi *ambient media* Desa Wisata Betisrejo, menarik dijadikan sebagai oleh-oleh wisatawan yang berkunjung dan bisa digunakan menyimpan barang.

SIMPULAN

Berdasarkan latar belakang permasalahan dalam proses perancangan promosi ini tercetuslah gagasan yang dikembangkan untuk Desa Wisata Betisrejo supaya dikenal masyarakat secara luas. Perancangan ini memerlukan berupa pemikiran-pemikiran yang ditentukan dari awal, menjadi tolak ukur dan tujuan untuk mendapatkan solusi. Desa Wisata Betisrejo dalam promosi wisatanya menggunakan strategi membagikan brosur kepada masyarakat umum dan sekitar, penyiaran berita

online tentang desa wisata tersebut, dan promosi dari mulut ke mulut wisatawan yang telah berkunjung ke sana. Pemerintah Kabupaten Sragen sebagai pengelola pemerintahan yang mencakup desa tersebut di dalamnya, juga membantu Desa Wisata Betisrejo sebagai desa wisata berbasis pertanian organik yang dikenal oleh masyarakat.

Ambient Media dengan Konsep Segitiga *Insight* untuk Desa Wisata Betisrejo memiliki kemampuan membuat target konsumennya untuk berinteraksi lebih kepada iklan tersebut. Konsumen yang dibuat dekat bisa mendapatkan pengalaman yang menarik dan membekas dengan promosi periklanan tersebut. Penerapan media tersebut bisa berhasil, jika dilakukan perencanaan yang baik, dengan memperhatikan media, lokasi, waktu dan teknik interaksi yang digunakan. Penciptaan perancangan *ambient media* untuk Desa Wisata Betisrejo dalam prosesnya membutuhkan Konsep Segitiga *Insight*, yang terdiri dari pengetahuan produknya, pengetahuan konsumennya, dan pengetahuan tentang medianya. Ketiga pengetahuan tersebut saling berkesinambungan untuk menghasilkan output ambient media tepat sasaran sesuai yang direncanakan, serta memberikan dampak kesan yang akan diingat.

Perancangan promosi iklan ambient media pada Desa Wisata Betisrejo diharapkan berdampak positif kepada masyarakat luas terutama target wisatawan yang bertambah, dan dikenal. Hal itu diperlukan untuk memberikan kesejahteraan yang merata hingga ke seluruh daerah, dari satu wilayah wisata, terhubung dengan wisata lain disekitarnya terutama Solo Raya yang mencakup Kabupaten Sragen. Diperlukan keberanian dalam mengambil resiko-resiko yang diharapkan bisa menjadi peluang kreatif selanjutnya.

DAFTAR ACUAN

- Alwi, Hasan. 2002. *Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Ketiga*. Jakarta:Balai Pustaka.
- Amstrong, Gary & Philip, Kotler. 2002. *Dasar-dasar Pemasaran. Jilid 1, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan*. Jakarta: Penerbit Prenhalindo
- Aristantie, Fiki. 2011. *Perancangan Sign System Taman Satwa Taru Jurug*. Laporan Tugas Akhir D3 FSSR UNS
- A. Shimp Terence. 2003. *Periklanan dan Promosi*. Jakarta : Erlangga
- A. Shimp Terence. 2004. *Periklanan dan Promosi: aspek tambahan komunikasi terpadu - Jilid 2*. Jakarta: Erlangga
- A, Yoeti, Oka. Edisi Revisi 1996. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung : Penerbit Angkasa
- Balgies, Nisrina. 2008. *Perancangan Promosi Dika Bakery, Café & Cake Shop di Surakarta*. Laporan Tugas Akhir D3 FSSR UNS
- Bambang Sukma Wijaya. 2011. MODEL KOMUNIKASI BERASA DALAM KOMUNIKASI PEMASARAN : Studi mengenai Iklan Ambient Media dalam Meraih Kepercayaan Khalayak Konsumen, *Journal Communication Spectrum*, Vol. 1 No. 1 Februari - Juli 2011
- Bambang Sukma Wijaya. 2013. *Iklan Ambient Media: Konsep, Strategi, dan Implementasi*. Jakarta: Penerbit: Universitas Bakrie
- Budiasa, I. W. 2011. *Konsep dan Potensi Pengembangan Agrowisata di Bali*. Denpasar: Universitas Dwijendra
- Fatmawati, Haning. 2011. *Perancangan Corporate Identity Agribisnis Buah Naga CV. Wana Bakti Handayani Melalui Desain Komunikasi Visual*. Skripsi S1 FSSR UNS
- Jatmiko, Anggit. 2011. *Perancangan Kampanye "Sadar Berlalu Lintas" Melalui Pesan Desain Komunikasi Visual di Kota Sukoharjo*. Laporan Tugas Akhir D3 FSSR UNS
- Jefkins, Frank. 1996. *Public Relations*, Bandung : Penerbit Erlangga
- Jefkins, Frank. 1997. *Periklanan*. Jakarta : Erlangga
- Kaelany dan Samsuridjal. 1997. *Peluang di Bidang Pariwisata*. Jakarta : Mutiara Sumber Widya
- Kanaidi. 2011. *Dasar-Dasar Periklanan: Daya Pikat Pesan Iklan dan Manfaat Ambient Media sebagai Terobosan dalam Periklanan*. Bandung : Politeknik Pos Indonesia
- Kusmiati, R. Artin Pujiastuti, Sri. Dan Pamudji, Suptandar. 1999. *Teori Dasar Desain Komunikasi Visual*. Jakarta: Djambatan

- Kusrianto, Adi. 2007. *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta : Penerbit Andi Marpaung, Happy. 2002. *Pengantar Pariwisata*. Bandung. Bandung:Alfabeta
- Morissan, 2010, *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Prenada Media Group
- Nirwindar, Sapta. 2014. *Building WOW Indonesia Tourism and Creative Industry*. Jakarta: Kompas Gramedia
- Purwaningsih, Betty. 2009. *Faktor-faktor yang mempengaruhi pola perilaku Konsumen Beras Organik*. Skripsi S1 FISIP UNS
- Rangkuti, Freddy, 1997. *ANALISIS SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan OCA*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama
- Rangkuti, Freddy, 2004. *Manajemen Persediaan: Aplikasi di Bidang Bisnis*. Jakarta : Grafindo Persada
- Rustan, Surianto. 2009. *Mendesain logo*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Supriyono, Rachmat. (2010). *Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta:Penerbit Andi Supriyanto, Aji. 2008. *Pengantar Teknologi Informasi*.Jakarta:Salemba Infotek
- Sutojo, Siswanto. 2004. *Membangun Citra Perusahaan*. Jakarta : PT. Danar Mulia Pustaka
- Suyanto, M. 1999. *Aplikasi Desain Grafis Untuk Periklanan*. Yogyakarta : Andi
- Ul Jannah, Lu'Lu. 2013. *Redesain Logo dan Aplikasi dalam Corporate Identity Mebel "UD Gangsar Jati Tegal"*. Tugas Akhir D3 FSRD UNNES
- Undang-Undang RI No 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataan
- _____. 2001. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*.Jakarta :Balai Pustaka.

WEBSITE

http://www.bbc.com/indonesia/majalah/2014/10/141008_iptek_gua_sulawesi
diakses 27/12/2016 jam 11:38 WIB

<http://www.dewibetisrejo.com> diakses 27/12/2016 jam 11.41 WIB