

PERANCANGAN *COMPANY PROFILE* DAN MEDIA PROMOSI PARIWISATA PABRIK GULA CEPIRING KABUPATEN KENDAL

Dewi Ambar Fitriyanti✉

Jurusan Seni Rupa, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Semarang, Indonesia

Info Artikel

Sejarah Artikel:

Diterima Januari 2016
Disetujui Februari 2016
Dipublikasikan Maret
2016

Keywords:

*Sugar Factory Cepiring,
company profile, media,
promotion, tourism.*

Abstrak

Tahun 2007, pemerintah Kabupaten Kendal menetapkan Pabrik Gula Cepiring sebagai salah satu potensi pariwisata. Dalam prosesnya, objek wisata Pabrik Gula Cepiring masih belum ramai karena kurangnya media promosi. Dengan adanya permasalahan tersebut, penulis ingin merancang *company profile* dan media promosi yang dapat mengangkat Pabrik Gula Cepiring menjadi objek wisata yang diminati masyarakat. Karya yang dihasilkan menampilkan gambaran Pabrik Pula Cepiring dalam bentuk foto yang dihadirkan dalam variasi bingkai disertai keterangan tertulis mengenai Pabrik Gula Cepiring dan *background* dengan perpaduan berbagai warna, yang didominasi hijau. Desain karya berjumlah 12, dengan karya *company profile* berupa *Booklet* berukuran 14cmX20cm dan video berdurasi 16 menit 52 detik, sedangkan karya media promosi berupa *Standing Banner* 160cmX60cm, Kalender meja vertikal 15cmX25cm, horisontal 25cmX15cm, *Leaflet* 3 lipat 30cmX21cm dan *Leaflet* 2 lipat 15cmX22cm. Dalam proses pembuatannya penulis melakukan observasi langsung, melakukan pengambilan gambar untuk membuat desain *company profile* dan media promosi menggunakan *Photoshop*, *Audacity* dan *Ulead VideoStudio*. Simpulan dari proyek studi ini ialah *Company Profile* (*Booklet* dan video) dan media promosi (*Standing Banner*, Kalender Meja, *Leaflet*) dapat menjadi salah satu media sebagai proses promosi dalam meningkatkan pariwisata Pabrik Gula Cepiring yang memberikan informasi mengenai Pabrik Gula Cepiring baik sejarah maupun pengetahuan produksi gula.

Abstract

In 2007, the Kendal government set Cepiring Sugar Factory as one of the tourism potential. In the process, Cepiring Sugar Factory as a tourist attraction is still not crowded because of the lack of media promotion. With the existence of these problems, the authors wanted to design a company profile and a media campaign to lift the Cepiring Sugar Factory become a tourist attraction that increase the public interest. The resulting work presents a picture Cepiring Sugar Factory in the form of photographs presented in a variation of the frame with a written description of the Cepiring Sugar Factory and background with a mix of various colors, dominated by green. Design work amounted to 12, with work of company profile in the form of booklets sized 14cmX20cm and video duration 16 minutes 52 seconds, while the work of the media campaign in the form of Standing Banner 160cmX60cm, vertical desk calendar 15cmX25cm, horizontal 25cmX15cm, Leaflet 3 folding 30cmX21cm and Leaflet 2 folding 15cmX22cm. In the manufacturing process the author direct observation, shooting to create a design company profile and media campaign using Phothoshop, Audacity and Ulead VideoStudio. The conclusions of this study project is the Company profile (Booklet and video) and media promotion (Standing Banner, desk calendars, leaflets) can be one of the media as the promotion process in improving tourism Cepiring Sugar Factory which provide information about Cepiring Sugar Factory both history and knowledge sugar production.

© 2016 Universitas Negeri Semarang

✉ Alamat korespondensi:

Gedung B5 Lantai 2 FBS Unnes
Kampus Sekaran, Gunungpati, Semarang, 50229
E-mail: senirupa_unnes@yahoo.com

PENDAHULUAN

Indonesia adalah Negara yang kaya potensi alam, sumber daya manusia maupun wisatanya. Objek wisata Indonesia sangat digemari oleh para turis asing maupun domestik. Kendal, merupakan salah satu daerah di Jawa Tengah yang memiliki potensi pariwisata yang tinggi. Objek wisata yang dikembangkan antara lain wisata alam, seperti pantai, air terjun, perkebunan teh, dan gua-gua, wisata buatan yang menyajikan aneka permainan dan wisata sejarah, salah satunya Pabrik Gula Cepiring.

Pabrik Gula Cepiring, merupakan pabrik gula peninggalan Belanda dan satu-satunya yang masih bertahan dari empat pabrik gula lain di Kabupaten Kendal. Tahun 2007, Pabrik Gula Cepiring mulai beroperasi kembali. dan ditetapkan sebagai salah satu potensi pariwisata di Kendal. Objek wisata ini masih belum ramai. Banyak orang yang menganggap Pabrik Gula Cepiring hanya sebatas pabrik yang memproduksi gula tanpa tahu bahwa Pabrik Gula Cepiring merupakan objek wisata yang dapat dikunjungi. Kurangnya pengetahuan masyarakat, terutama masyarakat Kendal disebabkan kurang menyebarnya informasi mengenai objek wisata tersebut. Media promosi pun terbatas.

Dari permasalahan tersebut, penulis ingin membuat media dalam proses penyebaran informasi dan promosi dengan membuat rancangan desain berupa *Company Profile* dalam bentuk *booklet* dan video, serta media promosi dalam bentuk *standing banner*, kalender meja dan *leaflet* sehingga

dapat mengangkat Pabrik Gula Cepiring menjadi objek wisata yang diminati masyarakat.

Company Profile

Tujuan utama *company profile* adalah memperkenalkan kepada masyarakat informasi tentang suatu perusahaan atau instansi tertentu berkaitan dengan Nama perusahaan atau instansi, *Tag Line* dan Logo. Beberapa pengertian *Company profile* antara lain (1) *Company Profile* merupakan penjelasan mengenai perusahaan termasuk produknya secara verbal maupun grafik yang mengangkat *corporate value* serta *product value* serta keunggulan perusahaan dibandingkan pesaing berdasarkan kedua *value* di atas. *Corporate value* (nilai perusahaan) dapat dilihat melalui hal-hal antara lain sejarah berdirinya usaha, visi dan misi, struktur organisasi, dan kinerja perusahaan. *Product value* (nilai produk atau servis) yang dihasilkan oleh perusahaan dapat dicerminkan oleh faktor-faktor *mix marketing*, khususnya 7P, yaitu *Product, Price, Promotion, Placement, People, Process, dan Physical Evidence* (Sumber:<http://percetakan.co.id/cetak-company-profile.html>). (2) *Company Profile* merupakan salah satu media *Public Relations* yang merepre-sentasikan sebuah perusahaan (organisasi). Produk *Public Relations* berisi gambaran umum perusahaan, di mana perusahaan bisa memilih poin-poin apa saja yang ingin disampaikan secara terbuka kepada publiknya disesuaikan dengan kepentingan publik sasaran. (3) *Company Profile* merupakan sebuah paparan dan

penjelasan mengenai perusahaan termasuk produknya secara verbal maupun grafik yang meningkatkan *corporate value* (nilai perusahaan). (Sumber :<http://wordpress.com/2011/10/25/definisi-company-profile%23more-3.htm>).

Dengan beberapa definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa *company profile* merupakan sarana yang digunakan untuk memperkenalkan perusahaan atau instansi tertentu dengan berbagai media yang ada.

Media Promosi

Media dalam kamus besar bahasa Indonesia berarti perantara, penghubung diantara dua pihak (2008:908). Promosi merupakan suatu kegiatan untuk mempengaruhi konsumen agar konsumen yakin akan manfaat produk tersebut (Cahyono, 1995:iv). Dari penjelasan tersebut media promosi dapat diartikan sebagai suatu perantara atau penghubung dari produsen untuk mempengaruhi konsumen agar konsumen membeli produk atau jasa yang ditawarkan.

Media promosi sebagai bagian dari desain komunikasi visual dapat dilihat pada artikel dalam <http://dgi.or.id/read/news/design-roundtable-3-the-forgotten-fundamental-theory-in-design-the-golden-section.html>, yang menerangkan bahwa cakupan keilmuan Desain Komunikasi Visual mengalami percabangan dalam berbagai aplikasinya, mulai dari tata letak buku, poster, ilustrasi, *brand identity*, *web design*, *interactive new media*, animasi dan sinematografi. Dilihat dari aplikasi tersebut, hampir mayoritas mengarah ke media

promosi. Secara langsung keilmuan Desain Komunikasi Visual ditujukan sebagai salah satu keilmuan yang mengarah ke proses pembuatan media promosi.

Promosi Pariwisata

Promosi pariwisata dapat diartikan sebagai serangkaian kegiatan untuk mengkomunikasikan, memberi pengetahuan dan meyakinkan orang tentang suatu produk berupa tempat untuk disinggahi atau dikunjungi sebagai objek wisata agar ia mengakui kehebatan atau kelebihan tempat tersebut baik secara fisik (keindahan) maupun fungsi (pengetahuan, kesenangan, hiburan). Promosi produk pariwisata, dimaksudkan agar masyarakat mengenal dan memahami secara detail layanan dari paket wisata, memotivasi untuk bergabung dalam kelompok wisatawan, dilanjutkan dengan proses transaksi dan pembelian produk jasa serta pelaksanaan program perjalanan wisata.

Pabrik Gula Cepiring

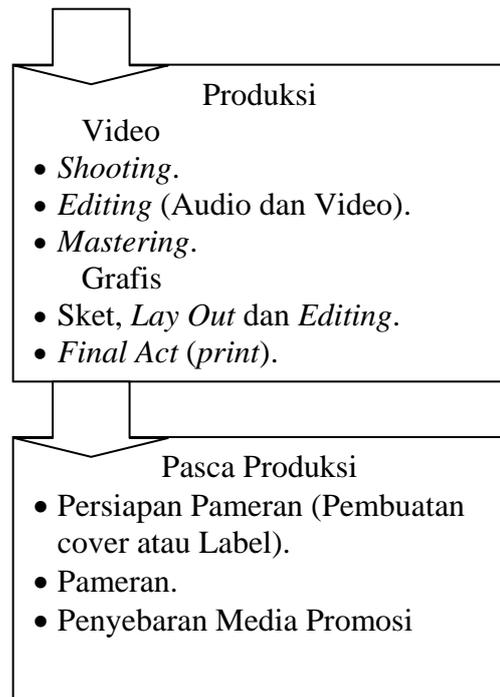
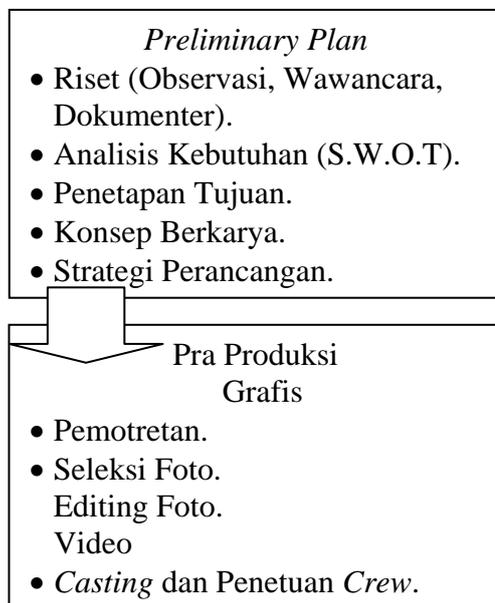
Pabrik Gula Cepiring, adalah salah satu pabrik gula peninggalan bangsa Belanda yang masih bertahan dari empat pabrik gula Belanda yang ada di Kabupaten Kendal. Pabrik Gula Cepiring telah lama berhenti beraktivitas sehingga bangunan kuno itu tidak terawat, kusam dan menyeramkan. Tahun 2007, Pabrik Gula Cepiring bangkit dan mulai beroperasi. Selain beraktivitas kembali dalam proses pembuatan gula tebu, pemerintah Kabupaten Kendal juga menetapkan bahwa Pabrik Gula Cepiring merupakan salah satu potensi pariwisata di Kabupaten Kendal. Pariwisata Pabrik Gula

Cepiring menyajikan pariwisata pembelajaran untuk mengetahui proses pembuatan gula pasir dan pariwisata sejarah dalam kunjungan “*Heritage Tour*” yang dilakukan dalam kelompok besar seperti studi tur.

Dalam <https://iaaipusat.wordpress.com/2012/03/28/aspek-penelitian-dalam-pengelolaan-kawasan-pabrik-gula.htm>, IAAI (Ikatan Ahli Arkeologi Indonesia), pada penelitian pada tahun 2004, dengan latar belakang sejarah pergulaan di Indonesia yang panjang, pabrik gula menyimpan peninggalan-peninggalan bernilai sejarah, arkeologis, dan arsitektur, menjadikan pabrik gula sebagai salah satu warisan (*heritage*) industri peninggalan bangsa Belanda di Indonesia. Hal ini apabila dikelola dan dikembangkan dapat memberikan manfaat, antara lain untuk wisata, pengetahuan dan teknologi. Hal inilah yang mulai dirintis Pabrik Gula Cepiring dalam mengembangkan potensi pariwisata.

METODE BERKARYA

Dalam pelaksanaan kegiatan ini, penulis melakukan beberapa tahapan yang ditunjukkan pada Bagan berikut ini:



HASIL YANG DICAPAI

Hasil yang dicapai dalam kegiatan ini adalah terwujudnya desain *Company Profile* dalam bentuk *booklet* dan video, serta desain Media Promosi dalam bentuk sebagai bentuk *standing banner*, kalender meja dan *leaflet*. Desain juga berfungsi sebagai sarana penyebaran informasi dan promosi untuk meningkatkan potensi Pariwisata Pabrik Gula Cepiring.

Desain-desain yang dihasilkan antara lain.

1. *Company Profile*

Desain *Company Profile* yang dihasilkan antara lain;

Booklet Heritage Tour

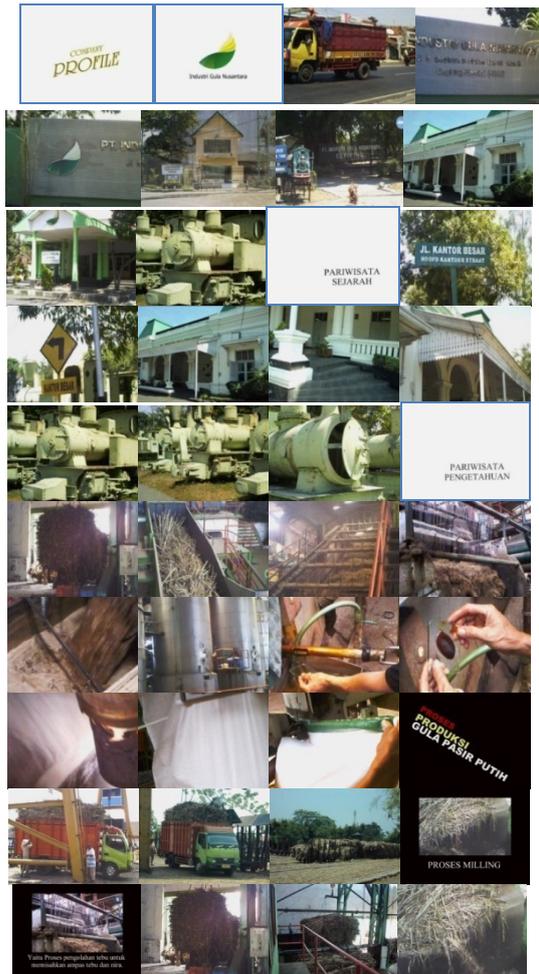


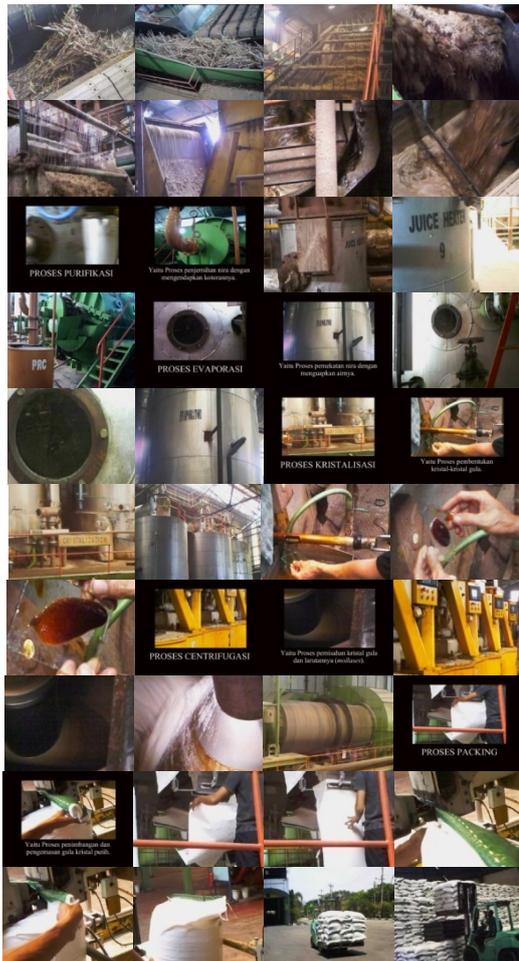
Karya *booklet* memiliki tampilan dua halaman dalam satu lembar membentuk kolom. *Booklet* didesain dengan perpaduan gambar, teks dan garis. Halaman satu dan lainnya dihubungkan dengan garis gradasi biru, hijau dan kuning. Gambar yang dihasilkan adalah foto-foto yang menampilkan objek dalam Pabrik Gula Cepiring. Foto yang ditampilkan adalah foto berwarna dan foto kuno dengan tampilan tanpa warna (sepia) yang ditampilkan pada informasi sejarah. Garis ditampilkan transparan dan memiliki variasi bentuk dan ukuran. Gambar ditampilkan dalam bingkai berwarna hijau dengan ukuran yang berbeda-beda. Gambar dalam bidang selalu ditampilkan di atas garis gradasi biru, hijau, kuning. Teks ditampilkan dengan *font Tw Cen MT Condensed Extra Bold* dengan variasi ukuran berdasarkan fungsinya sebagai judul, sub judul maupun keterangan atau deskripsi. Besar kecil garis penghubung juga berbeda antara halaman satu dan lainnya.

Pesan yang disampaikan yaitu memberikan informasi secara lengkap mengenai Pariwisata Pabrik Gula Cepiring. Pemilihan warna dan *font* memiliki representasi tersendiri yang menggambarkan Pabrik Gula Cepiring. *Background* putih menggambarkan kesederhanaan desain dan mewakili warna gula pasir hasil dari produksi Pabrik Gula Cepiring. Garis gradasi biru, hijau, kuning merepresentasikan warna kulit tebu sebagai bahan utama pembuatan gula pasir. *Font Times New Roman* dipilih dengan pertimbangan karakteristik huruf yang tegas dapat memberi kesan penting, menarik

perhatian, dan bentuk huruf yang sedang atau standar, tidak tebal membuat informasi yang disampaikan berkesan santai dan tidak kaku, ringan dan tetap menarik. Gambar yang ditampilkan pada setiap halaman merupakan gambar penjas keterangan atau informasi sehingga mudah dipahami. Selain itu, gambar juga berfungsi sebagai penarik minat pengunjung dan merilekskan mata agar tidak terus terpacu pada teks. Jumlah teks yang banyak tanpa adanya ilustrasi gambar akan memberi kesan membosankan sehingga enggan dibaca.

Video Company Profile (16 menit 52 detik)





Video *Company Profile* ini merupakan salah satu media promosi Pariwisata Pabrik Gula Cepiring yang menampilkan informasi pariwisata sejarah dan pariwisata pengetahuan yang ditawarkan dalam kunjungan *Heritage Tour* dilengkapi dengan video proses produksi gula pasir yang ditampilkan secara lengkap. Selain sebagai media promosi juga merupakan media informasi sebagai sarana pemandu bagi pengunjung tentang proses pembuatan gula pasir sebagai salah satu objek pariwisata pengetahuan di Pabrik Gula Cepiring. Dalam video ini menampilkan video dokumenter yang diambil secara langsung mengenai lingkungan Pabrik Gula Cepiring, keadaan

baik bangunan, mesin-mesin pada saat ini dan mengenai proses pembuatan gula pasir yang dikemas dalam durasi 16 menit 52 detik. Pada video, selain gambar bergerak, juga ditampilkan teks dan narasi berupa suara yang diiringi lagu *Canon*, *Kaze*, *Pride* dan *Sky!Sky!Sky!* yang dibawakan musisi Depapepe sebagai *backsong*. Video ditampilkan dalam *scene-scene*, yaitu *scene* pembuka, *scene* isi dan *scene* penutup. Pada *scene* isi terpadat *scene* transisi yang memisahkan tampilan *scene* informasi pariwisata sejarah dan pariwisata pengetahuan. Juga *scene* transisi yang memisahkan tampilan *scene* informasi pada tahapan proses pembuatan gula pasir, yaitu transisi proses *smiling*, purifikasi, evaporasi, kristalisasi, centrifugasi dan *packing*. Pesan yang disampaikan dalam video ini yaitu memberikan informasi dan memperkenalkan Pariwisata Pabrik Gula Cepiring, juga memberikan informasi proses pembuatan gula pasir putih dengan bahan utama tanaman tebu. Selain itu juga Pesan disampaikan lebih menarik dengan tampilan gambar bergerak. Gambar menampilkan tentang keadaan Pabrik yang sesungguhnya, dari keadaan fisiknya meliputi bangunan dan lingkungan, juga jalannya proses produksi gula pasir dengan tampilan lengkap dari proses awal (*pengangkutan*) sampai akhir (*pengemasan* dan penyimpanan dalam gudang produk)

2. Media Promosi

Desain Media Promosi yang dihasilkan antara lain

X-Banner



Karya *X-Banner* ini memiliki ukuran 160 cm x 60 cm, memakai bahan MMT, dengan *background* putih. Karya ini menampilkan komposisi logo, foto, garis dan teks. Gambar yang ditampilkan berupa foto beberapa bagian Pabrik Gula Cepiring dalam bingkai. Kedua *standing banner* menampilkan satu foto sebagai gambar utama dan foto lainnya sebagai gambar pendukung. Teks *Heritage Tour* ditampilkan paling besar dari teks lainnya, dan berfungsi sebagai *headline*. Slogan *See The History, Get New Knowledge With Fun*.

Penempatan objek dalam desain memiliki beberapa maksud antara lain, Logo Industri Gula Nusantara di bagian paling atas untuk menegaskan bahwa pariwisata ini di bawah wewenang dan pengelolaan PT Industri Gula Nusantara (IGN). Slogan *See The History, Get New Knowledge With Fun* mewakili pariwisata yang disajikan oleh Pabrik Gula Cepiring yaitu bangunan bersejarah juga menambah pengetahuan baru mengenai sejarah dan teknologi pembuatan gula pasir. Pemilihan warna *background* putih sebagai representasi gula pasir dan teks pewarnaan disesuaikan dengan warna, logo

serta representasi warna tebu (biru, hijau, kuning). Secara keseluruhan pesan yang ingin disampaikan adalah, informasi dan ajakan untuk mengunjungi objek wisata Pabrik Gula Cepiring di Cepiring Kendal. sebagai pariwisata sejarah dan pariwisata pengetahuan yang dapat meningkatkan ilmu pengetahuan terutama pengetahuan daerah yang ditekankan dengan adanya alamat yang ditampilkan.

Kalender Meja



Kalender Meja berukuran 15cmX25cm, media kertas *ivory* 250 gsm. dengan variasi *background* putih polos dan hijau ber gradasi dengan tekstur tulang daun menyerupai kelokan-kelokan sungai. Pada desain ini menampilkan gambar atau foto dan teks penanggalan dari bulan Januari sampai bulan Desember beserta keterangan hari liburinya dengan variasi tampilan perbulan dan perdua bulan. *Lay out* yang ditampilkan asimetris.

Foto yang ditampilkan tiap bulan berbeda-beda diurutkan berdasarkan tingkat kepentingan berdasarkan dalam program pariwisata Pabrik Gula Cepiring. Foto yang ditampilkan antara lain Gerbang Pabrik Gula Cepiring, bagian produksi Pabrik Gula, Kantor Utama, Gedung Pertemuan, Suasana kunjungan, Bagian dalam Produksi secara keseluruhan, *Rotary Dryer-Cooler*, mesin

Centrifugasi, Delman, Kolam renang, kepala kereta uap, deretan kereta uap.

Teks ditampilkan dalam variasi warna, dengan *center of interest* adalah teks nama bulan yang tampil unik dengan variasi warna aurora analogus dingin antara warna gelap hitam, biru, ungu, merah muda dan merah. Aspek pesan yang ditampilkan dalam desain ini adalah menyampaikan pada audiens pariwisata Pabrik Gula Cepiring melalui gambaran ilustrasi foto dalam desain.

Leaflet



Leaflet didesain dalam 4 alternatif, 2 desain ukuran 30cmX21cm dengan tampilan tiga lipatan dan 2 desain berukuran 15cmX22cm dengan tampilan 2 lipatan. Media yang digunakan adalah kertas CTS 150 gsm. Informasi yang ditampilkan meliputi seluruh sisi lembar secara bolak-balik, sebagai halaman luar dan halaman dalam. *Leaflet* terbagi dalam kolom dengan satu kolom sebagai cover dan kolom lainnya sebagai isi. Desain *leaflet* merupakan perpaduan teks, logo, gambar dan garis, dengan teks lebih mendominasi. Tampilan warna teks pada cover disesuaikan dengan warna pada logo Industri Gula Nusantara. *Background* desain yang ditampilkan ada 2 bervariasi, putih polos yang merepresentasikan warna gula pasir dan kombinasi warna hijau yang merepresentasikan lingkungan pabrik yang asri. Gambar yang ditampilkan selain logo adalah foto-foto objek yang ada di Pabrik

Gula Cepiring, yang berfungsi sebagai ilustrasi teks. *Leaflet* berisi informasi tentang pariwisata Pabrik Gula Cepiring yang disampaikan secara singkat.

PENUTUP

Simpulan dari artikel ini ialah penulis dapat mengembangkan kreativitas desain komunikasi visual dengan merancang desain *company profile* dalam bentuk *booklet* dan video, serta Media Promosi dalam bentuk *Standing banner*, Kalender Meja dan *Leaflet*. Desain karya *company profile* dan media promosi ini bermanfaat sebagai media promosi pariwisata Pabrik Gula Cepiring dalam penyebaran informasi kepada masyarakat secara luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Anonim. 2009. Definisi *Company Profile* dan Isinya. Jakarta. *On line* at <http://percetakan.co.id/cetak-company-profile.html>. [diakses pada Kamis, 6 September 2012 pukul 12.17 WIB].
- Anonim. 2012. Aspek Penelitian Dalam Pengelolaan Kawasan Pabrik Gula. Yogyakarta. *On line* at <https://iaaipusat.wordpress.com/2012/03/28/aspek-penelitian-dalam-pengelolaan-kawasan-pabrik-gula.htm> [diakses pada Kamis, 24 Juni 2015 pukul 10.22 WIB].
- Company Profile* PT Industri Gula Nusantara (Pabrik Gula Cepiring) tahun 2012.
- Designcompanyprofile. 2011. Definisi *Company Profile*. *On line* at <http://designcompanyprofile.wordpress.com/2011/10/25/definisi-company-profile/%23more-3.htm>. [diakses pada Kamis, 6 September 2012 pukul 12.14 WIB].
- Kusrianto, Adi. 2007. *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta :ANDI

- Sarwono, J & H Lubis. 2007. *Metode Riset untuk Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Penerbit Andi Yogyakarta.
- Suryadi, Didih. 2013. *Promosi Efektif: Menggugah Minat dan Loyalitas Pelanggan*. Yogyakarta: Platinum.
- Suwantoro, Gamal. 2004. *Dasar-Dasar Pariwisata*. Yogyakarta: Penerbit Andi Yogyakarta
- Widya, Leonardo. 2015. *Design Roundtable 3: "The Forgotten Fundamental Theory in Design: The Golden Section"*. On line at <http://dgi.or.id/read/news/design-roundtable-3-the-forgotten-fundamental-theory-in-design-the-golden-section.html>. [diakses pada Minggu, 19 April 2015 pukul 03.55 WIB].