



DESAIN KAOS SEBAGAI MEDIA PROMOSI TEMPAT WISATA DI KABUPATEN NGAWI

Hafish Choirul Wicaksono

e-mail: hapiss.droit@gmail.com

Evelyne Henny Lukitasari

Arif Yulianto

Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Sahid Surakarta

ABSTRACT

Tourism is a way to relieve fatigue from daily activities and functions as an educational activity in some issues. However, all tourist attractions in Indonesia are not well known by local and foreign tourists. Bali dominates the destination of foreign tourists because it offers cultural tourism and natural beauty different from other regions in Indonesia, such as tourism from Ngawi Regency in East Java. They are not well known to the public, so it views less of visitors. The study aims to design a t-shirt concept as a tourism promotion medium in Ngawi Regency and to design a t-shirt as a tourism promotion medium in Ngawi Regency. The result of designing this Ngawi tourism t-shirt illustration is in the form of the main media, namely Ngawi tourism t-shirts and supporting media, namely Instagram feeds, posters, roll banners, hoodies, catalogues, hats, tote bags, stickers, waist bags, and instruction cards. Supporting media was created to expand the dissemination of information regarding the existence of T-shirts and the design of Ngawi tourism illustrations. Various supporting media can increase public awareness and interest in the design. It makes Ngawi very suitable to be used as a tourism place and can also provide opportunities for its people to sell unique souvenirs to attract tourists' attention.

Keywords: Ngawi tourism t-shirt design

RINGKASAN

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. 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. Bagaimana konsep perancangan desain kaos sebagai media promosi pariwisata Kabupaten Ngawi Bagaimana merancang desain kaos sebagai media promosi pariwisata Kabupaten Ngawi Hasil dari perancangan ilustrasi kaos pariwisata Ngawi ini berupa media utama yaitu kaos pariwisata Ngawi dan media pendukung yaitu feeds .Instagram, poster, roll banner, hoodie, katalog, topi, tote bag, stiker, waist bag, dan

kartu petunjuk. Media pendukung dibuat dengan tujuan memperluas penyebaran informasi mengenai adanya kaos dan desain ilustrasi pariwisata Ngawi. Beragam media pendukung yang tersebar dapat meningkatkan kesadaran dan ketertarikan masyarakat pada desain tersebut. bahwa Kabupaten Ngawi sangat cocok untuk dijadikan tempat pariwisata dan juga dapat memberikan peluang terhadap masyarakatnya untuk menjual sovenir yang unik agar dapat menarik perhatian para wisatawan.

Kata kunci : Desain kaos pariwisata ngawi

A. PENDAHULUAN

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. PEMBAHASAN

1. 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.

2. Metode



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.

3. Hasil Perancangan Atau Penelitian

Analisa data

1. Segmentasi

(a) Demografis

- a. Umur : 17 – 25 tahun
- b. Jenis Kelamin: Laki – laki dan perempuan
- c. Agama : Semua
- d. Pendidikan : Semua Golongan
- e. Tingkat Ekonomi: Semua Golongan

(b) Geografis

Seluruh Indonesia.

(c) Psikografis

- (a) Masyarakat yang menyukai kegiatan berwisata
- (b) Masyarakat yang menyukai kegiatan wisata biasanya akan meluangkan waktu di sela kesibukannya atau di hari libur menghabiskan waktu bersama orang-orang terdekat untuk bepergian atau berwisata.

(c) Masyarakat yang konsumtif

(d) Masyarakat yang konsumtif adalah masyarakat yang mempunyai karakteristik suka berbelanja, membeli hal-hal yang membuat dirinya merasa senang, termasuk melakukan kegiatan berwisata.

(e) Masyarakat yang menyukai petualangan

(f) Beberapa kalangan masyarakat mempunyai ketertarikan tersendiri pada hal-hal yang menantang, seperti halnya berpetualang menyambangi tempat-tempat wisata untuk menambah pengalaman petualangan mereka.

(d) Behavior

- a. Masyarakat yang menyukai fesyen merupakan hal yang sifatnya mutlak bagi beberapa kalangan masyarakat, hal itu berhubungan dengan identitas diri yang tertanam

dalam benak masyarakat.

Demi tetap merasa nyaman

dan percaya diri fesyen akan

sangat diperhatikan.

Masyarakat yang menyukai

fesyen akan selalu

mempertimbangkan

kelayakan sebuah produk

fesyen sebelum membelinya.

- b. Masyarakat yang suka
cinderamata

Cinderamata

merupakan sebuah tanda

bagi sebagian orang bahwa

mereka pernah berada di

suatu tempat atau pernah

mengonsumsi suatu merek.

Masyarakat yang menyukai

cinderamata merupakan

masyarakat yang

karakteristiknya adalah

membutuhkan bukti untuk

ditunjukkan pada orang lain

dan diri sendiri setelah

melakukan sesuatu yang

sifatnya menyenangkan.

2. UNIQUE SELLING

PREPOSITION

Sebuah produk atau jasa harus memiliki citra sendiri untuk menempati posisi di benak masyarakat, sehingga mudah dikenali, dan diingat. USP didasarkan pada manfaat rasional dari produk atau layanan. Kaos wisata Ngawi merupakan kaos yang berisi ilustrasi pariwisata yang ada di Ngawi. Kaos tersebut berfungsi sebagai cinderamata kaos pariwisata Ngawi yang memiliki keunikan tersendiri yaitu bagian penggunaan tambahan.

Penggunaan tambahan tersebut adalah dalam desain kaos pariwisata Ngawi ada bar kotak kosong di setiap ilustrasi ikon tempat wisata yang ada, bar kotak kosong difungsikan sebagai tanda lokasi mana yang pernah dikunjungi oleh pemakai. Setelah mengunjungi salah satu tempat wisata maka pengguna kaos wisata Ngawi bisa menandai sendiri menggunakan tinta permanen. Sistem penggunaan tambahan tersebut yang ditujukan

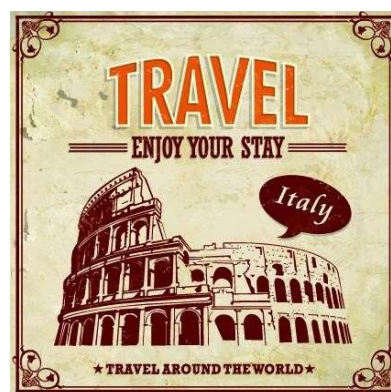
untuk merangsang jiwa petualang wisatawan.

3. Positioning

Positioning merupakan bagian yang utama, produsen dapat mengetahui positioning produknya berdasarkan sudut pandang konsumen melalui persepsi yang diberikan konsumen, atau dengan kata lain konsumen merekomendasikan kepada orang lain produk yang ditawarkan. Secara definisi menurut Kotler (2014:109) positioning produk adalah posisi yang ditempati suatu produk di benak konsumen dibandingkan dengan produk lain. Positioning adalah strategi bagaimana produk yang ditawarkan bertahan dalam benak konsumen, walaupun banyak produk yang sejenis yang dikeluarkan oleh beberapa kompetitor namun konsumen tetap mengingat produk yang ditawarkan. Desain kaos pariwisata Ngawi ini sebagai salah satu sarana promosi melalui media kaos ditampilkan dengan desain yang menggunakan gaya minimalist style retro, modern dan sedikit menggunakan font tegas yang sangat sederhana dengan tujuan memunculkan ikon-ikon tempat pariwisata agar lebih enak di pandang sehingga akan

menimbulkan efek ingin memilikinya bagi para wisatawan.

Positioning yang akan dilakukan pada kaos pariwisata Ngawi ini dengan menonjolkan ilustrasi wisata-wisata yang ada di Ngawi dalam satu kesatuan frame dengan konsep map atau peta fiktif yang diberi fitur penambahan tanda, sehingga ketika telah mengunjungi salah satu tempat wisata, pemakai kaos dapat menandai tempat wisata dalam peta ilustrasi.



Strategi Kreatif

a. Konsep Visual

1) Layout

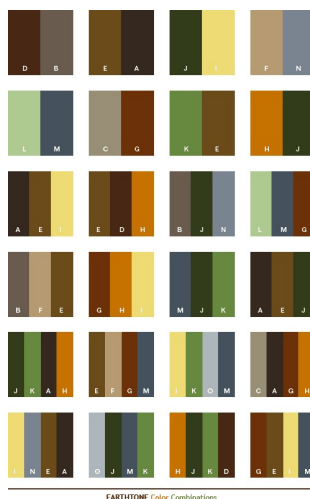
Letak ilustrasi pada media kaos berada pada center untuk tampak depan dan center pada tampak belakang. Menggunakan batasan desain berupa outline pada ilustrasi. Outline sebagai batasan desain artinya pada setiap tepi akan diikuti garis outline tebal dengan warna menyesuaikan.

Pada prinsipnya ilustrasi pada

perancangan ini tidak terlepas dari kesatuan warna, bidang, dan garis yang memiliki kesamaan jenis maupun bentuk. Keseimbangan yang digunakan pada Ilustrasi ini menggunakan keseimbangan asimetris atau mengesampingkan ukuran kanan dan kiri. Namun irama ilustrasi akan tetap menjadi perhatian utama agar desain ilustrasi tetap menarik perhatian.

2) Warna

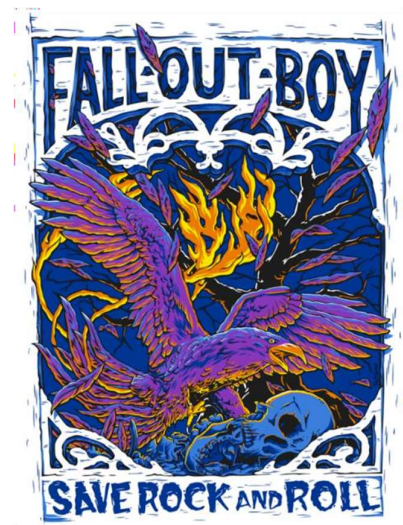
Warna yang akan digunakan pada perancangan ini adalah warna yang mewakili alam dan budaya. Hal tersebut didasari dari isi desain ilustrasi kaos yang merupakan visualisasi tempat-tempat pariwisata Ngawi, antara lain wisata alam serta wisata sejarah dan budaya.



3) Typografi

Typografi merupakan bagian dari aspek visual. Typografi juga merupakan disiplin ilmu yang berisi tentang huruf. Huruf sendiri mampu memberikan kesan yang berbeda-beda sesuai tema yang mendasari bentuk huruf.

Typografi yang digunakan pada ilustrasi kaos wisata Ngawi bersifat bebas. Hal tersebut didasari oleh fungsi dan tujuan penggunaan typografi dalam desain itu sendiri. Bentuk huruf yang bebas akan mampu menjadi satu kesatuan dengan ilustrasi. Artinya font yang digunakan mempunyai bentuk mengikuti tema ilustrasi dan tidak berpatokan pada jenis font tertentu.



Perwujudan Karya

Ngawi adalah kabupaten yang memiliki banyak tempat wisata alam, sejarah dan budaya yang menarik. Sejauh ini penyebaran informasi mengenai tempat wisata di Ngawi hanya melalui sosial media dan dari mulut ke mulut saja. Perancangan ini bertujuan untuk memperkenalkan pariwisata Ngawi melalui media lain yaitu kaos yang menggunakan desain minimalis retro. Satu desain kaos memuat beberapa lokasi wisata yang ada di Ngawi dengan ikon-ikon yang mewakili ciri khas masing-masing lokasi tersebut.

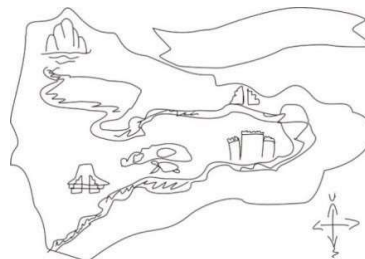
Tren kaos juga bervariasi mulai dari jenis bahan kain maupun metode sablon, mulai dari sablon manual menggunakan tinta rubber atau *water-based* dan tinta plastisol atau *oil-based*, juga sudah banyak yang menggunakan metode sablon digital salah satunya adalah DTF (*Digital Transfer Film*).

Bab ini berisi hasil desain dan karya yang dirancang berdasarkan konsep perancangan, identifikasi data, dan hasil observasi yang telah dilakukan. Ada beberapa hasil desain dan karya yang kemudian dibagi menjadi dua yaitu sebagai media utama dan media pendukung.

A. MEDIA UTAMA

1. Kaos Ngawi Adventure

a. Sketsa



b. Guideline

size	A	B
S	66	46
M	70	50
L	72	52
XL	76	56

c. Color Guide

			
R : 102 G : 168 B : 81	R : 215 G : 168 B : 100	R : 169 G : 236 B : 244	R : 146 G : 189 B : 231
			
R : 102 G : 168 B : 81	R : 116 G : 85 B : 57	R : 54 G : 113 B : 47	R : 236 G : 223 B : 214
			
R : 244 G : 212 B : 160	R : 80 G : 92 B : 104	R : 1 G : 0 B : 1	

d. Ilustrasi



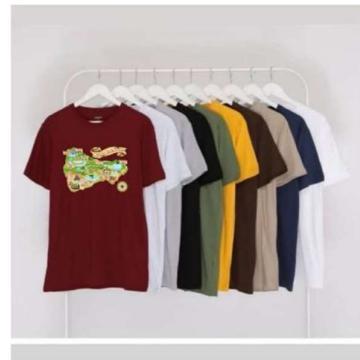
a. Keterangan

Bahan kaos menggunakan kain katun combed 30s dengan beberapa pilihan warna seperti hitam, putih, dongker, marun, merah. Metode sablon yang digunakan adalah sablon DTF (*Digital Transfer Film*) dan sablon manual dengan tinta

plastisol dan *finishing* doff.

Bentuk kerah o-neck dengan dua pilihan lengan yaitu panjang dan pendek.

b. Penempatan Media di Ruang Publik



c. Hasil Akhir

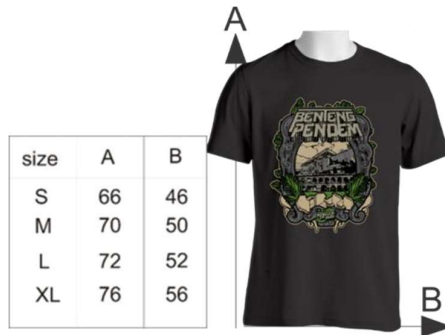


2. Kaos Benteng Pendem

a. Sketsa



b. Guideline



c. Color Guide

		
R 184	R 102	R 84
G 164	G 102	G 127
B 136	B 102	B 52

d. Ilustrasi



e. Keterangan

Bahan kaos menggunakan kain katun combed 30s dengan beberapa pilihan warna seperti hitam, putih, dongker, marun, merah. Metode sablon yang digunakan adalah sablon DTF (Digital Transfer Film) dan sablon manual dengan tinta plastisol dan finishing doff. Bentuk kerah o-neck dengan dua pilihan lengan yaitu panjang dan pendek.

f. Penempatan Media di Ruang Publik



g. Hasil Akhir



c. Color Guide

		
R 255 G 255 B 255	R 179 G 179 B 179	R 102 G 51 B 51
		
R 184 G 164 B 136	R 0 G 173 B 254	

3. Kaos Taman Wisata Tawun

a. Sketsa



d. Ilustrasi



b. Guideline

	A	B
size	A	B
S	66	46
M	70	50
L	72	52
XL	76	56



e. Keterangan

Bahan kaos menggunakan kain katun combed 30s dengan beberapa pilihan warna seperti hitam, putih, dongker, marun, merah. Metode sablon yang digunakan adalah sablon DTF (Digital Transfer Film) dan sablon manual dengan tinta plastisol dan finishing doff. Bentuk kerah o-neck dengan dua

pilihan lengan yaitu panjang dan pendek.

f. Penempatan Media di

Ruang Publik



g. Hasil Akhir

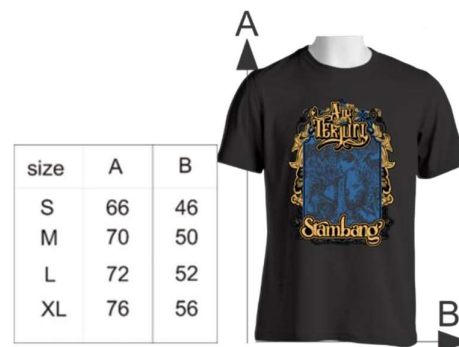


4. Kaos Air Terjun Srambang

a. Sketsa



b. Guideline



c. Color Guide



R 239
G 187
B 103



R 51
G 102
B 153

d. Ilustrasi



e. Keterangan

Bahan kaos menggunakan kain katun combed 30s dengan beberapa pilihan warna seperti hitam, putih, dongker, marun, merah. Metode sablon yang digunakan adalah sablon DTF (Digital Transfer Film) dan sablon

manual dengan tinta plastisol dan finishing doff. Bentuk kerah o-neck dengan dua pilihan lengan yaitu panjang dan pendek.

f. Penempatan Media di Ruang Publik



g. Hasil Akhir

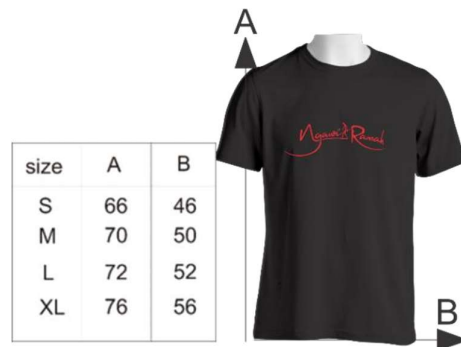


5. Kaos Ngawi Ramah

a. Sketsa



b. Guideline



c. Color Guide



R 250
G 0
B 0

d. Ilustrasi



e. Keterangan

Bahan kaos menggunakan kain katun combed 30s dengan beberapa pilihan warna seperti hitam, putih, dongker, marun, merah. Metode sablon yang digunakan adalah sablon DTF (Digital Transfer Film) dan sablon manual dengan tinta plastisol dan finishing doff. Bentuk kerah o-neck dengan dua pilihan lengan yaitu panjang dan pendek.

f. Penempatan Media di Ruang Publik



g. Hasil Akhir



A. SIMPULAN

Ngawi memiliki banyak keindahan alam dan peninggalan sejarah yang mengagumkan. Hal tersebut seharusnya mampu menjadi daya tarik tersendiri, sehingga dapat meningkatkan ekonomi masyarakat sekitar. Beberapa tempat wisata di Ngawi antara lain Air Terjun Srambang, Air Terjun Pengantin, Kebun Teh Jamus, Waduk Pondok Ngawi. Sedangkan tempat tempat sejarah yang menarik di Ngawi antara lain Benteng pendem,

Museum trinil, Pemandian Tawun, Pasanggrahan Srigati. Potensi Ngawi menjadi kota destinasi wisata sangatlah besar, namun dibutuhkan strategi serta media iklan yang tepat dan berkelanjutan untuk meningkatkan informasi tentang pariwisata Ngawi. perancangan ilustrasi kaos pariwisata Ngawi dengan segmentasi remaja hingga dewasa merupakan media promosi pariwisata Ngawi yang efektif dengan tetap mengikuti tren saat ini. Perancangan ini memperkenalkan dan menyebar luaskan ketertarikan terhadap pariwisata yang ada di Ngawi. Desain dengan semi interaktif memberikan nuansa tantangan tersendiri untuk pemakai kaos untuk berpetualang dari satu tempat wisata ke tempat wisata lain yang ada di Ngawi.

Perancangan ilustrasi pada kaos pariwisata Ngawi ilustrasi map atau peta dan menerapkan unsur-unsur desain seperti gaya desain, warna, ukuran, tipografi dan layout sehingga tercipta ilustrasi yang menarik dan layak di gunakan pada kegiatan sehari hari.

Hasil dari perancangan ilustrasi kaos pariwisata Ngawi ini berupa media utama yaitu kaos

pariwisata Ngawi dan media

pendukung yaitu feeds .Instagram, poster, roll banner, hoodie, katalog, topi, tote bag, stiker, waist bag, dan kartu petunjuk. Media pendukung dibuat dengan tujuan memperluas penyebaran informasi mengenai adanya kaos dan desain ilustrasi pariwisata Ngawi. Beragam media pendukung yang tersebar dapat meningkatkan kesadaran dan ketertarikan masyarakat pada desain tersebut.

Daftar Pustaka

- Ashari, Maisar. 2016. Kritik Seni, Makassar: Mediaqita Fondation, cetakan 1. Daniel F. Cuffaro. (2013). The Industrial Design, Reference + Specification Book. USA: Rockport Publisher.
- Bou, Louis. (2008). Street T. New York: Collins Design, Harper Collins Publisher.

Sumber Penulisan dari buku

- Cullen, Cheryl Dangel, Cyr. Lisa L, and Hickey, Lisa (2007). The Little Book Of Big Promotions. United States of America: Rockport Publisher.
- Danoe Jalu Ariswandy, Tugas Akhir Perancangan Grafis Kaos Bergambar Tokoh Wayang, 2017

Sumber Penulisan Report Instansi diperoleh secara Online

- David A. Aaker, Erich Joachimsthaler . (2009). *Building Assets In an Information Economy*. Free Press.

Departemen Pendidikan
Kebudayaan, 1989. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Cetakan ke-2. Jakarta: Balai Pustaka.

Sumber Penulisan Media Online

- Diyah Ayu Pradapa Ningrum, Tugas Akhir Desain Grafis Kartunal pada T-Shirt sebagai Media Kampanye Penanggulangan HIV/AIDS, 2011
- Evans, Lindsay. 2007. Pengantar Six Sigma An Introduction To Six Sigma And Process Improvement. Jakarta: Salemba Empat.

Wawancara

- HM, Jogyanto. 1999. Analisis dan Desain Sistem Informasi: Pendekatan Terstruktur Teori dan Praktek Aplikasi Bisnis. ANDI Yogyakarta: Yogyakarta.
- Indra Yudah Pratama, Skripsi Analisis Ilustrasi Pada Kaos Oblong Produk Jogist Yogyakarta, 2013