

PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL DESTINASI WISATA PULAU MERAK KECIL PASCA TSUNAMI SELAT SUNDA 22 DESEMBER 2018

MERAK KECIL ISLAND POST SELAT SUNDA TSUNAMI VISUAL IDENTITY DESIGN

Arrio Budiyanto Putra Pratama¹, Drs. Nugroho Sulistianto²

^{1,2,3}Prodi S1 Desain Komunikasi Visual, Fakultas Industri Kreatif , Universitas Telkom

¹arioputrapratama@student.telkomuniversity.ac.id, nugrohosulistianto@yahoo.com

Abstrak

Pada tanggal 22 Desember 2018 yang lalu terjadi Tsunami Selat Sunda mengakibatkan Provinsi Banten atau lebih tepatnya di Kota Cilegon mengalami dampak yang cukup besar terutama di sebagian wilayah Pantai Anyer serta daerah Pelabuhan Merak. Hal ini juga sudah pasti berdampak pada penurunan sektor pariwisata Kota Cilegon. Bencana alam ini juga mengakibatkan destinasi wisata yang berada di dekat dengan laut terkena dampaknya, beberapa fasilitas hancur dan perlu waktu untuk perbaikan fasilitas tersebut. Namun ada beberapa yang tidak terlalu terkena dampak yang besar dari Tsunami Selat Sunda ini, yaitu destinasi wisata Pulau Merak Kecil. Pulau Merak Kecil secara fasilitas masih sangat bagus dan tidak mengalami kerusakan yang parah akan tetapi pulau ini tetap mengalami penurunan jumlah pengunjung. Hal ini dikarekankan masyarakat atau wisatawan masih takut untuk datang atau mengunjungi kawasan ini pasca Tsunami Selat Sunda. Oleh karena itu, perlu dibangun atau dirancang sebuah citra baru destinasi wisata Pulau Merak Kecil pasca Tsunami Selat Sunda agar masyarakat dan calon wisatawan tertarik kembali untuk datang dan mengunjungi kedua pulau ini. Selain itu juga Pulau Merak Kecil ini perlu adanya perancangan identitas visual untuk menarik peminat karena pulau ini belum memiliki identitas visual sama sekali dan juga media promosinya. Dengan adanya permasalahan yang sudah disebutkan di atas menjadi tujuan dari penelitian ini. Penelitian di daerah kota Cilegon dan sekitar Pulau Merak Kecil menggunakan metode data pustaka, observasi, wawancara dan kuesioner serta menggunakan analisis matriks perbandingan.

Kata kunci : Destinasi Wisata, Pulau Merak Kecil, Identitas Visual, Pasca Tsunami Selat Sunda

Abstract

The Sunda Strait tsunami that occurred on December 22, 2018 then resulted in Banten Province or more precisely in the City of Cilegon having a considerable impact, especially in parts of Anyer Beach and the Merak Port area. This also certainly has an impact on the decline of the Cilegon City tourism sector. This natural disaster also caused tourist destinations that were close to the sea to be affected, some facilities were destroyed and needed time to repair the facilities. But there are some that are not too heavily affected by the Sunda Strait Tsunami, namely the tourist destination of Merak Kecil Island. The facilities of Merak Kecil Island are still very good and have not suffered severe damage, but the island is still experiencing a decline in the number of visitors. This is emphasized by the community or tourists who are still afraid to come or visit this area after the Sunda Strait Tsunami. Therefore, it is necessary to build or design a new image of the tourist destination of Merak Kecil Island after the Sunda Strait Tsunami so that people and potential tourists are drawn back to come and visit the two islands. Apart from that, Merak Kecil Island also needs a visual identity design to attract interested people because the island does not have a visual identity at all and also its promotional media. The existence of the problems mentioned above is the purpose of this study. Research in the city of Cilegon and around the island of Merak Kecil uses the method of library data, observation, interviews and questionnaires and uses comparison matrix analysis.

Keywords : Tourism Destinations, Merak Kecil Islands, Visual Identity, Post-Tsunami Selat Sunda

1. Pendahuluan

Pada hari Sabtu tanggal 22 Desember 2018 lalu, bencana alam tsunami Selat Sunda menghantam sebagian wilayah pesisir pantai yang ada di provinsi Banten. Dampak dari bencana yang terjadi tersebut, tidak hanya memakan ratusan korban jiwa, tetapi juga melumpuhkan sektor wisata provinsi Banten terutama kota Cilegon. Banyak tempat pariwisata yang berada di kota Cilegon dan sekitarnya terkena bencana tsunami Selat Sunda ini seperti pantai Carita Anyer, pantai Tanjung Lesung dan

lainnya. Akibat dari bencana alam tsunami Selat Sunda yang menimpa sebagian kota Cilegon ini adalah wisatawan jadi tidak percaya dan beranggapan bahwa wisata di daerah kota Cilegon ini merupakan daerah wisata yang sedang tidak aman. Oleh karena itu sangat penting untuk membangun *image* yang baru dan baik untuk daerah pariwisata sekitaran lokasi bencana alam tsunami Selat Sunda ini.

Pasca bencana alam tsunami Selat Sunda tersebut, hampir seluruh tempat wisata di daerah kota Cilegon

hancur terkena dampaknya namun, ada destinasi wisata kota Cilegon yang tidak banyak terkena dampaknya dan masih tergolong rapih dan aman yaitu destinasi wisata Pulau Merak Kecil. Pulau Merak Kecil ini memiliki potensi untuk membangkitkan pariwisata kota Cilegon pasca bencana alam tsunami Selat Sunda. Dibandingkan dengan destinasi wisata lain yang ada di sekitar Kota Cilegon, kedua pulau ini terbilang cukup aman dari dampak erupsi gunung Anak Krakatau. Hal ini dikarenakan letak dan posisi kedua pulau ini yang relatif jauh dari lokasi gunung Anak Krakatau.

Pulau Merak Kecil memiliki potensi untuk bisa menjadi destinasi wisata yang hampir setara dengan pulau-pulau di Indonesia lainnya karena secara pengelolaan, dan perawatan Pulau Merak Kecil ini cukup terjaga. Selain itu juga Pulau Merak Kecil bisa menjadi “pendongkrak” Kota Cilegon itu sendiri baik dari sektor ekonomi maupun yang lainnya. Potensi dari pulau ini adalah terdapat pada keasrian dan kealamian pulaunya, karena pulau Merak Kecil ini tidak dihuni oleh orang-orang. Selain untuk berfoto-foto, wisatawan juga bisa memancing ikan disekitaran pulau Merak Kecil ini. Terdapat fasilitas lainnya juga seperti snorkelling atau hanya ingin sekedar bermain air di tepian pantai yang memiliki pasir putih ini. Secara keindahan dan potensi, Pulau Merak Kecil ini tidak

kalah dengan destinasi wisata lainnya yang berada di kota Cilegon.

Dengan beberapa permasalahan yang ada baik identitas, media promosi serta informasi yang ada di kawasan Pulau Merak Kecil ini, perlu dipikirkan solusi yang tepat untuk menyelesaikan permasalahan tersebut. Serta pentingnya membangun sebuah *image* yang baru untuk pariwisata kota Cilegon pasca bencana alam tsunami Selat Sunda, Dengan harapan bangkitnya pariwisata Banten pasca bencana alam tsunami Selat Sunda. Dan juga diharapkan nantinya kawasan pariwisata Pulau Merak Kecil ini memiliki identitas visual yang bisa menjadi pembeda dari yang lainnya serta meningkatkan jumlah pengunjung yang datang ke kawasan wisata ini dengan media promosi yang menarik.

2. Dasar Teori

2.1 Desain Komunikasi Visual

Desain merupakan suatu keilmuan atau mata pelajaran yang di dalamnya tidak hanya mencakup eksplorasi visual, tetapi terkait dan mencakup pula dengan aspek-aspek lainnya seperti filosofis, kultural-sosial, bisnis dan teknis. Empat fungsi desain diantaranya memberi informasi, penerangan, mempengaruhi dan melindungi. (Safanayong 2006 : 3)

2.2 Tipografi

Pengertian tipografi menurut Pujiyanto (2013 : 95), bahwa tipografi sebagai pemilihan dan pemilahan, serta pengaturan tata letak yang harmonis dan mengandung maksud tertentu dari huruf yang ditampilkan (divisualisasikan) dalam berbagai media.

2.3 Warna

Warna merupakan salah satu elemen yang dapat menghasilkan daya tarik visual, dan pada kenyataannya warna lebih memiliki daya tarik pada emosi dibandingkan dengan akal. Warna merupakan faktor dominan dalam tampilan sebuah media komunikasi yang bisa ditampilkan pada sebuah ilustrasi, tipografi atau pada background yang memiliki kontras berbeda. Jenis warna yang ditunjukkan sesuai dengan letak layoutnya pasti mempunyai tujuan dan maksud dalam sebuah komunikasi, sesuai dengan fungsi informasi, baik tampilan pada background, tipografi, maupun gambar. (Pujiyanto, 2013:109)

2.4 Layout

Layout merupakan pemilihan dan penataan komponen-komponen yang ada sebagai pembawa informasi atau pesan. Hasil yang diharapkan adalah suatu sarana atau media komunikasi yang efektif, hal ini berkaitan dengan fungsi dan keindahan. Oleh karena itu penempatan gambar maupun ilustrasi serta tulisan atau tipografi baik menyangkut ukuran, jarak, sifat, dan

bentuk semuanya ditentukan oleh Layout.

2.5 Promosi

Philip Kotler (1997 : 142) menerangkan bahwa promosi merupakan suatu kegiatan atau aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan ataupun organisasi untuk mengkomunikasikan dan menyampaikan manfaat dari produk yang mereka miliki dan untuk meyakinkan serta mempengaruhi konsumen agar membeli produk tersebut.

2.6 Branding

Menurut Wirania Swasty (2016 : 14), Branding atau istilah dalam Bahasa Indonesia yakni permerekan yang merupakan suatu program yang memfokuskan dan memproyeksikan nilai-nilai merek.

2.7 Analisis SWOT

Menurut Jonathan Sarwono & Hary Lubis (2007 : 18), Analisis SWOT terutama dipergunakan untuk menilai dan menilai ulang (re-evaluasi) suatu hal yang telah ada dan sudah diputuskan sebelumnya dengan tujuan meminimumkan resiko yang mungkin timbul. Langkahnya adalah dengan mengoptimalkan segi positif yang mendukung serta meminimalkan segi negatif yang berpotensi menghambat pelaksanaan keputusan perancangan yang telah diambil.

3. Pembahasan

3.1 Data Pulau Merak Kecil

Menurut Kepala di bidang pariwisata Kota Cilegon yaitu Bapak Heri Mardiana, SH, M.Si mengungkapkan bahwa Pulau Merak Kecil ini merupakan pulau tak berpenghuni yang secara administratif berada di kecamatan Pulomerak, Kota Cilegon. Pulau Merak Kecil ini secara geografi terletak ± 1 km di sebelah pelabuhan Merak dan dapat ditempuh ± 10 menit dengan menggunakan perahu motor. Pulau ini tergolong memiliki luas yang tidak besar yaitu hanya sekitar 4,62 Ha. Pulau Merak Kecil memiliki topografi daratan yang sedikit berbukit dengan pantai serta bebatuan yang cukup terjal dan pasir putih. Vegetasi yang terdapat di Pulau Merak Kecil didominasi oleh vegetasi pantai, semak-semak dan rumput. Pulau yang memiliki arti nama sejenis burung ini sudah terdapat sarana dan prasarana seperti toilet, saung untuk beristirahat, tempat sampah dan sebagainya.

Mengenai kelebihan dan keunggulannya, Pulau Merak Kecil ini memberikan hal yang tak kalah dibandingkan Pulau lainnya yang berada di sekitar Provinsi Banten. Di pulau ini, wisatawan bisa menikmati alam bawah laut dengan melakukan Snorkeling ataupun Diving. Kemudian terdapat aneka terumbu karang dan hewan laut, hamparan tumbuhan dan bebatuan serta pepohonan. Pemandangan dari pulau

ini kearah selat sunda dan pelabuhan Merak yang di latar belakang pegunungan sangat indah.

Pulau Merak Kecil adalah salah satu Pulau di Kota Cilegon Provinsi Banten yang keberadaannya masih belum banyak diketahui oleh masyarakat. Namun keindahan yang ada di Pulau ini tidak kalah dengan pulau-pulau yang lainnya.

3.2 Data Khalayak Sasaran

1. Geografis

Berdasarkan letak geografisnya, Kota Cilegon berada dibagian paling ujung sebelah Barat Pulau Jawa dan terletak pada posisi: $5^{\circ}52'24''$ - $6^{\circ}04'07''$ Lintang Selatan (LS), $105^{\circ}54'05''$ - $106^{\circ}05'11''$ Bujur Timur (BT).

2. Demografis

- a. Usia : 18 sampai 38 tahun, Dewasa Dini
- b. Jenis Kelamin : Laki-laki dan Perempuan
- c. Pendidikan : SMA dan Sarjana Muda
- d. Pekerjaan : Wirausaha, Perdagangan, dan Lapangan Pekerjaan Industri

3. Psikografis

- a. Menyukai hal-hal yang berkaitan dengan wisata dan aktifitas alam
- b. Menyukai hal-hal dan tempat baru

- wisata yang menantang
- c. Dari kalangan menengah dan menengah keatas
- d. Aktif dan Dinamis
- e. Menyukai traveling

4. Perilaku Konsumen

- a. Menghabiskan waktu dengan berkumpul bersama teman-teman
- b. Membeli berdasarkan pengamatan
- c. Melakukan pencarian informasi terhadap suatu tempat / produk sebelum melakukan pembelian

3.3 Data Hasil Observasi dan Wawancara

a. Data Observasi

Setelah melakukan observasi pada destinasi wisata Pulau Merak Besar dan Pulau Merak Kecil beberapa bulan pasca Tsunami Selat Sunda, Pulau Merak Besar dan Pulau Merak Kecil ini sudah mulai membaik dan bangkit. Karena memang kedua pulau ini tidak terlalu terkena dampak dari Tsunami Selat Sunda seperti kawasan Pantai Anyer yang rusak cukup parah fasilitasnya. Akan tetapi kedua pulau ini yaitu Pulau Merak Besar dan Pulau Merak Kecil pasca Tsunami Selat Sunda mengalami penurunan jumlah wisatawannya dikarenakan

sebagian dari masyarakat masih takut untuk datang atau berkunjung ke Pulau Merak Besar dan Merak Kecil ini.

Pulau Merak Besar dan Pulau Merak Kecil ini juga terbukti lebih aman dibandingkan dengan destinasi wisata sejenis yang ada di Kota Cilegon. Hal ini bisa dilihat dari setelah terjadinya Tsunami yang diakibatkan oleh erupsi gunung Anak Krakatau, kedua pulau ini tidak terkena ombak besar seperti yang terjadi di wilayah pantai anyer dan sekitarnya. Karena Pulau Merak Besar dan Pulau Merak Kecil ini secara geografi letaknya cukup jauh dari lokasi gunung Anak Krakatau.

b. Data Wawancara

Usman merupakan warga asli Kota Cilegon yang bertugas untuk mengurus serta mengelola Pulau Merak Kecil. Menurutnya, Pulau Merak Kecil ini memiliki sebuah nama asli yaitu Pulau Mabak. Pak Usman menambahkan bahwa wisata Pulau Mabak ini mengalami penurunan jumlah pengunjung pasca tragedi Tsunami Selat Sunda bulan Desember 2018 yang lalu. Penurunan jumlah pengunjung Pulau Mabak ini cukup besar, terjadi penurunan sekitar 50%.

Pulau Merak Besar dan Pulau Merak Kecil pasca Tsunami Selat Sunda ini kondisinya memang tidak terlalu terkena dampaknya tidak seperti destinasi wisata lainnya yang ada di sekitaran Kota Cilegon seperti Pantai Anyer, Pantai Tanjung Lesung yang rusak parah dari segi fasilitasnya. Beruntung Pulau Merak Besar maupun Pulau Merak Kecil ini masih terjaga kondisinya namun memang terjadi penurunan pengunjung di setiap destinasi wisata di Kota Cilegon termasuk Pulau Merak Besar dan Merak Kecil.

3.4 Analisis

a. Analisis SWOT

Kekuatan (*Strenght*)

1. Memiliki alam bawah laut yang tidak kalah menarik dengan kompetitor. Mempunyai 2 spot Diving dan 1 spot Snorkeling.
2. Selain untuk Diving dan Snorkeling, Pulau Merak Besar dan Merak Kecil menawarkan sensasi berpetualang, berkemah dan memancing.
3. Dekat dengan pusat kota (akses mudah)
4. Tidak jauh dari stasiun, pelabuhan dan terminal Merak sehingga wisatawan luar kota dapat

dengan mudah mengunjungi Pulau Merak Kecil ini.

Kelemahan (*Weakness*)

Walaupun Pulau Merak Kecil memiliki keunikan dan keindahan tersendiri, tetapi Pulau Merak Kecil masih belum mempunyai promosi. Sehingga Pulau Merak Kecil di Kota Cilegon belum dikenal oleh masyarakat.

Peluang (*Opportunity*)

Pasca Tsunami Selat Sunda, Pulau Merak Kecil memiliki peluang yang cukup besar karena destinasi wisata ini tidak banyak terkena dampak dari tsunami Selat Sunda. Oleh karena itu pulau ini memiliki peluang untuk bangkit lebih dulu dibandingkan dengan kompetitor yang lain. Selain itu juga peluang dari pulau Merak Kecil ini terdapat pada kealamian pulaunya yang tidak berpenghuni.

Ancaman (*Threat*)

Masyarakat tidak akan pernah tahu keberadaan Pulau Merak Kecil jika belum ada promosi dalam memperkenalkan Pulau ini. Selain itu masyarakat juga masih belum percaya untuk mengunjungi kedua pulau ini karena masyarakat mengira pulau ini masih tidak aman.

b. Matrix SWOT

PE-KU

Pasca Tsunami Selat Sunda, Pulau Merak Kecil memiliki peluang yang cukup besar karena destinasi wisata ini tidak banyak terkena dampak dari tsunami Selat Sunda. Peluang ini lah yang nantinya akan menjadi kekuatan bagi destinasi wisata Pulau Merak Kecil ini. Kedua pulau ini dirasa lebih aman dari ancaman gunung Anak Krakatau dibandingkan dengan kompetitornya karena lokasi nya yang jauh dari gunung tersebut.

PE-LEM

Karena pulau ini tidak terkena dampak dari tsunami selat sunda 2018 lalu, membuat destinasi wisata Pulau Merak Kecil ini bisa lebih fokus pada peningkatan media promosi dan sebagainya serta perancangan identitas visualnya untuk menarik minat wisatawan atau pengunjung. Sebab, pasca tsunami selat sunda lalu tidak berdampak pada kerusakan fasilitas, sarana dan prasarana yang ada di kedua pulau ini

A-KU

Pulau Merak Kecil ini membutuhkan perancangan sebuah citra yang baru yaitu citra 'aman' agar masyarakat ingin datang dan berkunjung

lagi ke pulau ini. Selain itu perlu juga dirancang identitas visual dari kedua pulau ini agar lebih banyak lagi masyarakat yang tahu dan tertarik terhadap Pulau Merak Kecil ini.

A-LEM

Pulau ini harus memiliki identitas visual yang baru setelah terkena bencana alam yaitu tsunami selat sunda yang lalu guna membangun citra yang lebih bagus dan juga perlu adanya perancangan promosi pada beberapa media untuk meningkatkan jumlah pengunjung.

Kesimpulan

Dari analisis Matriks SWOT diatas, penulis cenderung memakai strategi PE – KU / Peluang (opportunity) dan Kekuatan (Strenght) untuk menyelesaikan permasalahan yang ada. Selain itu penulis juga mengkombinasikannya dengan strategi PE – LEM / Peluang (Opportunity) dan Kelemahan (Weakness). Oleh karena itu, penulis akan berfokus pada menonjolkan kekuatan dari Pulau Merak Kecil ini dan juga meminimalisir kelemahannya. Penulis akan berfokus pada perancangan

identitas visual pasca Tsunami Selat Sunda untuk kedua pulau ini dan menerapkannya pada beberapa media promosi.

4. Konsep dan Hasil Perancangan

4.1 Konsep Pesan

Pesan yang ingin disampaikan dalam perancangan Identitas Visual Destinasi Wisata Pulau Merak Kecil ini adalah bahwa pulau ini merupakan tempat wisata laut yang aman untuk dikunjungi. Selain itu, konsep pesan yang ingin disampaikan adalah “*Experience of living on an unhabited island*”. Pulau Merak Kecil ini menjanjikan pengalaman dan sensasi hidup di sebuah pulau tak berpenghuni secara singkat dan maksimal. Sehingga tagline dari Pulau Mabak ini adalah “Overnight on The Island” maksud dari tagline tersebut ialah sama seperti konsep pesan yang ingin disampaikan bahwa pulau Mabak ini menawarkan pengalaman bermalam di sebuah Pulau yang tak berpenghuni.

Tujuan dirancangnya Identitas Visual bagi Pulau Merak Besar dan Pulau Merak Kecil ini untuk menarik perhatian dan minat masyarakat agar datang dan mengunjungi destinasi

wisata yang berada di Kota Cilegon ini. Penyampaian pesan ini juga dikemas dengan unsur-unsur budaya lokal khas Kota Cilegon, agar Kota Cilegon bisa lebih dikenal masyarakat luar daerah.

4.2 Konsep Kreatif

Konsep kreatif atau teknik pendekatan yang dipakai adalah dengan cara yang lebih modern dan bisa lebih menyeluruh. Karena yang menjadi target adalah masyarakat-masyarakat modern yang sudah dekat dengan teknologi. Pendekatannya akan menggunakan media online seperti sosial media untuk menerapkan identitas visual yang akan dirancang serta untuk mempromosikan destinasi wisata Pulau Merak Besar dan Pulau Merak Kecil ini.

Adapun tahapan dalam pembuatan sebuah perancangan promosi dari wisata Pulau Mabak Merak adalah dengan menggunakan pendekatan kreatif. Dalam hal ini adalah tentang strategi kreatif yang ingin dilakukan yaitu dengan cara penyampaian sebuah pesan promosi yang dapat dengan cepat dan mudah dipahami oleh para konsumen. Dalam

hal ini pesan yang ingin disampaikan oleh wisata Pulau Mabak Merak adalah melalui media komunikasi visual yang menarik dan komunikatif sehingga target market dan audiens dapat tepat pada sasaran

4.3 Konsep Media

Untuk konsep media, penulis akan lebih berfokus pada media-media elektronik seperti sosial media. Hal ini dilakukan agar lebih mudah menarik minat dan perhatian dari masyarakat modern atau masyarakat-masyarakat masa kini. Selain itu juga perancangan Identitas Visual destinasi wisata Pulau Merak Besar dan Pulau Merak Kecil ini juga akan tetap menggunakan media cetak sebagai media penerapan Identitas Visual yang dirancang serta sebagai media promosi pendukung

4.4 Konsep Visual

Gaya visual yang dipakai untuk merancang identitas visual baru Pulau Mabak ini sesuai dengan pesan dan target audiense yang sudah didapat. Visual untuk identitas Pulau Mabak ini lebih kearah modern dan minimal, serta digunakan layout yang menarik untuk menciptakan karakteristik yang

mempunyai ciri khas tersendiri baik dalam logo, tipografi dan hal lainnya sehingga dapat membangun sebuah citra yang baru dan baik.

4.5 Hasil Perancangan

a. Logo



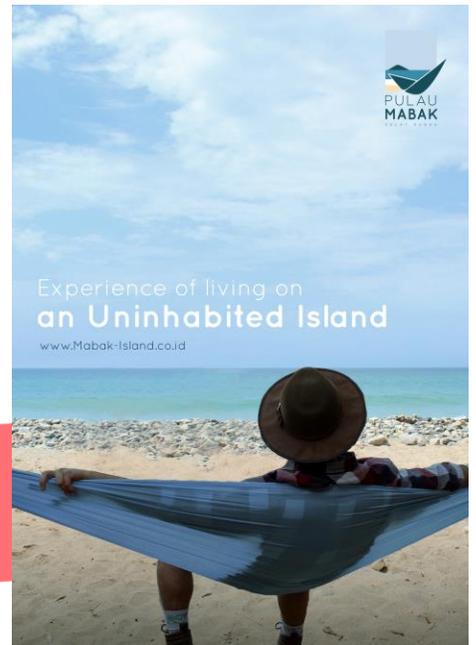
b. Website



c. Billboard



e. Poster



d. Merchandise



f. Banner & Flyer



5. Kesimpulan dan Saran

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan yang bisa diambil dari perancangan tugas akhir yang telah dibuat oleh penulis dengan mengacu pada data-data yang telah penulis kumpulkan dan analisis dapat dikatakan bahwa Pulau Merak Kecil atau yang memiliki nama lain yaitu Pulau Mabak ini mengalami penurunan jumlah pengunjung pasca terjadinya bencana alam yaitu Tsunami Selat Sunda pada tanggal 22 Desember 2018 lalu. Penurunan jumlah pengunjung ini cukup besar dan signifikan dibandingkan sebelum terjadi Tsunami. Padahal Pulau Mabak ini tidak terkena dampak yang begitu besar karena memang Tsunami Selat Sunda yang terjadi di sekitar pulau ini tidak begitu besar tidak seperti di wilayah pantai anyer. Penurunan pengunjung terjadi karena masyarakat menjadi takut untuk mengunjungi tempat-tempat wisata sekitar Selat Sunda. Oleh karena itu Pulau Mabak ini perlu dirancang sebuah identitas visual dan citra yang baru agar menarik minat pengunjung untuk datang ke pulau ini.

Berdasarkan latar belakang yang sudah ada, penulis membuat sebuah solusi melalui perancangan identitas visual destinasi wisata Pulau Mabak beserta media-media promosi dan pendukungnya. Hal ini bertujuan untuk

meningkatkan kembali jumlah pengunjung Pulau Mabak pasca Tsunami Selat Sunda yang lalu. Perancangan identitas visual Pulau Mabak ini menggunakan strategi analisis SWOT. Sedangkan untuk media promosi dan pendukung penulis menggunakan metode AISAS agar penyampaian pesan yang ingin disampaikan terjadi secara efektif.

5.2 Saran

Diharapkan dengan dirancangnya sebuah Identitas Visual bagi destinasi wisata Pulau Merak Kecil ini masyarakat bisa lebih mengetahui tentang destinasi wisata Pulau Merak Kecil ini dan meningkatkan jumlah pengunjung wisata Pulau Merak Kecil. Dan semoga Pulau Merak Kecil ini tetap dijaga oleh semua pihak baik itu pihak pengelola, pengunjung dan warga sekitar karena Pulau Merak Kecil ini merupakan aset bagi Kota Cilegon.

Daftar Pustaka

- [1] Freddy Rangkuti, 2010, strategi Promosi Yang Kreatif & Analisis Kasus *Integrated Marketing Communication*, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- [2] Freddy Rangkuti, 2011, Dongkrak Penjualan Melalui *Marketing Strategy & Competitive Positioning*

Mengukur Segmentasi, Targeting, dan Positioning Menggunakan SPSS, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

- [3] Jonathan Sarwono & Hary Lubis, 2007, Metode Riset Untuk Desain Komunikasi Visual, Andi Offset, Yogyakarta.
- [4] Morissan, M.A. 2010, Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu.
- [5] Oka A. Yoeti, 1982, Pengantar Ilmu Pariwisata, Angkasa Offset, Bandung.
- [6] Rosyidie, Arief. 2004. “Aspek Kebencanaan Pada Kawasan Wisata” dalam Jurnal Perancangan Wilayah dan Kota Volume 15. Bandung.
- [7] Swasty, Wirania. 2016. Branding Memahami dan Merancang Strategi Merek. PT. Remaja Rosdakarya. Bandung.