

BAB IV

IMPLEMENTASI KARYA

Setelah proses penelitian dan pembuatan sketsa yang telah diterangkan pada bab IV, pada bab ini membahas mengenai proses produksi dan implementasi desain pada berbagai media yang telah ditentukan sebelumnya.

4.1 Implementasi Desain

Dari sketsa desain terpilih pada masing-masing media diimplementasikan pada setiap media yang telah dipilih. Untuk membuat media promosi yang tepat dan mampu mengangkat potensi wisata religi Islam di Kabupaten Gresik, maka pada setiap desain dirancangan sebagai berikut:

1. Desain pada setiap media dirancang dengan membuat *point of interest* pada ilustrasi bangunan yang menjadi cirikhas dari beberapa objek wisata religi di Kabupaten Gresik. Tampilan ilustrasi tersebut bertujuan agar audience yang melihat familiar dengan pesan yang ingin disampaikan bahwa Gresik merupakan kota religi yang memiliki beragam objek wisata religi yang unik dan menarik.
2. Penggunaan *tagline* “*Telusuri Jejak Penyebaran Islam Pertama*” dan *sub headline* “*Wisata Religi Tokoh Penyebaran Islam Pertama di Pulau Jawa Khususnya di Kabupaten Gresik*” membantu konsumen lebih mudah mencerna dan mengingat merek, yang didukung pula dengan ilustrasi gambar.

3. Desain media promosi dirancang dengan konsep dan layout yang konsisten. Desain yang konsisten diharapkan mampu membuat konsumen merasa familiar dengan wisata yang ditawarkan.
4. Adapun layout yang konsisten pada setiap media disajikan pada setiap media sebagai berikut:
 - a. Tipografi yang digunakan pada *headline*, *sub headline* dan *body copy* selalu menggunakan huruf berjenis *san serif*.
 - b. Menggunakan ilustrasi gambar yang sama pada setiap media.
 - c. Menggunakan warna hijau dan orange/jingga sebagai warna pokok pada setiap desain. Hijau sebagai warna dasar dan jingga sebagai warna kombinasi.
 - d. Menggunakan garis lengkung berwarna gradasi jingga

Berikut disajikan implementasi final desain beserta rencana

penempatannya pada masing-masing media.

1. Katalog Wisata

Sesuai dengan sketsa dan konsep yang telah terpilih, maka desain di implementasikan pada media 57cm x 45 cm, dua sisi, dengan 4 lipatan. Pada bagian depan mencantumkan 7 objek wisata dan 1 sebagai cover dari katalog wisata. Pada bagian sebaliknya 4 kolom digunakan untuk peta wisata, dan 3 sisanya untuk *review* objek wisata religi dan 1 sebagai tips berwisata religi.

Cover katalog menggunakan *layout* yang terfokus pada bagian tengah, dimana pada bagian itu dicantumkan ilustrasi berupa beberapa bangunan yang menjadi cirikhas wisata religi Islam di Kabupaten Gresik. Ilustrasi tersebut mewakili beberapa objek wisata yang ditawarkan oleh Kabupaten Gresik. Pada bagian bawah ilustrasi dicantumkan keterangan yang menjelaskan apa yang di angkat dalam katalog tersebut “wisata religi Islam Kabupaten Gresik” dan logo Dinas Pariwisata Kabupaten Gresik. *Headline* diletakkan pada bagian tengah, dan di atasnya dicantumkan tulisan “Katalog Wisata”.

Warna yang digunakan dominan pada warna hijau dan jingga sebagai kombinasi pada beberapa item. Pada setiap kolomnya di cantumkan nama objek wisatanya dengan ilustrasi pita hijau. Beberapa objek wisata ditampilkan dalam 1 halaman untuk menampilkan bahwa seluruh objek wisata religi tersebut merupakan satu keatuan wisata yang di tawarkan oleh Kabupaten Gresik. Layout didominasi oleh foto, karena mengingat target audincenya (menengah ke bawah) yang cenderung menyukai gambar dari pada membaca banyak tulisan. Layout tulisan dibuat dua baris agar audience yang membaca tidak cepat merasa lelah saat membaca. Sedangkan untuk layout foto dibuat besar kecil agar memiliki fokus gambar mana yang ingin di tonjolkan.



Gambar 4.1 Implementasi Desain Katalog Wisata Bagian depan



Gambar 4.2 Implementasi Desain Katalog Wisata Belakang

2. *Billboard*

Billboard dibuat sesuai konsep perancangan katalog, hanya saja menggunakan ilustrasi yang sedikit berbeda. Ilustrasi ini menyesuaikan format *billboard billboard* yang menggunakan *billboard landscape* berukuran 10m x 5m. Desain *billboard* dirancang dengan perbandingan 1:100, sehingga bila desain ini diperbesar atau diperkecil tidak akan merusak desain yang telah dibuat. *Billboard* didesain dengan menggunakan warna dominan hijau dan jingga. Sebagai bentuk visualnya, hanya menggunakan penonjolan ilustrasi bangunan, dengan didukung *headline* dan *sub headline* dibagian samping kanan. Pada bagian bawah *billboard*, ditampilkan logo Dinas Pariwisata Kabupaten Gresik beserta keterangan alamat, dan website yang dapat dikunjungi. Untuk menambahkan keluwesan desain dan kesan tradisional maka di tambahkan garis lengkung berwarna jingga atau orange.

Media promosi *billboard* akan ditempatkan di sekitar pintu masuk wilayah Kabupaten Gresik yang berbatasan dengan Surabaya seperti pada gambar 4.4. Titik-titik ini dipilih dengan pertimbangan bahwa jalur ini merupakan jalur keluar masuk yang pasti dilewati oleh orang yang akan memasuki kota Gresik.



Gambar 4.3 Ilustrasi Iklan *Billboard*



Gambar 4.4 Implementasi Iklan *Billboard*

3. Website

Tabel 4.5 Fungsi dan isi website

Halaman	Fungsi dan Isi
<i>Home</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Halaman utama website - Berisi garis besar isi dari website - Terdapat <i>news update, calender event, space iklan</i>
<i>Destination</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Destinasi wisata religi Islam yang ditawarkan Kabupaten Gresik - Berisi kurang lebih 11 objek wisata, yang di bagi dalam <i>sub-sub</i> halaman
<i>News</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Berisi tentang berita-berita yang sedang hangat-hangatnya mengenai wisata di Kabupaten Gresik - Kelanjutan <i>news</i> dari <i>home</i>
<i>Gallery</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Halaman yang berisi foto-foto dokumentasi wisata dan <i>event</i>
<i>Map</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Halaman peta interaktif yang akan membantu memudahkan wisatawan mencari lokasinya via <i>GPS/map</i>
<i>Contact</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Kontak informasi yang bisa dihubungi - Kolom komentar

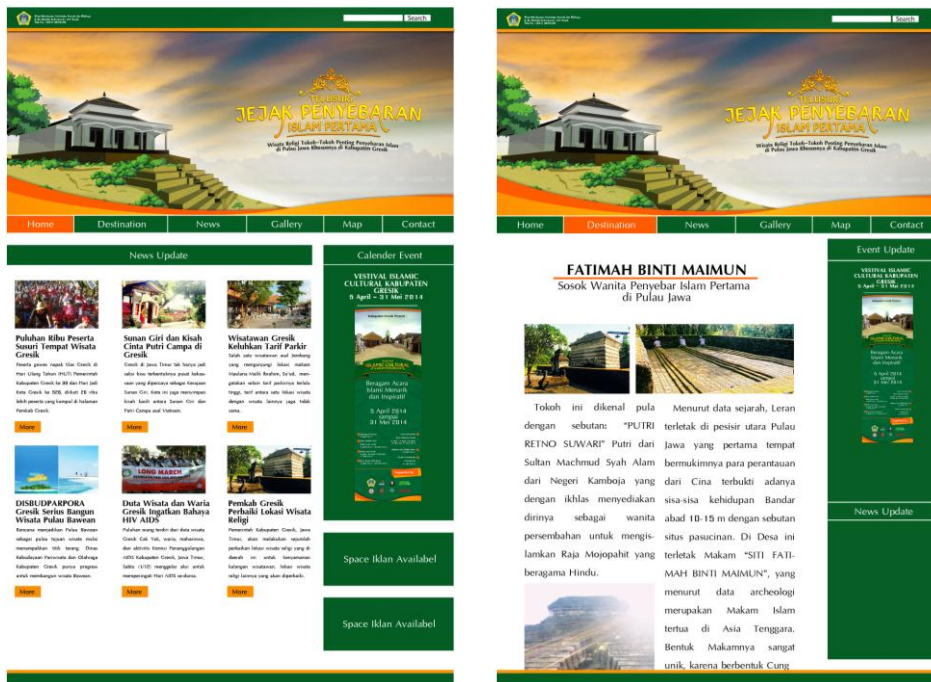
Desain website dibuat lebih sederhana, dengan *layout* sedikit lebih formal, namun tetap mempertahankan ciri khas desain sebelumnya, yakni penonjolan ilustrasi bangunan (ilustrasi pada *billboard*), *sub headline*, warna hijau dan jingga, serta garis lengkung berwarna jingga. Seperti halnya desain katalog, pada desain website juga memberikan *space* berwarna putih untuk beragam artikel yang akan di cantumkan di dalam website. Hal tersebut berdasarkan alasan untuk kenyamanan membaca para pengunjung webite.

Pada setiap sub judul memuat isi yang berbeda-beda. Pada **halaman *home*** tentu saja menjadi halaman utama saat website dibuka. Didalam *home* berisi *news update*, yakni berita-berita terkini mengenai wisata di Kabupaten Gresik, serta terdapat kolom *calender event*.

Pada **halaman *destination***, berisi destinasi wisata religi Islam yang dianggap memiliki potensi khususnya potensi wisata. Pada bagian ini terbagi menjadi beberapa sub seperti terlihat pada gambar 4.8, yang nantinya setiap sub judul menampilkan 1 halaman sebuah objek wisata. Setiap sub judul berisi informasi lengkap mengenai tokoh yang diangkat, berikut lokasi objek wisata.

Halaman *News* berisi informasi lengkap atau kelanjutan dari seluruh *news* yang ditampilkan pada halaman *home*. Setiap berita dibahas secara menyeluruh, lengkap, dan menarik dalam halaman ini, agar masyarakat dapat mengetahui sejauh mana perkembangan wisata di Kabupaten Gresik. Halaman selanjutnya adalah ***gallery***. Pada halaman *gallery* ini berisi beragam dokumentasi foto wisata di Kabupaten Gresik maupun dokumentasi *event* yang pernah diselenggarakan. Pada halaman *gallery* ini terdapat *link download* untuk *men-download* katalog wisata.

Yang terakhir merupakan **halaman *map* dan *contact us***. Pada bagian *map* ini berisi peta wisata religi Islam Kabupaten Gresik. Berbeda dengan katalog, *map* pada website didukung dengan fitur *google map*, dimana orang yang mengakses dapat langsung mengetahui lokasi yang ingin dituju dengan menggunakan *GPS (google map)*. Pada bagian *contact us* berisi kontak yang bisa dihubungi bila memerlukan informasi lebih lanjut mengenai wisata religi Islam di Kabupaten Gresik berikut kolom komentar.



Gambar 4.6 Implementasi Desain Website (home dan destination)



Gambar 4.7 Implementasi Desain Website (news dan gallery)



Gambar 4.8 Implementasi Desain Website (*map* dan *contact*)



Gambar 4.9 Panel Sub Halaman pada *Destination*

4. Iklan Website

Desain iklan pada website ini lebih sederhana dari desain lainnya, dimana dalam desain iklan website ini hanya mencantumkan ilustrasi bangunan berikut garis berwarna jingga yang menjadi cirikhas desain, serta alamat website, *headline* dan *sub headline* saja. Iklan ini dibuat interaktif dengan *fade in fade out* pada bagian *headline* dan *sub headline*, agar audience yang melihatnya tidak merasa bosan. Ukuran iklan menyesuaikan *space* iklan yang disediakan oleh masing-masing website. Iklan ini merupakan bagian dari strategi SEO (*Search Engine Optimization*) yang digunakan untuk menyebarkan informasi akan adanya website wisatareligi.com dan meningkatkan kunjungan website wisatareligi.com.

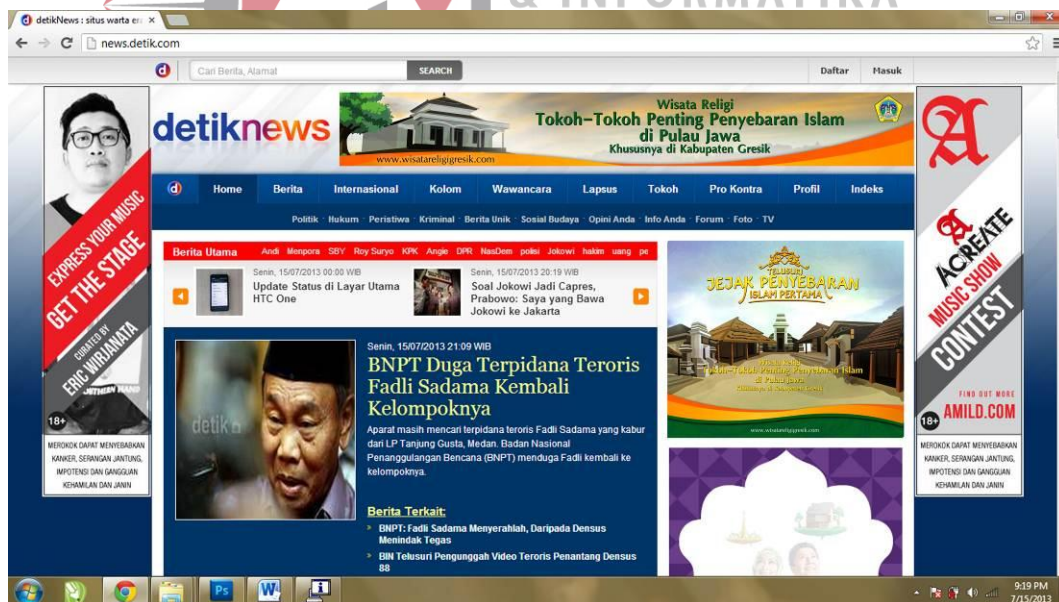


Gambar 4.10 Ilustrasi Desain Iklan Website



Gambar 4.11 Ilustrasi Desain Iklan Website

Berikut merupakan contoh pengaplikasian iklan website tersebut dalam sebuah website detiknews.com. Agar tidak hanya menampilkan visual saja, maka iklan tersebut di *link* kan ke website resmi yang di telah dijelaskan sebelumnya, dengan begitu walau tidak membuka websitenya audience akan familiar dengan iklannya.



Gambar 4.12 Implementasi Desain Iklan Pada Website Detik News

5. *Event*

a. *Konsep Event*

Penggabungan rangkaian dan beragam kegiatan/acara bernuansa Islami, dengan menonjolkan sejarah dan keunikan dari setiap potensi wisata religi Islam di Kabupaten Gresik. Dikemas dalam satu acara bernama “*Festival Islamic Cultural, Kabupaten Gresik*”. Tema yang diangkat sama dengan tema perancangan desain yakni “*Pioneer*”.

b. *Waktu dan Tempat*

Dilaksanakan selama dua bulan, dimulai pada tanggal 5 April 2014 hingga 31 Mei 2014. Bertempat di beberapa titik lokasi diantaranya kawasan makam Fatimah Binti Maimun di Leran, kawasan Makam Dewi Sekardadu di Kelurahan Ngargosari, Kawasan Giri Kedaton di Kelurahan Sidomukti, kawasan Makam Sunan Giri dan Sunan Prapen di Giri, Kawasan Malam Malik Ibrahim dan Pusponegoro, kawasan Makam Kanjeng Sepuh di Sedayu, alun-alun kota Gresik dan Stadion Petrokimia.

c. *Bentuk Kegiatan atau Isi Acara :*

1. *Opening Event*

Merupakan pembukaan dari *event “Festival Islamic Cultural, Kabupaten Gresik”*, yang dikemas dalam bentuk panggung seni dan budaya Islami, dimana dalam acara tersebut akan memberikan suguhan berbagai macam seni dan budaya Islam seperti musik-musik tradisional, tarian khas, dan lain-lain. Selain itu juga sebagai pembukaan dari berbagai lomba Islami yang digelar untuk meramaikan

serangkaian kegiatan, diantaranya lomba fotografi esai suasana sepanjang acara *Festival Islamic Cultural*, lomba parade teatrikal dan lomba hijab modern.

Pembukaan ini di selenggarakan di kawasan Makam Fatimah binti Maimun di Leran Manyar, hal tersebut berdasarkan pertimbangan lokasinya yang memadai untuk menggelar bazar dan panggung dengan ukuran sedang, serta karena dalam sejarahnya tokoh yang ada dalam lokasi wisata ini merupakan tokoh penyebar Islam pertama di Jawa Timur sebelum Sunan Maulana Malik Ibrahim. Selain panggung seni dan budaya, akan diramaikan pula oleh bazar berbagai jajanan dan makanan khas sepanjang jalan menuju lokasi. Di lengkapi pula dengan sajian layar tancep yang akan digelar pada malam harinya dan hari-hari berikut setelahnya. Sebagai pelengkap tentunya akan ada pembagian *merchandise* gratis, poster *event*, dan katalog wisata religi Islam di Kabupaten Gresik.

2. Kawasan Giri Kedaton

Di kawasan ini akan dikemas kegiatan sanggring (makan kolak ayam) secara gratis, serta pesta lampion dan damar kurung. Kolak ayam merupakan makanan tradisi turun temurun sejak berkuasanya pemerintahan Giri Kedaton, dan dipercaya dapat menyembuhkan penyakit pada zamannya, untuk itulah dipilih makanan kolak ayam ini mengingat lokasi penyelenggaraan di Giri Kedaton.

Sedangkan pesta lampion damar kurung dipilih selain karena merupakan hasil budaya asli Gresik, gambar-gambar pada damar kurung umumnya bercerita mengenai sejarah Islam. Dari gambar-gambar tersebut diharapkan orang akan memahami cerita kebesaran kerajaan Giri pada zamannya dan dapat menjadi gambaran kebesaran kerajaan Giri Kedaton dalam penyebaran Islam. Dengan konsep tadi lokasi ini dapat dikemas seperti *café outdoor* namun dengan suasana Islami dan tempo dulu.

3. Kawasan Dewi Sekardadu

Berbeda dengan lokasi sebelumnya, kawasan ini cukup terpencil dari kawasan lainnya. Untuk menarik minat wisatawan untuk berkunjung ke kawasan ini akan dikemas sebuah acara dengan bentuk pementasan panggung teater yang bercerita tentang kisah perjalanan dewi sekardadu. Pementasan tersebut dikemas secara lucu dan tidak serius seperti OVJ (Opera Van Java), agar *audience* yang melihatnya tidak merasa bosan. Untuk melengkapi pementasan teater ini ditampilkan pula beberapa kesenian Islam seperti pada pembukaan acara. Pementasan ini akan dilaksanakan 2 minggu sekali dalam waktu 2 bulan.

4. Kawasan Sunan Prapen dan Sunan Giri

Untuk meramaikan kawasan Sunan Prapen yang sebelumnya tidak banyak dilirik oleh orang, maka pada *event* kali ini akan diselenggarakan sebuah bazar serba-serbi Islam tepat di bawah kawasan Makam Sunan Prapen selama dua bulan penuh sepanjang *event* ini berlangsung. Bazar ini melibatkan banyak warga Gresik untuk menjual segala macam pernak pernik Islam seperti buku Islam, pakaian muslim, dan khususnya produk asli Gresik seperti Kopyah, sarung tenun, dan lain-lain. Bazar ini di selenggarakan dari kawasan Sunan Giri hingga pelataran kawasan Makam Sunan Prapen, agar orang yang awalnya berniat ke sunan Giri saja mau dan tertarik untuk sekedar menengok kawasan yang dijadikan lokasi bazar. Berbeda dari bazar yang diselenggarakan di Leran, bazar disini tidak menjual makanan maupun jajanan.

5. Kawasan Makam Fatimah binti Maimun

Kegiatan yang diselenggarakan di lokasi ini merupakan kelanjutan dari *opening event*, yakni layar tancep dan bazar makanan. Layar tancep dan bazar disini diselenggarakan selama 2 minggu sekali berselang-seling dengan pementasan di Sekardadu. Film yang ditayangkan disini merupakan film bernuansa Islami yang pernah ditayangkan di bioskop dan belum pernah ditayangkan di televisi. Untuk mendukung layar tancep tersebut maka bazar yang terdapat disini hanya bazar makanan, jajanan, dan minuman.

6. Kawasan Kanjeng Sepuh

Kegiatan yang diselenggarakan disini adalah Istighosa dan Tabligh Akbar, yang mengundang banyak santri dari Gresik dan dari kota-kota lain sekitar Gresik serta masyarakat umum lainnya. Istighosa dan Tabligh Akbar dilaksanakan disini berdasarkan pertimbangan lokasinya yang luas dan sangat memadai untuk diselenggarakan sebuah kegiatan yang melibatkan banyak orang. Lokasinya pun mudah dijangkau dari berbagai Arah. Dalam kegiatan ini mengundang pula beberapa ustadz dan kyai terkenal yang berpengaruh untuk berceramah atau memberikan tausiah dengan harapan dapat menarik minat *audience* untuk ikut serta atau datang. Sebagai pelengkap ada acara bagi-bagi *merchandise* gratis dan promo wisata religi Islam Gresik.

7. Kawasan Sunan Maulana Malik Ibrahim, Pusponegoro, Raden Santri dan Nyai Ageng Pinatih

Sebagai penutup dari rangkaian acara dalam “*Festival Islamic Cultural, Kabupaten Gresik*” diselenggarakan sebuah parade budaya Islam, yakni pawai dari alun-alun kota Gresik, melewati kawasan Maulana Malik Ibrahim hingga berakhir di stadion petrokimia.

Dalam parade ini diisi dengan drama teatrikal sepanjang perjalanan yang mengisahkan awal perjalanan penyebaran Islam pada zaman dahulu, dan peserta lainnya diharuskan memakai pakaian ulama-ulama zaman dahulu, dimeriahkan pula oleh peserta lomba hijab modern yang turut serta mengiringi parade. Untuk mewujudkan parade tersebut, melibatkan banyak pihak mulai dari sanggar teater, siswa SMA, hingga masyarakat umum.

8. *Closing Ceremony*

Sebagai puncak dari keseluruhan acara, maka *closingnya* diselenggarakan secara besar-besaran di stadion petrokimia. Lokasi ini juga sebagai lokasi akhir yang dituju oleh peserta parade budaya diatas. Konsep dari *closing ceremony* tidak jauh berbeda dari *opening*, hanya saja dikemas lebih besar dan merupakan penyatuan semua kegiatan. Pada acara *closing* ini selain dimeriahkan oleh pertunjukan band Islami, juga mengumumkan pemenang berbagai lomba yang telah di gelar sebelumnya. Berbagai pertunjukkan yang di gelar di beberapa titik lokasi wisata sebelumnya juga akan tampil memeriahkan *closing* acara, seperti pementasan panggung teater ala OVJ, pementasan kesenian Islam, dan bazar-bazar.

Tenda-tenda putih pada gambar 4.15 merupakan gambaran tenda yang akan dipergunakan pada saat acara bazar, ataupun kegiatan lain yang memerlukan tenda. Seperti halnya panggung, di sekitar tenda juga terpasang beberapa umbul-umbul agar tetap tercipta suasana *event*. Sedangkan pada gambar 4.16 merupakan gambaran gapura yang akan dipergunakan pada gerbang masuk *event*. Gapura ini menjadi simbol selamat datang dalam *event* yang sedang diselenggarakan. Desainnya dibuat mirip dengan gapura selamat datang yang terdapat di perbatasan Kabupaten Gresik-Surabaya. Pada bagian atas gapura menggunakan ornamen yang sama seperti ornamen yang terdapat di atas panggung. Ornamen tersebut diambil dari ornamen yang terdapat pada bagian depan pintu masuk makam Putri Cempo dan telah menjadi cirikhas pada bangunan objek wisata tersebut.



Gambar 4.14 Ilustrasi Panggung Pendukung *Event*



Gambar 4.15 Ilustrasi Tenda untuk *Event*



Gambar 4.16 Ilustrasi Gapura sebagai Pendukung *Event*

6. Poster Pendukung *Event*

Karena konsep *event* dan media promosi wisata sama, maka desain yang dibuat tidak jauh berbeda dengan desain-desain sebelumnya. Poster berukuran A3 (29.7cm x 42cm) ini menggunakan ilustrasi bangunan pada katalog. Selain karena format medianya *potrait*, juga karena ilustrasi tersebut dapat digunakan untuk mewaliki gambaran keanekaragaman acara yang diselenggarakan pada berbagai lokasi wisata.

Pada desain poster ini tetap mempertahankan penggunaan pita dan garis lengkung berwarna *orange*. Pada bagian tengah memaparkan berbagai acara yang akan diselenggarakan berikut tanggal, *contact person*, dan logo sponsor. Untuk judul kegiatan, warna dan bentuk dibuat senada dengan *headline* pada media promosi *billboard* dan lainnya, hanya saja tidak menggunakan ornamen di atasnya. Sebagai pemisah, setiap sub judul diberi kotak berwarna jingga/*orange*.



Gambar 4.17 Implementasi Poster *Event*

7. Umbul-Umbul Pendukung *Event*

Sebagai media promosi pendukung *event* yang berguna untuk menyemarakkan kegiatan dan menimbulkan suasana *event* yang kental, maka desainnya pun hampir sama dengan desain poster. Dalam desain umbul-umbul ini tetap mempertahankan logo sponsor, rangkaian kegiatan yang diselenggarakan, dan tanggal *event*. Ditambahkan pula kata-kata yang membuat orang yang melihat umbul-umbul ini penasaran dengan apa yang disampaikan.

Warna hijau sebagai warna yang dominan tetap dipertahankan sebagai warna dasar. Gambar ilustrasi bangunan diletakkan pada bagian atas dan tepat dibawahnya diletakkan judul *event* berikut ilustrasi pita. Disusul dengan beberapa kata dan keterangan rangkaian kegiatan, serta logo sponsor *event*. Umbul-umbul ini berukuran 90cm x 400 cm, yang nantinya akan dipasang di kawasan sekitar objek wisata religi Islam di Kabupaten Gresik seperti pada gambar 4.17.



Gambar 4.18 Ilustrasi Desain Umbul-Umbul



Gambar 4.19 Implementasi Umbul-Umbul

8. Iklan Pendukung *Event* pada Radio

Berikut merupakan *draft* yang akan menjadi panduan penyiar dalam menyampaikan pesan adlip:

Festival Islamic Cultural Kabupaten Gresik/ merupakan sebuah *event* besar bernuansa Islami/ yang diselenggarakan secara khusus/ oleh Kabupaten Gresik setiap tahunnya/ pada bulan April dan Mei/ sebagai upaya/ mengangkat keberadaan objek wisata religi Islam/ yang memiliki potensi besar/ dalam pariwisata//

Event ini selalu menyertakan banyak partisipan/ dan selalu menyertakan beberapa lokasi objek wisata religi Islam sekaligus// Tahun ini/ *Festival Islamic Cultural* Kabupaten Gresik akan digelar/ mulai tanggal 5 April 2014 / hingga 31 Mei 2014//

Ada banyak *event* yang digelar/ antara lain layar tancap/ parade budaya/ pertunjukkan teater/ bazar makanan/ pesta lampion/ kolak ayam gratis/ dan masih banyak lagi// *Grand Opening*-nya bisa Anda saksikan/ di kawasan makam Fatimah Binti Maimun/ tepatnya/ didesa Leran Manyar/ pada tanggal 5 April 2014/ mulai pukul 9.00 WIB//

Bakal ada banyak kegiatan menarik/ yang tidak boleh anda lewatkan// Nikmati/ dan telusuri/ jejak penyebaran Islam pertama/ di Pulau Jawa/ hanya di *Festival Islamic Cultural* Kabupaten Gresik / Kabupaten Gresik/ Jawa Timur//

9. *Merchandise* Pendukung *event*

a. Kaos

Untuk mendukung media *event*, maka salah satu media yang digunakan sebagai *merchandise* adalah kaos. Dalam hal ini jenis kaos yang digunakan merupakan kaos polo (kaos berkerah). Hal ini berdasarkan pertimbangan kegunaan kaos berkerah dibandingkan dengan kaos oblong. Kaos berkerah cocok bila digunakan untuk kegiatan yang bersifat formal, karena dalam masalah kali ini berkaitan dengan wisata religi, maka kaos polo dapat digunakan saat beribadah atau berziarah karena masih tampak sopan. Desain kaos dibuat tidak jauh berbeda dengan desain stiker, hanya saja berbentuk lebih panjang dari stiker. Judul *event* tetap dicantumkan pada bagian paling atas, dibawahnya terdapat ilustrasi bangunan serta logo Dinas Pariwisata dan tanggal *event*. Alamat website di cantumkan pada bagian paling bawah.



Gambar 4.20 Implementasi Kaos Polo

b. Kipas Tangan

Merchandise lain sebagai pendukung *event* adalah kipas tangan. Kipas tangan merupakan media yang mungkin sudah tidak asing lagi bagi sebagian besar wanita. Media ini sering digunakan pada saat-saat tertentu, seperti pada saat berwisata. Dalam pengaplikasiannya kipas tangan ini di dengan dua alternatif desain, dan dicetak penuh dengan *full color*. Desain tetap didominasi oleh warna hijau dan ilustrasi bangunan. Desain akan dibuat variatif seperti terlihat pada gambar 4.19. judul dapat diletakkan pada bagian tengah, bagian atas, maupun bagian bawah, begitu pula dengan logo, alamat website dan tanggal *event*. Dalam hal ini hanya mencantumkan nama *event*, tanggal *event*, logo dan alamat website. Bahan kipas yang digunakan adalah kipas tangan berbahan plastik agar lebih tahan lama dan mengikuti tren. Ukurannya menyesuaikan dengan kipas tangan standart.



Gambar 4.21 Implementasi Kipas Tangan

c. Totebag

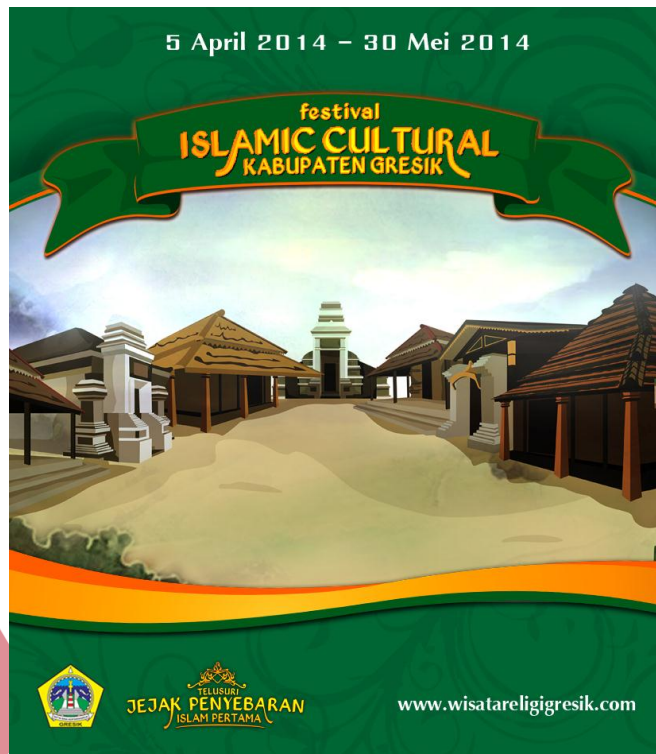
Merchandise pendukung *event* lainnya adalah tas yang terbuat dari bahan kanvas/totebag. Benda ini cukup digemari dan cukup menjadi trend dikalangan masyarakat luas. Visualisasi yang digunakan tidak jauh berbeda dengan stiker, dimana hanya menggunakan ilustrasi bangunan, mencantumkan nama *event*, tanggal *event*, logo dinas pariwisata pada bagian depan. Pada bagian sebaliknya dicantumkan *headline* (pada media promosi wisata religi) dan alamat website.



Gambar 4.22 Implementasi Tas

d. Stiker

Merchandise pendukung *event* terakhir adalah stiker. Pada visualisasi desain stiker ini hampir mirip dengan desain untuk bagian depan tas totebag. Tanggal *event*, logo Dinas Pariwisata, dan headline wisata religi Gresik dicantumkan pada bagian paling bawah, sedangkan bagian paling atas hanya mencantumkan alamat website. Ilustrasi bangunan diletakkan tepat pada bagian tengah media berikut nama *event*.



Gambar 4.23 Implementasi pada stiker