

ARTIKEL ILMIAH  
STRATA 1 (S1)

**DESAIN KOMUNIKASI VISUAL SEBAGAI  
MEDIA PROMOSI OBJEK WISATA  
PANTAI AMED, KARANGASEM DI BALI**



MOHAMMAD MULTAZAM

2011 06 075

Program Studi Desain Komunikasi Visual  
Fakultas Seni Rupa dan Desain  
Institut Seni Indonesia Denpasar, Bali, Indonesia  
Email : mohammadmultazam9@gmail.com

**DESAIN KOMUNIKASI VISUAL SEBAGAI  
PROMOSI MEDIA PROMOSI OBJEK WISATA  
PANTAI AMED, KARANGASEM DI BALI**

**Mohammad Multazam**

**2011 06 075**

Program Studi Desain Komunikasi Visual Fakultas Seni Rupa dan Desain

Institut Seni Indonesia Denpasar, Bali, Indonesia

Email : mohammadmultazam9@gmail.com

## ABSTRAK

### DESAIN KOMUNIKASI VISUAL SEBAGAI MEDIA PROMOSI OBJEK WISATA PANTAI AMED, KARANGASEM DI BALI

Pantai Amed merupakan salah satu objek wisata bahari potensial yang kini menjadi primadona bagi wisatawan domestik maupun mancanegara. Pantai yang berlokasi diujung timur pulau Bali ini terletak di Desa Culik, Kelurahan Purwakerti, Kecamatan Abang, Kabupaten Karangasem. jaraknya 98 Km dari Denpasar, 19 Km dari kota Amalpura, 33 Km dari Candidasa. memiliki keindahan alam yang menarik dengan jalan yang berliku dengan perpaduan bukit yang gersang dan persawahan. Objek wisata Pantai Amed merupakan salah satu dari 15 objek wisata yang dikelola oleh Pemerintah Daerah Kabupaten Karangasem, menariknya objek wisata pantai Amed ini karena memiliki potensi bawah laut yang indah, pantai yang potensial karena terumbu karang dengan ikan hiasnya yang amat mempesona menjadi daya tarik wisatawan. tempat ini menjadi daya tarik para investor untuk menanamkan modalnya di daerah ini.

Dengan Akses ke lokasi dari bandara sekitar 2.5 jam perjalanan dengan mobil. Objek wisata Amed memiliki keindahan pantai dengan sunrise nya, juga kehidupan bawah laut yang menyimpan potensi keindahan terumbu karang yang masih asli dengan aneka ragam ikan hias dan dengan kondisi ombak yang sangat tenang menjadikan Amed sebagai lokasi yang sangat cocok untuk snorkeling ataupun diving dan renang. Wisatawan juga dapat menikmati liburan dengan relax mengingat daerah ini jauh dari kebisingan dan alamnya yang masih sedikit terkontaminasi polusi. Pantai dengan pasir hitam yang mewarnai pun menjadi daya tarik tersendiri, Selain juga dapat menikmati indahnya Gunung Agung yang menjadi latar belakang di Pantai Amed. Keberadaan terumbu karang yang masih baik disini telah diupayakan pelestariannya dengan terumbu karang buatan. pelestarian lingkungan ini menjadi tanggung jawab semua pihak baik para pengguna/penyelam, masyarakat dan Pemerintah sehingga objek wisata ini tetap lestari dimasa mendatang

**Kata Kunci** : *amed, wisata bahari, bali, pariwisata, underwater, diving, snorkeling*

## **LATAR BELAKANG**

### **DESAIN KOMUNIKASI VISUAL SEBAGAI PROMOSI MEDIA PROMOSI OBJEK WISATA PANTAI AMED, KARANGASEM DI BALI**

Bali memiliki keanekaragaman daya tarik wisata yang mengagumkan. Tidak heran jika pulau yang indah ini sanggup menarik banyak wisatawan dari seluruh dunia setiap tahunnya. Hampir semua media internasional yang berhubungan dengan pariwisata dunia menempatkan Bali pada tempat teratas tujuan wisata tropis yang paling diminati. Terkenal dengan tradisi dan budayanya, membuat banyak wisatawan datang untuk mengunjungi berbagai pura dan menyaksikan tari-tarian yang memiliki karakteristik dan keunikan tersendiri.

Pariwisata merupakan suatu kegiatan yang secara langsung menyentuh dan melibatkan masyarakat sehingga membawa berbagai dampak bagi masyarakat setempat. Salah satu tujuan tempat wisata yang menjadi tujuan bagi wisatawan domestik maupun mancanegara adalah Objek wisata pantai Amed.

Pantai Amed merupakan salah satu objek wisata bahari potensial yang kini menjadi primadona bagi wisatawan domestik maupun mancanegara. Pantai yang berlokasi diujung timur pulau Bali ini terletak di Desa Culik, Kelurahan Purwakerti, Kecamatan Abang, Kabupaten Karangasem. jaraknya 98 Km dari Denpasar, 19 Km dari kota Amplapura, 33 Km dari Candidasa. memiliki keindahan alam yang menarik dengan jalan yang berkeluk dengan perpaduan bukit yang gersang dan persawahan.

Objek wisata Pantai Amed merupakan salah satu dari 15 objek wisata yang dikelola oleh Pemerintah Daerah Kabupaten Karangasem, menariknya objek wisata pantai Amed ini karena memiliki potensi bawah laut yang indah, pantai yang potensial karena terumbu karang dengan ikan hiasnya yang amat mempesona menjadi daya tarik wisatawan. Tempat ini menjadi daya tarik para investor untuk menanamkan modalnya di daerah ini.

dikawasan ini fasilitas penunjang pariwisata sudah memadai seperti sarana transport, Hotel, rumah makan, telepon, jasa post, jalan beraspal, tempat parkir, tempat pelelangan ikan hasil tangkapan nelayan, listrik dll

Dengan berkembangnya pariwisata di Bali, terjadi persaingan antara objek wisata Pantai Amed dengan objek wisata Bahari lainnya seperti Tanjung Benoa, Tulamben, Kuta Selatan, bunutan dll, untuk itu dirasa informasi yang beragam serta informatif sangatlah diperlukan untuk mempromosikan Objek Wisata Pantai Amed

### **Rumusan Masalah**

1. Media komunikasi visual apa yang efektif dan komunikatif untuk promosi Objek Wisata Pantai Amed ?
2. Bagaimana merancang media komunikasi visual yang efektif dan komunikatif sebagai sarana promosi Objek Wisata Pantai Amed ?

### **Batasan Masalah**

Dari rumusan masalah yang telah diuraikan diatas, maka batasan masalahnya lebih difokuskan pada proses perancangan serta perwujudan yang sesuai dengan kriteria desain untuk mempromosikan Objek Wisata Pantai Amed, Karangasem di Bali sampai dengan strategi kreatif yang efektif dan komunikatif

### **Tujuan**

Tujuan dari perancangan ini adalah mengetahui media promosi yang efektif dan inovatif untuk mempromosikan Objek Wisata Pantai Amed yang ada di Karangasem kepada wisatawan yang berada di Bali baik itu domestik maupun mancanegara. Mengetahui merancang media komunikasi visual yang tepat sebagai promosi Objek Wisata Pantai Amed, karangasem. Mendapatkan informasi-informasi yang sesuai untuk digunakan didalam desain media promosi Objek Wisata Pantai Amed. Diharapkan dapat mengembangkan wawasan berpikir sehingga mampu merancang media promosi Objek Wisata Pantai Amed sebagai tempat Pariwisata Bahari sehingga dikenal dan diketahui oleh masyarakat dan wisatawan luas baik itu wisatawan domestik ataupun mancanegara

## **Metode Perancangan**

Proses desain menggunakan metode pengumpulan data berupa teks, dokumen, hasil wawancara yang ditemukan di lapangan selama penelitian di lakukan metode ini dibedakan berdasarkan sumbernya yaitu data primer dan sekunder.

## **Data Aktual**

Adapun data-data mengenai teori-teori perancangan media komunikasi visual yang akan diterapkan berhubungan dengan pengerjaan tugas akhir ini adalah data-data ilmiah yang bisa dipertanggung jawabkan berasal dari sumber yang berkompeten.

## **Prinsip Desain Komunikasi Visual**

Prinsip-prinsip desain ini nantinya digunakan sebagai patokan dalam memberikan penilaian terhadap alternatif desain yang dibuat untuk menentukan desain yang terbaik. Adapun prinsip-prinsip desain komunikasi visual yaitu, Prinsip Keseimbangan (*Balance*), Prinsip Ritme/Irama (*Rhythm*), Proporsi, Prinsip Kesatuan (*Unity*).

## **Aspek Teknis Perwujudan**

Pada teknik perwujudan ini untuk menghasilkan media yang akan diwujudkan, harus melalui tahap atau proses cetak. Dalam hal ini proses cetak pada keseluruhan media menggunakan teknik cetak digital *print*.

## **Teori Pendukung Kasus**

Dalam perancangan penulis menggunakan teori Semiotika dalam mempromosikan Objek Wisata Pantai Amed, Karangasem di Bali untuk mendukung kasus yang diangkat.

Pierce membedakan tiga macam tanda menurut sifat penghubungan tanda dan detotatum (objek) yaitu ikon, indeks, dan symbol. Jadi teori semiotika yang dipakai oleh penulis untuk dapat menentukan media yang dirancang dapat dikatakan berhasil dan efisien, dan pada desain yang dirancang mengandung ketiga jenis tanda tersebut. Berikut penjelasan dari jenis-jenis tanda tersebut yang berhubungan dengan desain yang dirancang, (Tinarbuko,2008:14).

## **Data Lapangan / Faktual**

Data faktual merupakan data yang diperoleh berdasarkan kenyataan yang ada di lapangan atau berdasarkan dilapangan yang sebenarnya. Data ini digunakan sebagai materi dan sample untuk merancang.

## **Nama Obyek**

Dalam penyusunan Skripsi Karya Studio ini judul yang diangkat adalah “Desain Komunikasi Visual Sebagai Media Promosi Objek Wisata Pantai Amed, Karangasem di Bali”.

## **Pengelola**

Objek wisata Pantai Amed dikelola oleh Dinas Pariwisata kabupaten Karangasem dan dibantu oleh masyarakat Desa Culik Kelurahan Purwakerti Kecamatan Abang untuk mengembangkan potensi yang ada

## **Potensi Kasus**

Kebutuhan Manusia akan wisata makin meningkat jika dibandingkan dengan dahulu , kebutuhan manusia akan wisata yang terdahulu tergolong kebutuhan tersier dan nampaknya kini meningkat bersamaan dengan munculnya objek-objek wisata baru. Semua lapisan masyarakat baik lapisan atas, menengah bahkan lapisan bawah butuh akan wisata. Terlebih lagi di dukung dengan daerah yang memang tingkat kunjungan pariwisatanya bisa di katakan cukup tinggi. Hal itu menyebabkan sekian banyak objek wisata berlomba- lomba mengembangkan usaha yang berkecimpung di dunia pariwisata. Semakin banyak objek pariwisata yang ada, maka semakin sulit pula persaingan yang terjadi. Untuk mendukung hal itu diperlukan suatu media untuk menyajikan informasi mengenai keberadaan perusahaan. Untuk itu penulis mengangkat judul “*Desain Komunikasi Visual Sebagai Media Promosi Objek Wisata Pantai Amed, Karangasem di Bali*” sebagai usaha dalam mempromosikan objek wisata Pantai Amed sebagai wisata bahari kepada masyarakat sehingga dapat lebih dikenal di masyarakat melalui media komunikasi visual. Objek wisata Pantai Amed ini selain memiliki trumbu karang yang masih alami dan aneka ragam biota laut dan keramah-tamahan penduduk lokal, Pantai Amed juga jauh dari keramaian atau kebisingan kota karena objek wisata ini berada di area ujung timur pulau bali,

sehingga wisatawan yang berkunjung ke objek wisata Pantai Amed ini mendapatkan ketenangan selama liburan disini. walaupun jauh dari keramaian, fasilitas penunjang sudah ada di sekitar objek wisata seperti transport, telekomunikasi, hotel melati serta *restourant* yang terdapat di sekitar Objek wisata Pantai Amed sehingga dapat memanjakan para pengunjung yang sedang liburan ke Bali khususnya ke objek wisata Pantai Amed.

### **Sintesa**

Berdasarkan analisa yang telah dilakukan maka diketahui bahwa media komunikasi visual yang dipergunakan sebagai media promosi objek wisata Pantai Amed masih kurang beragam jenisnya, maka dari itu untuk mencapai tujuan yang diinginkan maka akan dirancang beberapa media komunikasi visual yang nantinya mampu mempromosikan objek wisata Pantai Amed. Untuk itu guna mencapai tujuan yang diinginkan maka dirancang beberapa media komunikasi visual yang lebih inovatif dan efektif sehingga mampu memberikan informasi yang efektif dan informatif tentang Objek Wisata Pantai Amed. Maka pada sintesa dapat diperoleh sebagai berikut : Media, Ilustrasi, Warna, Teks, Huruf, Teknik Cetak, dan Analisis Wawancara.

### **Konsep Desain**

Dalam media-media komunikasi visual yang dirancang untuk mempromosikan objek wisata Pantai Amed sebagai objek wisata Bahari di Karangasem ini menggunakan acuan konsep dasar “Natural”. Yang dimaksud dengan Natural adalah sesuatu yang bersifat alam, alamiah, bebas dari pengaruh, bukan buatan/asli (Alwi, 2001:776). Konsep natural ini dipilih dengan alasan mengacu pada kasus yaitu objek wisata Pantai Amed sebagai objek wisata Bahari dengan keindahan alam bawah lautnya dan suasana yang jauh dari kebisingan kota sehingga memberikan suasana yang nyaman, untuk itu konsep natural tersebut cocok dijadikan konsep dasar perancangan dalam upaya mempromosikan Pantai Amed yang terdapat di Kabupaten Karangasem. Konsep ini juga mengacu pada penggunaan unsur-unsur visual yang seperti fotografi dan warna yang ada di sekitar



Objek Wisata pantai Amed untuk memberikan tampilan asli atau natural yang dapat memperkuat kepercayaan dan ketertarikan audiens terhadap desain secara persepsi.

### **Skema Proses Perancangan**

Untuk mendukung dalam suatu pemecahan masalah diperlukan dukungan data teori dan lapangan yang kemudian dilakukan analisis berdasarkan metode pendekatan yang telah ditetapkan untuk menghasilkan sintesa. Setelah penulisan media dalam sintesa kemudian dilanjutkan dengan proses perancangan awal berupa gambar kasar atau skema untuk selanjutnya dipilih dan diwujudkan melalui proses cetak. Sebagai gambaran skema proses perancangan ini nantinya akan dijadikan acuan dalam proses perancangan media komunikasi visual yang efektif dan komunikatif. Skema proses perancangan ini dapat digambarkan sebagai berikut:

Dari data faktual dan data aktual dilapangan kemudian digabungkan lalu dianalisa sehingga menghasilkan media terpilih dan sintesa terhadap analisis data tersebut, dengan menggabungkan kriteria desain dan unsur visual pada desain komunikasi visual maka akan menghasilkan alternatif desain. Dari alternatif yang ada dilakukan penilaian sehingga mendapat desain terpilih. Desain terpilih ini kemudian melalui proses produksi dengan menggunakan teknik cetak, alat dan bahan yang sesuai dengan desain yang ingin diwujudkan. Setelah media diwujudkan, media akan di distribusikan kepada target audiens.

### **Strategi Media**

Strategi adalah siasat atau kebijakan/ langkah-langkah yang dilakukan untuk mencapai tujuan. Strategi media dibentuk oleh target sasaran (audience) dengan panduan media, yang terdiri dari pilihan media dan jadwal media, yang disusun dengan memperhitungkan media habit, yaitu kebiasaan target (audience) masing-masing pangsa pasar dalam penggunaan media. Target audience inilah yang menentukan saluran media mana yang paling efektif dan efisien. Efektif artinya cocok untuk mengiklankan produk yang dirancang, dan efisien artinya yang terjangkau (Sanyoto, 2006:66-67). Berikut uraian dari strategi media yang terdiri dari khalayak sasaran dan panduan media :

- **Geografis**

- Daerah yang menjadi sasaran promosi ini adalah wisatawan yang berada di Bali

- **Demografis**

Demografi sasaran promosi ini yakni para wisatawan domestik dan wisatawan mancanegara dari usia anak-anak 10 tahun hingga usia produktif (dewasa) dan tidak dibatasi dari status perkawinan, status ekonomi, agama atau suku dari wisatawan yang berkunjung ke Bali khususnya ke objek wisata Pantai Amed

- **Psikografis**

Ditinjau dari segi segmentasi psikografi, wisatawan yang hendak berkunjung ini adalah orang-orang yang memiliki keinginan untuk menikmati keindahan alam pantai khususnya alam bawah laut dengan tenang dan nyaman yang terdapat di objek wisata Pantai Amed

### **Panduan Media**

Media yang akan digunakan adalah media lini bawah (*below the line*) dan media lini atas, diantaranya adalah sebagai berikut:

- **Media Lini Bawah**

- Roll Banner**

- Media yang digunakan untuk menyampaikan informasi, berbentuk banner dengan konstruksi menggunakan roll dan penyanggah vertikal sehingga banner bisa berdiri sendiri.

- Poster**

- Adalah karya seni atau desain grafis yang memuat komposisi gambar dan huruf di atas kertas berukuran besar. Dicitak dengan kualitas tinggi dan kertas glossy yang bagus juga.

- Brosur**

- Adalah bahan informasi tertulis mengenai suatu masalah yang disusun secara sistematis. *Brosur* juga bisa diartikan cetakan yang hanya terdiri atas beberapa halaman dan dilipat tanpa di jilid. Atau juga bisa diartikan

selebaran cetakan yang berisi keterangan singkat, tetapi lengkap tentang perusahaan atau organisasi. (Hasan, 2002:16)..

### **Umbul-umbul**

Umbul-umbul merupakan media komunikasi grafis yang terbuat dari kain yang prinsipnya tidak berbeda dengan spanduk, namun pemasangannya dilakukan secara vertical. Pesannya sedikit, berfungsi sebagai dekoratif dan membentuk suasana lingkungan, (Pujiriyanto,2005:22)..

### **Papan Selamat Datang**

Papan Selamat Datang adalah papan yang dipasang di depan rumah atau kantor atau Perusahaan yang bertuliskan selamat datang untuk menyambut kedatangan suatu masyarakat. (<http://kelasbelajarku.blogspot.co.id/2013/10/pengertian-papan-selamat-datang-dan-html> diakses 2 november 2015).

### **Stiker**

adalah lembaran kertas atau plastik yang dapat ditempelkan ([www.Oscar.Arias.blogspot.com](http://www.Oscar.Arias.blogspot.com), diakses tanggal 20/11/2015).

### **Katalog TA**

Katalog merupakan media komunikasi grafis berbentuk buku yang didalamnya berisi aneka produk, harga, formulasi, cara penggunaannya. (Pujiriyanto,2005:20).

## **- Media Lini Atas**

Menurut Sigit Santoso, advertising guide book, 2002 mendefinisikan pada awalnya, iklan above the line jauh lebih dominan, iklan jenis ini dikuasai oleh lima media yang berhak mengatur pengakuan dan pembayaran komisi kepada biro-biro iklan, yakni pers (koran dan majalah), radio, televisi, dan lembaga jasa iklan luar ruang (outdoor).

### **Billboard**

adalah bentuk promosi iklan luar ruang dengan ukuran besar. Bisa disebut juga billboard adalah bentuk poster dengan ukuran yang lebih besar yang diletakkan tinggi di tempat tertentu yang ramai dilalui orang.

([http://www.kompasiana.com/mangyus/pengertianbillboard\\_550dcfdfa333118b1b2e3da8](http://www.kompasiana.com/mangyus/pengertianbillboard_550dcfdfa333118b1b2e3da8) diakses 2 november 2015).

### **Website**

*Website* ini didasari dari adanya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi. Melalui perkembangan teknologi informasi, tercipta suatu jaringan antar komputer yang saling berkaitan. Jaringan yang dikenal dengan istilah internet secara terus-menerus menjadi pesan-pesan elektronik, termasuk *e-mail*, transmisi *file*, dan komunikasi dua arah antar individu atau komputer

### **Signboard**

Signboard merupakan papan penunjuk arah yang membantu khalayak menunjukkan lokasi tepat/perusahaan karena dipasang di pinggir jalan yang menuju lokasi. ([https://id.wikipedia.org/wiki/sign\\_system/sign\\_board](https://id.wikipedia.org/wiki/sign_system/sign_board)) diakses 24 november 2015)

# VISUALISASI DESAIN



## KESIMPULAN

Berdasarkan uraian bab-bab sebelumnya dapat ditarik kesimpulan dari Tugas Akhir Studio yang berjudul Desain Komunikasi Visual sebagai media promosi Objek Wisata Pantai Amed, Karangasem di Bali sebagai berikut:

1. Melalui media komunikasi visual sebagai media promosi objek wisata pantai Amed sebagai upaya dalam mempromosikan objek wisata pantai amed yang memiliki keindahan alam bawah lautnya sehingga desain komunikasi visual sangat dibutuhkan dalam merancang media-media komunikasi visual yang efektif dan komunikatif dalam mempromosikan objek wisata pantai Amed sebagai objek wisata bahari yang ada di Indonesia khususnya di Bali. Media-media yang dipilih sebagai sarana promosi yaitu, *Billboard*, *Rollbanner*, brosur, poster, *Signboard*, *website*, umbul-umbul, papan selamat datang, stiker dan katalog.
2. Dalam merancang media promosi yang efektif dan komunikatif untuk mempromosikan objek wisata Pantai Amed memerlukan beberapa proses untuk perancangan media tersebut. Proses awal yang dilakukan yaitu melakukan pengumpulan data, metode pengumpulan data yang digunakan untuk proses perancangan terdiri dari metode observasi, wawancara, dokumentasi dan kepustakaan. Dari data yang dikumpulkan kemudian dianalisa menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif untuk menentukan konsep dan media-media promosi yang akan dirancang, hingga ke proses perwujudan desain. Proses pengumpulan data dilakukan untuk mencari data maupun informasi yang diperlukan dalam mendukung proses perancangan media promosi, setelah data-data pendukung proses perancangan media didapatkan, maka data tersebut dianalisa untuk menentukan konsep dan media-media promosi yang akan dirancang. Konsep yang digunakan dalam media-media sosialisasi ini menggunakan konsep "*Natural*" konsep ini didapatkan berdasarkan peranan objek wisata Pantai Amed yang akan mempromosikan sebagai objek wisata Bahari. Wisata bahari dapat dikatakan berkaitan dengan laut dan kata

bahari juga dapat diartikan sebagai alam. *Natural* memiliki arti sesuatu yang bersifat alam, alamiah, bebas dari pengaruh, bukan buatan / asli. Dari konsep tersebut selanjutnya dirancang media-media promosi hingga proses perwujudan desain komunikasi visual yang dapat membantu dalam promosi objek wisata Pantai Amed sebagai objek wisata bahari di Karangasem, Bali sehingga dapat menarik minat wisatawan untuk berwisata ke objek wisata Pantai Amed, dan tentunya dapat bersaing dalam dunia pariwisata di Indonesia, khususnya pulau Bali.

### **Saran**

Berdasarkan perancangan media media komunikaasi visual untuk sarana promosi Objek wisata Pantai Amed sebagai objek wisata Bahari, adapun saran yang ingin disampaikan yaitu dalam merancang media komunikasi visual untuk mempromosikan Pantai Amed sebagai objek wisata Bahari di Karangasem, pihak pengelola yaitu Dinas Pariwisata Kabupaten Karangasem dan desainer dapat bekerja sama sehingga hasil yang diharapkan dapat terwujud. Media komunikasi visual yang sudah dirancang nantinya dapat menambah media dalam mempromosikan Objek Wisata Pantai Amed agar mampu bersaing dalam dunia pariwisata.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alwi, Hasan. 2001. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: P.N Balai Pustaka
- Darmaprawira,Sulasmi.2002. *Warna Teori dan Kreativitas Penggunaannya*. Bandung: Penerbit ITB
- Hendratman,Hendi.2014. *Computer Graphic Design*. Bandung: Penerbit INFORMATIKA
- Kusrianto,Adi.2009. *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Penerbit ANDI
- Negara,Sudika.2009. *Buku Ajar Ilustrasi I*.Fakultas Seni Rupa dan Desain, ISI Denpasar
- Pujiriyanto.2005. *Desain Grafis Komputer*. Yogyakarta: Penerbit ANDI OFFSET
- Pujiyanto.2013. *Iklan Layanan Masyarakat*. Yogyakarta: Penerbit ANDI
- Sugiyono.2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Penerbit ALFABETA, CV
- Supriyono,Rakhmat.2010.*Desain Komunikasi Visual Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta: Penerbit ANDI
- Sarwono, Lubis.2007.*Metode Riset untuk Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta:

## SUMBER INTERNET

- <http://spotblogdoth.blogspot.co.id/2013/01/penge rtian-dan-jenis-jenis-fotografi.html> diunduh pada 24-10-2015.6:54 PM)
- <http://iyya ztsurya.blogspot.com/2013/02/travel-photography.html# more/> diunduh pada 24-11-2015.6:54 PM)
- (<http://bootypepsi.blogspot.com/2013/03/gambar-ilustrasi.html/> diunduh pada tanggal 26-10-2015)
- (Sumber: <http://4.bp.blogspot.com/tPMjN5nxYk/T4xovv8fVoI/AAAAAAAAABek/Ezgj3VhDBeU/s1600/relaksasi.jpg/> diunduh pada 26-10-2015-4:43 PM)
- (sumber : <http://dunia grafiskita.blogspot.com/2011/07/jenis-jenis-huruf-font.html> diunduh pada 12 oktober 2015).
- (sumber : <http://dunia grafiskita.blogspot.com/2011/07/jenis-jenis-huruf-font.html> diunduh pada 12 oktober 2015)
- <http://prasas tiselaras.com/trip/bali/> diakses tanggal 02-09-2015
- (<http://kbbi.web.id/media> diakses tanggal 11-10-2015)
- (<https://id.wikipedia.org/wiki/Pantai>)
- ([https://id.wikipedia.org/wiki/Kabupaten\\_Karangasem](https://id.wikipedia.org/wiki/Kabupaten_Karangasem))
- (<https://id.wikipedia.org/wiki/Bali>)
- ([https://id.wikipedia.org/wiki/Obyek\\_wisata](https://id.wikipedia.org/wiki/Obyek_wisata) 06.11.2015)
- [http://www.google.co.id/imgres?imgurl=https://0.s3.envato.com/files/105833677/01\\_Diving\\_Billboard\\_Template.jpg&imgrefurl=http://graphicriver.net/item/diving-billboard-template-](http://www.google.co.id/imgres?imgurl=https://0.s3.envato.com/files/105833677/01_Diving_Billboard_Template.jpg&imgrefurl=http://graphicriver.net/item/diving-billboard-template-) di unduh pada 25-10-2015 jam 4:23 AM)
- (Sumber:[http://www.google.co.id/imgres?imgurl=http://i.powere dtemplates.com/i/br/03/439/flyer\\_template\\_b.jpg&imgrefurl=http://www.powere dtemplate.com/sm/2/5/](http://www.google.co.id/imgres?imgurl=http://i.powere dtemplates.com/i/br/03/439/flyer_template_b.jpg&imgrefurl=http://www.powere dtemplate.com/sm/2/5/) di unduh pada 25-10-2015-4:25 PM)
- (Sumber:<http://www.google.co.id/imgres?imgurl=http://previews.123rf.com/images/kuco/kuco1207/kuco120700150/14530294-diver-hand-drawing-converted-> di unduh pada 25-10-2015-4:45PM)