

## PERANCANGAN MEDIA PROMOSI UNTUK MENINGKATKAN DAYA TARIK PARIWISATA DI KOTA JEPARA

<sup>1</sup>Nur Rais Aminullah, <sup>2</sup>Erisa Adyati Rahmasari

Desain Komunikasi Visual, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Dian Nuswantoro  
[114201803035@mhs.dinus.ac.id](mailto:114201803035@mhs.dinus.ac.id), [erisa.adyati@dsn.dinus.ac.id](mailto:erisa.adyati@dsn.dinus.ac.id)

---

### INFO ARTIKEL

**Riwayat Artikel :**

Diterima : 1 Agustus 2025

Disetujui : 5 September 2025

**Kata Kunci :**

Pariwisata, Media Promosi, Poster, Kota Jepara, Pemasaran Destinasi

---

### ABSTRAK

Kota Jepara memiliki potensi wisata alam, pantai, dan budaya yang belum sepenuhnya dikenal luas. Penelitian ini merancang media promosi berupa poster untuk meningkatkan daya tarik wisatawan domestik maupun mancanegara. Metode meliputi studi literatur, observasi objek wisata, dan perancangan desain poster dengan konten visual menarik dan sesuai budaya Jepara. Hasil menunjukkan bahwa poster dengan warna, ilustrasi, dan informasi yang jelas mampu meningkatkan minat wisatawan, memperkuat citra destinasi, serta efektif sebagai media promosi praktis dan mudah didistribusikan. Temuan ini merekomendasikan poster sebagai media utama dalam strategi pemasaran pariwisata Jepara.

---

---

### ARTICLE INFO

**Article History :**

Received : August 1, 2025

Accepted : September 5, 2025

**Keywords:**

Tourism, Promotional Media, Poster, Jepara City, Destination Marketing

---

### ABSTRACT

*Jepara City has diverse tourism potential, including natural attractions, beaches, and cultural crafts that are not yet widely recognized. This study designs promotional media in the form of posters to enhance the appeal for both domestic and international tourists. The methods used include literature review, observation of tourism objects, and poster design with attractive visual content that reflects Jepara's cultural characteristics. The results show that posters with appropriate colors, illustrations, and clear information can increase tourist interest, strengthen destination branding, and serve as practical promotional media that are easy to distribute. These findings recommend posters as a key promotional tool within Jepara's integrated tourism marketing strategy.*

---

### 1. PENDAHULUAN

Jepara merupakan daerah pesisir di Jawa Tengah yang terkenal dengan pantai-pantainya. Beberapa destinasi andalan antara lain Pantai Kartini, Pantai Bandengan, Teluk Awur, dan Karimunjawa. Masing-masing pantai memiliki keunikan tersendiri, seperti ikon kura-kura raksasa di Pantai Kartini, pasir putih halus di Pantai Bandengan, pesona bawah laut di Karimunjawa, serta suasana tenang di Teluk Awur. Keanekaragaman daya tarik ini menjadi modal penting bagi pengembangan pariwisata Jepara, baik di tingkat regional maupun nasional. (Kurniyati, 2013).

Meskipun memiliki potensi besar, promosi wisata di Jepara belum berjalan maksimal. Informasi tentang destinasi wisata sering kali hanya beredar di lingkup lokal, sementara media promosi modern masih jarang dimanfaatkan. Promosi yang ada cenderung konvensional dan kurang mengikuti perkembangan digital. Akibatnya, beberapa pantai di Jepara masih kurang dikenal wisatawan luar daerah bahkan mancanegara, padahal peluang untuk memperluas pasar wisata sangat terbuka.(Widodo & Erliyana, 2023)

Kondisi ini semakin penting mengingat persaingan antar daerah wisata di Jawa Tengah cukup ketat. Daerah lain, seperti Rembang, Demak, maupun kawasan pantai selatan Jawa Tengah, berlomba menampilkan strategi promosi yang menarik. Agar tidak kalah bersaing, Jepara perlu menghadirkan media promosi yang mampu menonjolkan keunikan pantainya. Promosi tidak cukup hanya berupa penyampaian informasi lokasi wisata, tetapi juga harus membangun citra dan brand Jepara sebagai destinasi bahari yang khas dan berbeda. (Wibowo, 2019)

Data dari Badan Pusat Statistik (BPS) menunjukkan tingginya kunjungan wisatawan pada tahun 2019. Pantai Bandengan mencatat 288.644 pengunjung, Pantai Kartini 204.205 pengunjung, Teluk Awur 176.469 pengunjung, dan Karimunjawa 147.523 pengunjung. Bahkan pantai yang relatif kurang populer, seperti Ombak Mati dan Blebak, tetap mampu menarik puluhan ribu wisatawan. Angka ini membuktikan bahwa wisata bahari Jepara memiliki daya tarik besar, meski masih membutuhkan strategi promosi yang lebih kreatif dan terarah. (Cahyani, 2024)

Media promosi berperan penting dalam membentuk persepsi wisatawan, meningkatkan awareness, dan memperkuat citra destinasi. Jika dirancang dengan desain visual yang menarik, pesan yang informatif, serta representasi budaya yang khas, media promosi dapat menjadi alat efektif untuk mengundang wisatawan. Oleh karena itu, diperlukan pendekatan desain komunikasi visual yang inovatif agar promosi wisata Jepara tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga menghadirkan pengalaman yang menggugah minat calon pengunjung. (Adelia, 2023)

Penelitian ini dilakukan untuk merancang media promosi yang efektif dalam memperkenalkan pantai-pantai Jepara. Tujuannya adalah meningkatkan minat wisatawan lokal maupun mancanegara, sekaligus memperkuat citra Jepara sebagai destinasi wisata bahari unggulan. Hasil penelitian diharapkan tidak hanya bermanfaat secara teoretis sebagai referensi akademik, tetapi juga berguna secara praktis bagi pemerintah daerah, pelaku wisata, dan masyarakat lokal dalam mengembangkan promosi pariwisata. Dengan strategi promosi yang tepat, pariwisata Jepara berpotensi menjadi lebih kompetitif, berkembang berkelanjutan, dan memberikan kontribusi besar bagi perekonomian daerah.

## 2. METODE

### 2.1 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam perancangan media promosi wisata pantai di Kota Jepara adalah metode kualitatif. Menurut Erickson dalam *Metodologi Penelitian Kualitatif* (2018), penelitian kualitatif bertujuan untuk menemukan dan menggambarkan suatu kegiatan serta dampaknya terhadap lingkungan sekitar secara naratif. Metode ini dipilih karena mampu memberikan pemahaman mendalam mengenai potensi wisata pantai, kebutuhan promosi, serta persepsi wisatawan dan masyarakat lokal terhadap citra pariwisata Jepara. Data diperoleh melalui observasi lapangan, wawancara sederhana dengan wisatawan dan masyarakat sekitar, dokumentasi objek wisata, serta studi pustaka. Hasil analisis data tersebut menjadi dasar dalam merancang media promosi berupa poster yang sesuai dengan karakteristik budaya dan daya tarik wisata pantai Jepara.

### 2.2 Metode Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan pendekatan SOAR (Strengths, Opportunities, Aspirations, Results). Pendekatan ini dipilih karena lebih menekankan pada kekuatan dan peluang yang dapat dikembangkan untuk mencapai hasil yang diharapkan. Data yang diperoleh melalui wawancara, observasi, dokumentasi, kuesioner, dan data sekunder akan dianalisis dengan mempertimbangkan:

- a. Strengths (Kekuatan): Keunggulan pantai-pantai di Jepara seperti panorama alam, keanekaragaman destinasi, dan potensi wisata bahari.

- b. Opportunities (Peluang): Tren wisata bahari yang semakin meningkat, dukungan pemerintah daerah, serta perkembangan media digital sebagai sarana promosi.
- c. Aspirations (Aspirasi): Harapan masyarakat dan pengelola wisata agar pantai-pantai di Jepara lebih dikenal luas dan menjadi destinasi unggulan.
- d. Results (Hasil): Perumusan konsep media promosi yang efektif untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan dan memperkuat citra pariwisata bahari Jepara.

### 2.3 Metode Perancangan

Metode perancangan yang digunakan untuk merancang poster promosi wisata pantai di Jepara mengacu pada metode penciptaan karya seni sebagaimana dijelaskan oleh Sedjati dalam buku Pencipta Kreasi Seni Rupa dan Desain (2020), yang terdiri dari tiga tahap, yaitu:

#### a. Tahap Eksplorasi

Pada tahap ini dilakukan pengumpulan data visual dan konseptual terkait wisata pantai di Jepara, identifikasi segmentasi audiens, serta penentuan pesan promosi yang akan disampaikan melalui poster. Eksplorasi juga mencakup studi desain poster sejenis agar rancangan memiliki nilai pembeda.

#### b. Tahap Perancangan

Tahap ini berisi proses pengembangan konsep kreatif berupa pemilihan gaya desain, warna, tipografi, dan ilustrasi yang sesuai dengan identitas wisata pantai Jepara. Sketsa poster kemudian dibuat sebagai rancangan awal untuk memvisualisasikan ide desain dan menyesuaikannya dengan pesan promosi yang ingin disampaikan.

#### c. Tahap Perwujudan

Tahap terakhir adalah proses digitalisasi sketsa menjadi rancangan poster yang utuh. Poster dirancang menggunakan perangkat lunak desain grafis dengan memperhatikan prinsip desain komunikasi visual, seperti keselarasan warna, tata letak, keseimbangan visual, dan keterbacaan teks. Hasil akhir berupa poster promosi yang siap digunakan untuk memperkenalkan daya tarik wisata pantai di Jepara kepada masyarakat luas.

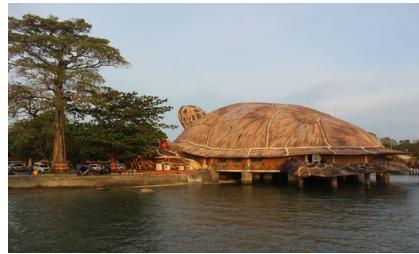
## 2. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 3.1 Pembahasan

#### 3.1.1 Data Wisata Pantai di Kota Jepara

##### a. Pantai Kartini

Pantai Kartini adalah ikon wisata Jepara yang mudah dijangkau karena hanya berjarak sekitar 2,5 km dari pusat kota. Pantai ini terkenal dengan bangunan Kura-Kura Ocean Park sebagaimana yang penulis sertakan pada Gambar 1, yang didalamnya menjadi pusat edukasi biota laut dan spot foto favorit. Suasannya bersih, ombaknya tenang, sehingga aman untuk wisata keluarga. Selain itu, pantai ini juga menjadi lokasi Festival Lomban yang digelar setiap tahun setelah Idul Fitri. Dari Pantai Kartini, wisatawan bisa menyeberang ke Pulau Panjang atau melanjutkan perjalanan ke Karimunjawa



Gambar 1. Pantai Kartini

[Sumber : Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kab.Jepara/ Tourism and Culture Service of Jepara Regency 2025]

##### b. Pantai Bandengan

Pantai Bandengan, juga dikenal sebagai Pantai Tirto Samudra, terletak di Desa Bandengan, Kecamatan Jepara, Jawa Tengah, sekitar 7 km dari pusat kota Jepara. Pantai ini

memiliki pasir putih lembut dan air laut yang jernih sebagaimana pada Gambar 2, menjadikannya destinasi favorit untuk keluarga dan wisatawan yang mencari suasana pantai yang tenang dan bersih dengan aneka macam permainan seperti kano, banana boat, speed boat, pelampung, voley pantai.



Gambar 2. Pantai Bandengan

[Sumber : Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kab.Jepara/ Tourism and Culture Service of Jepara Regency 2025]

Dengan dukungan fasilitas tersebut, wisatawan dapat menikmati pengalaman liburan yang lengkap, baik untuk relaksasi maupun aktivitas rekreasi yang lebih menantang. Tidak heran jika Pantai Bandengan selalu menjadi salah satu destinasi dengan tingkat kunjungan tertinggi di Jepara.

c. **Karimunjawa**

Kepulauan Karimunjawa adalah primadona wisata bahari Jepara yang sudah ditetapkan sebagai taman nasional seperti pada Gambar 3, Karimunjawa memiliki laut biru jernih, pantai berpasir putih, dan terumbu karang yang indah menjadikannya surga bagi pecinta snorkeling dan diving. Selain itu, wisatawan bisa menikmati island hopping, memancing, atau camping di pulau-pulau kecil yang masih alami. Dengan keanekaragaman biota laut dan panorama tropis, Karimunjawa menjadi tujuan wisata kelas nasional hingga internasional.



Gambar 3. Pantai Karimunjawa

[Sumber : Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kab.Jepara/ Tourism and Culture Service of Jepara Regency 2025]

d. **Pulau Panjang**

Pulau Panjang adalah pulau kecil sebagaimana yang penulis sertakan pada Gambar 4, Pulau Panjang terletak di dekat Pantai Kartini Jepara, dapat dicapai dengan perahu motor sekitar 15–20 menit. Pulau ini memiliki pantai berpasir putih, air laut jernih, dan suasana tenang yang cocok untuk wisata keluarga. Wisatawan bisa berjalan mengelilingi pulau, menikmati panorama laut, atau snorkeling melihat terumbu karang dan ikan kecil. Keasrian alamnya menjadikan Pulau Panjang pilihan ideal bagi yang mencari ketenangan tanpa perjalanan jauh.



Gambar 4. Pulau Panjang

[Sumber : Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kab.Jepara/ Tourism and Culture Service of Jepara Regency 2025]

Pada tahun 2019, Pulau Panjang dikunjungi sekitar 39 ribu wisatawan, angka yang cukup besar untuk ukuran pulau kecil. Dengan promosi yang menonjolkan suasana alami, ketenangan, dan akses mudah, pulau ini berpotensi menjadi destinasi favorit di Jepara. Selain keindahan alam dan nilai sejarah, Pulau Panjang cocok dikembangkan sebagai ekowisata melalui edukasi konservasi laut, penanaman mangrove, dan pelestarian terumbu karang. Konsep ini tidak hanya menambah pengalaman wisata, tetapi juga menjaga kelestarian alam serta memberi manfaat bagi masyarakat sekitar

**e. Pantai Blebak**

Pantai Blebak berada di utara Jepara dan masih terjaga kealaminya. Dengan garis pantai yang panjang, pasir putih kecokelatan, serta panorama sunrise dan sunset yang indah seperti pada Gambar 5, pantai ini menawarkan suasana romantis dan menenangkan. Meski fasilitasnya sederhana, wisatawan bisa berenang, memancing, piknik, hingga berfoto di panorama alamnya yang indah. Pantai Blebak juga potensial dikembangkan sebagai ekowisata dengan edukasi lingkungan dan penanaman mangrove.



Gambar 5. Pantai Blebak

[Sumber : Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kab.Jepara/ Tourism and Culture Service of Jepara Regency 2025]

Berdasarkan data kunjungan tahun 2019, Pantai Blebak dikunjungi sekitar 83.886 wisatawan. Angka ini menunjukkan bahwa meskipun masih relatif alami dan minim promosi, pantai ini memiliki daya tarik yang cukup besar. Dengan strategi promosi yang kreatif, seperti poster dengan visual pasir putih dan panorama laut, Pantai Blebak memiliki peluang untuk semakin dikenal luas sebagai salah satu destinasi wisata unggulan Jepara.

**f. Pantai Teluk Awur**

Pantai Teluk Awur berlokasi dekat pusat kota Jepara sehingga mudah diakses. Pantai ini memiliki hamparan pasir bersih, ombak tenang, dan panorama laut yang luas. Cocok untuk berenang, piknik, atau sekadar bersantai menikmati suasana sore seperti yang terlihat pada Gambar 6. Di sepanjang pantai terdapat ekosistem mangrove yang bisa dimanfaatkan untuk wisata edukasi tentang pelestarian lingkungan pesisir.



Gambar 6. Pantai Teluk Awur

[Sumber : Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kab.Jepara/ Tourism and Culture Service of Jepara Regency 2025]

Berdasarkan data kunjungan tahun 2019, Pantai Teluk Awur menerima 176.469 pengunjung. Jumlah ini menunjukkan bahwa pantai ini memiliki daya tarik yang besar, sehingga dengan perancangan media promosi yang efektif, terutama poster dengan visual panorama laut dan fasilitasnya, Pantai Teluk Awur berpotensi meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan dan memperkuat citra Jepara sebagai destinasi wisata bahari. Pantai Teluk Awur adalah pantai dekat

pusat kota Jepara dengan pasir putih dan ombak tenang. Cocok untuk berenang, bersantai, dan menikmati sunset. Fasilitas cukup lengkap, termasuk wahana air dan area santai keluarga.

#### **g. Pantai Empu Rancak**

Pantai Empu Rancak, seperti yang terlihat pada Gambar 7, dikenal dengan suasannya yang alami dan tenang. Garis pantainya landai dengan pasir putih kecokelatan serta ombak lembut yang aman untuk berenang. Meski fasilitas masih sederhana, pantai ini cocok untuk wisata santai, bermain pasir, maupun menikmati pemandangan laut biru yang indah. Suasana asri menjadikannya pilihan bagi wisatawan yang ingin menikmati pantai tanpa keramaian



Gambar 7. Pantai Empu Rancak

[Sumber : Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kab.Jepara/ Tourism and Culture Service of Jepara Regency 2025]

Berdasarkan data kunjungan tahun 2019, Pantai Empu Rancak dikunjungi sebanyak 65.463 wisatawan. Jumlah ini menunjukkan bahwa pantai memiliki daya tarik yang cukup besar, dan dengan perancangan media promosi berupa poster yang menonjolkan panorama alam, aktivitas bahari, suasana tenang, dan keaslian budaya, Pantai Empu Rancak memiliki peluang untuk lebih dikenal luas. Media promosi visual ini diharapkan mampu meningkatkan minat wisatawan untuk berkunjung, memperkuat citra Jepara sebagai destinasi wisata bahari unggulan, dan mendorong pengembangan wisata yang berkelanjutan.

#### **h. Pantai Pailus**

Pantai Pailus menawarkan perpaduan keindahan pasir putih, laut jernih, dan suasana alami yang tenang sebagaimana yang terlihat pada Gambar 8. Lokasinya jauh dari keramaian sehingga cocok untuk wisatawan yang mencari ketenangan dan privasi. Selain menikmati panorama laut, wisatawan juga bisa melakukan aktivitas ekowisata seperti konservasi mangrove, pengamatan biota laut, atau kebersihan pantai. Keindahannya juga menjadikan pantai ini favorit untuk fotografi



Gambar 8. Pantai Pailus

[Sumber : Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kab.Jepara/ Tourism and Culture Service of Jepara Regency 2025]

Berdasarkan data kunjungan tahun 2019, Pantai Pailus dikunjungi sekitar 30.323 wisatawan. Dengan perancangan media promosi berupa poster yang menonjolkan panorama alam, aktivitas wisata, dan ketenangan, Pantai Pailus berpotensi lebih dikenal luas dan mampu

meningkatkan jumlah kunjungan, sekaligus memperkuat citra Jepara sebagai destinasi wisata bahari yang beragam.

i. **Pantai Beringin**

Pantai Beringin adalah pantai kecil dengan suasana intim dan alami, jauh dari keramaian. Pasirnya putih kecokelatan dan berkarang seperti yang terlihat pada Gambar 9, dengan ombak lembut, aman untuk berenang atau bersantai. Pepohonan pesisir menambah kesan sejuk dan alami. Meski fasilitas sederhana, pantai ini menarik bagi wisatawan yang menginginkan pengalaman santai, dekat dengan alam, dan suasana personal.



Gambar 9. Pantai Beringin

[Sumber : Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kab.Jepara/ Tourism and Culture Service of Jepara Regency 2025]

Berdasarkan data kunjungan tahun 2019, Pantai Bringin dikunjungi sekitar 19.542 wisatawan. Dengan perancangan media promosi yang tepat, Pantai Bringin dapat dikenal lebih luas, meningkatkan jumlah kunjungan, dan memperkuat citra Jepara sebagai kota dengan destinasi wisata pantai yang beragam, dari yang ramai hingga yang masih alami dan tenang.

j. **Pantai Ombak Mati/ Bondo**

Pantai Ombak Mati atau Pantai Bondo dikenal dengan ombaknya yang tenang dan aman untuk berbagai aktivitas air seperti pada Gambar 10. Pasirnya putih kecokelatan dengan pemandangan laut luas, cocok untuk wisata keluarga. Pantai ini juga sering dipakai untuk acara budaya dan kegiatan komunitas lokal, sehingga selain wisata alam, wisatawan bisa menikmati interaksi budaya.



Gambar 10. Pantai Ombak Mati/Bondo

[Sumber : Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kab.Jepara/ Tourism and Culture Service of Jepara Regency 2025]

Berdasarkan data kunjungan tahun 2019, Pantai Ombak Mati dikunjungi sekitar 160.805 wisatawan. Dengan perancangan poster promosi yang menekankan panorama alam, aktivitas bahari, fasilitas, dan nuansa budaya, Pantai Ombak Mati dapat semakin dikenal luas dan berperan sebagai salah satu destinasi andalan Jepara dalam sektor pariwisata bahari.

k. **Pulau Mandalika**

Pulau Mandalika adalah pulau kecil yang menawarkan pengalaman berbeda dibanding pantai daratan Jepara. Pasir putih lembut, laut jernih, dan suasana sepi menjadikannya cocok untuk wisatawan yang ingin menikmati privasi. Aktivitas seperti berenang, snorkeling, dan fotografi bisa dilakukan di sini. Karena masih alami dan fasilitas terbatas, pulau ini menawarkan nuansa eksklusif dan autentik sebagaimana yang terlihat pada Gambar 11.



Gambar 11. Pulau Mandalika

[Sumber : Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kab.Jepara/ Tourism and Culture Service of Jepara Regency 2025]

Berdasarkan data kunjungan tahun 2019, Pulau Mandalika dikunjungi sekitar 3.397 wisatawan. Dengan strategi promosi yang tepat, media poster dapat meningkatkan kesadaran publik mengenai keberadaan pulau ini, memperkenalkan pengalaman wisata yang berbeda, dan memperkuat citra Jepara sebagai kota dengan destinasi wisata bahari beragam dan menarik.

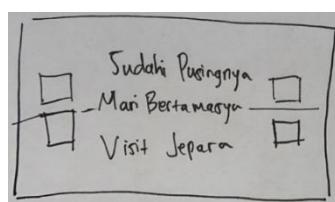
### 3.2 Hasil

#### 3.2.1 Konsep

Konsep perancangan media promosi pariwisata Jepara dilakukan secara terpadu melalui media digital (website, media sosial, iklan online) dan tradisional (brosur, baliho, event budaya) dengan konten visual kreatif berupa foto yang menonjolkan keindahan alam serta budaya khas Jepara; branding kota diwujudkan melalui penggunaan warna biru cyan yang mengombinasi antara pantai dan alam melambangkan harmoni alam, dengan tone cerah dan inspiratif, tipografi Edo SZ, Bebas Neue, Aliens and Cows Six Hands Brush dan Gagalin sebagai aksen kreatif, sedangkan layout disusun rapi dengan grid simetris, foto dominan, tagline konsisten, dan teks singkat agar design lebih mudah diingat, menarik, serta efektif memperkuat identitas pariwisata Jepara.

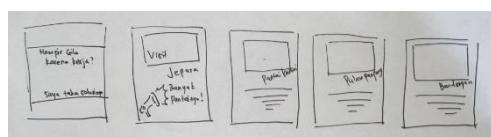
#### 3.2.2 Sketsa

Berikut adalah sketsa kasar dalam merangkai slogan dan layout yang nantinya digunakan pada tahap perwujudan, sebagaimana penulis tampilkan pada Gambar 12 adalah sketsa banner dengan layout simetris dengan slogan “sudahi pusingnya, mari bertamasya, visit jepara”. Pada Gambar 13 adalah feed instagram yang nantinya akan menggunakan bahasa yang lebih akrab dan informatif dengan design yang simpel. Dan pada Gambar 14 penulis menggunakan fotografi design untuk estetika dalam reels supaya lebih menarik perhatian dengan slogan yang menentuh hati untuk memberikan kesan harmoni pada Kota Jepara “Jepara, seindah cerita kita”. Sketsa poster pada Gambar 15 menggunakan konsep yang simpel dan layout simetris untuk memudahkan penerimaan informasi.



Gambar 12. Gambar Banner

[Sumber : Desain Peneliti Tahun 2025]

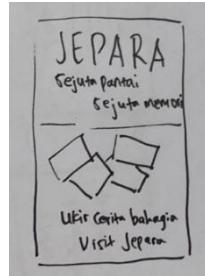


Gambar 13. Gambar Feed Instagram

[Sumber : Desain Peneliti Tahun 2025]



Gambar 14. Gambar Reels Instagram  
[Sumber : Desain Peneliti Tahun 2025]



Gambar 15. Gambar Poster  
[Sumber : Desain Peneliti Tahun 2025]

### 3.2.3 Hasil Desain dan Mockup

#### 1. Banner

Pada design banner sebagaimana pada gambar 16, penulis menggunakan background Pulau Panjang dengan layout simetris dan penggunaan warna kuning supaya kontras dengan kalimat persuasif “Visit Jepara” berwarna biru dengan garis luar berwarna putih supaya tingkat readability nya tinggi. Gambar 17 adalah mockup dari hasil design banner.



Gambar 16. Hasil Desain Banner  
[Sumber : Desain Peneliti Tahun 2025]



Gambar 17. Mockup Banner  
[Sumber : Desain Peneliti Tahun 2025]

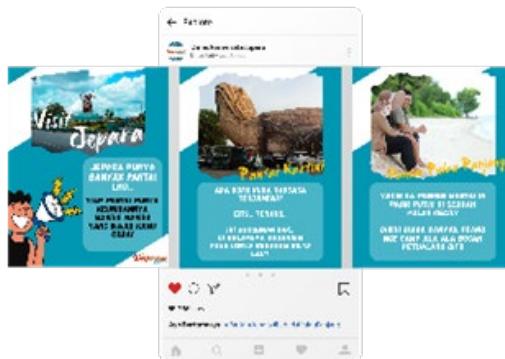
#### 2. Feed Instagram

Pada gambar 18, dalam feed instagram yang di desain, penulis menggunakan meme untuk menarik perhatian atau bisa di katakan sebagai “bait”, dengan studi behavior pengguna Instagram.

Pada konten feed di Gambar 18, penulis menggunakan warna cyan sebagai main color untuk menutukan “pantai” dengan “alam”, menggunakan font “Six Hands Brush” untuk judul dan “Gagalin” untuk Teks dengan bahasa yang lebih akrab informatif dan mudah di terima.



Gambar 18. Hasil Desain Feed Instagram  
[Sumber : Desain Peneliti Tahun 2025]



Gambar 19. Mockup Feed Instagram  
[Sumber : Desain Peneliti Tahun 2025]

### 3. Reels Instagram

Pada reels Instagram sebagaimana terdapat pada Gambar 20, penulis menggunakan teknik fotografi sebagai gambar utama dengan genre street photography, yang mana pada karakter dalam frame sedang menikmati pantai yang menjadikan slogan “mengukir cerita bahagia” dengan latar di Pantai Kartini dengan background Pulau Panjang, menampilkan visual estetik dengan slogan yang bersifat persuasif.



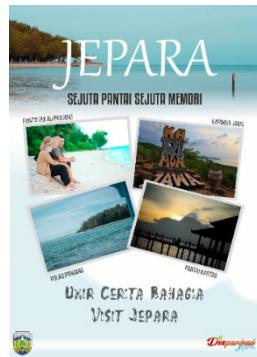
Gambar 20. Hasil Desain Reels Instagram  
[Sumber : Desain Peneliti Tahun 2025]



Gambar 21. Mockup Reels Instagram  
[Sumber : Desain Peneliti Tahun 2025]

#### 4. Poster

Pada poster sebagaimana yang terdapat pada Gambar 22, penulis memvisualkan foto estetik di dalam 4 frame dengan Pantai Bandengan sebagai background poster, menggunakan layout simetris dengan sedikit distorsi pada frame foto, disertai dengan keterangan foto, dan memiliki slogan singkat yang mudah di ingat.



Gambar 22. Hasil Desain Poster  
[Sumber : Desain Peneliti Tahun 2025]



Gambar 23. Mockup Poster  
[Sumber : Desain Peneliti Tahun 2025]

Pemanfaatan media digital sangat penting karena mampu menjangkau audiens lebih luas, menyajikan konten interaktif, serta memperkuat branding pariwisata Jepara. Namun, media tradisional seperti brosur dan baliho tetap relevan untuk menjangkau wisatawan di lokasi. Kombinasi keduanya membuat promosi lebih menyeluruh.

Selain itu, konten edukatif dan dokumenter dapat meningkatkan minat wisatawan dengan memberikan informasi autentik, misalnya tentang budaya lokal atau sejarah pantai. Kolaborasi dengan stakeholder seperti dinas pariwisata, UMKM, komunitas, dan influencer juga penting untuk menciptakan promosi yang menarik dan partisipatif.

Agar efektif, strategi promosi perlu dievaluasi secara berkala melalui survei, data kunjungan, dan interaksi media sosial. Dengan strategi terintegrasi, Jepara dapat meningkatkan kunjungan wisatawan, memperkuat ekonomi lokal, serta dikenal sebagai destinasi wisata budaya dan bahari unggulan.

### 3. PENUTUP

#### 4.1. Kesimpulan

Penelitian ini menyimpulkan bahwa media promosi yang kreatif, strategis, dan melibatkan masyarakat mampu meningkatkan daya tarik pariwisata Jepara secara signifikan. Media promosi tidak hanya menjadi alat pemasaran, tetapi juga sarana edukasi dan pembentuk citra destinasi. Dengan desain menarik, konten informatif, dan strategi komunikasi yang tepat, pariwisata Jepara dapat lebih dikenal, kompetitif, dan menarik lebih banyak pengunjung.

#### 4.2. Saran

Disarankan agar pengelola pariwisata Jepara rutin memperbarui media promosi dengan desain visual menarik, konten autentik, dan strategi komunikasi yang sesuai tren digital. Keterlibatan masyarakat dan pelaku usaha lokal juga penting untuk memperkuat citra dan mendukung ekonomi daerah. Penelitian selanjutnya dapat menambahkan analisis kuantitatif untuk mengukur efektivitas promosi dan dampaknya terhadap kunjungan wisatawan.

## 4. DAFTAR PUSTAKA

- Adhianti, A. A., & Herlinda, H. (2020). Strategi komunikasi pemasaran 7P pengelola Museum Sejarah Jakarta dalam upaya meningkatkan daya tarik wisatawan mancanegara. *Scriptura*, 10(1), 34-42.
- Adelia, T., Andre, A., & Manuel, J. E. (2023). Implementasi Multimedia Software Engineering Methodology Pada Pembuatan Perangkat Promosi Wisata. *Keluwh: Jurnal Sains dan Teknologi*, 4(1), 1-12.
- Adiputra, K. R. (2023). *Perancangan Video Promosi Wisata Kabupaten Kendal Berkonsep Sinematik Yang Infografis Dan Atraktif* (Doctoral dissertation).

- Bahiyah, C., Riyanto, W. H., & Sudarti, S. (2018). Strategi Pengembangan Potensi Pariwisata di Pantai Duta Kabupaten Probolinggo. *Jurnal Ilmu Ekonomi JIE*, 2(1), 95-103.
- Cahyani, N., Safitri, M., & Mahmud, M. (2024). Pengaruh Media Sosial, Citra Destinasi, Dan Fasilitas Wisata Terhadap Minat Berkunjung Kembali Ke Pantai Bandengan Jepara. *Bisnis-Net Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 7(1), 132-141.
- Heryati, Y. (2019). Potensi pengembangan obyek wisata pantai tapandullu di kabupaten mamuju. *GROWTH Jurnal Ilmiah Ekonomi Pembangunan*, 1(1), 56-74.
- Iqbal Mustafa. (2019). *Perancangan Aplikasi Android Sebagai Media Promosi Pariwisata Alam Karimunjawa Kabupaten Jepara* (Doctoral dissertation, ISI Surakarta).
- Kamal, N. S., Herawati, R., & Soemarmi, A. (2016). Pelaksanaan Tugas dan Fungsi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Jepara. *Diponegoro Law Journal*, 5(2), 1-12.
- Kurniyati, Z., Astuti, P., & Widayati, W. (2013). Strategi Pengembangan Wisata Pantai Kartini Di Kabupaten Jepara. *Journal of Politic and Government Studies*, 2(3), 467-475.
- Muhammad, R. (2023). *Perancangan Interior Wisata Edukasi Flora Langka Indonesia Di Bandung* (Doctoral dissertation, Universitas Komputer Indonesia).
- Nugraha, A. R. (2023). *Perancangan Interior Eduwisata Batik Jawa Barat Di Kota Bandung* (Doctoral dissertation, Universitas Komputer Indonesia).
- Nurfitri, R., Khomaini, N., & Yahya, S. (2024). Perancangan Motion Graphic Pencegahan Kekerasan Gender Pada Sosial Media. *Jurnal Edukasi dan Multimedia*, 2(3), 12-19.
- Peringatan, A. I., & Windiani, R. (2013). Strategi Pemasaran Pariwisata Kabupaten Jepara. *Journal of Politic and Government Studies*, 2(4), 116-125.
- Putra, V. C. C., & Purworini, D. (2022). *Strategi Komunikasi Pemasaran Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Jepara Dalam Mempromosikan Karimunjawa* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Putri, R., Widyassalfa, W. D., Rahman, R. A., Pratiwi, R., & Irhami, M. R. (2024). Strategi Pengembangan Ekowisata Bahari Berbasis Pengelolaan Sumber Daya Manusia: Studi Kasus di Kawasan Pantai Benteng Portugis, Kabupaten Jepara. *Aliansi: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 19(2), 140-148.
- Purnawati, L. (2021). Pembentukan kelompok sadar wisata (pokdarwis) dan pengembangan wisata di Pantai Gemah. *Publiciana*, 14(02), 293-206.
- Sama, H., Zulkarnain, Z., & Putra, F. A. (2022). Design and Development of Documentary Video in Batam as Dark Tourism Promotion Media. *Journal of Informatics and Telecommunication Engineering*, 6(1), 1-9.
- Syahputra, B. (2022). Pengembangan Videografi Makanan di Pasar Malam Taiwan Berbasis Research and Development. *Journal of Information System and Technology (JOINT)*, 3(3), 312-319.
- Suharijadi, D., Fausiyah, D., & Astuti, S. Y. (2023). The Effectiveness Of Tourism Vlog Competition On Visits To Cocoa Ecotourism Destinations. *Capture: Jurnal Seni Media Rekam*, 14(2), 123-135.
- Sulistiarini, E. B., Prihandini, R., Alfian, R., Shofiah, W., & Laili, H. (2024). Strategi Pembentukan Eduwisata Pertanian Ramah Lingkungan melalui Focus Group Discussion (FGD). *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara*, 6(1), 526-533.
- Selina, A. N., Suprapto, D., & Purwanti, F. (2021). Hubungan Karakter Pengunjung Dan Pengembangan Wisata Pantai Timang, Kabupaten Gunungkidul. *Jurnal Pasir Laut*, 5(1), 40-47.
- Siahaan, D. E., Saputra, S. W., & Rudiyanti, S. (2023). Valuasi Ekonomi Objek Wisata Pantai Bandengan Jepara Menggunakan Metode Travel Cost Method. *Jurnal Pasir Laut*, 7(1), 6-14.
- Sukardi, A. S., & Afidah, E. U. (2024). Pengaruh citra destinasi, fasilitas, dan persepsi harga terhadap minat berkunjung wisatawan ke objek wisata pantai di Kabupaten Jepara. *Journal of Management and Digital Business*, 4(1), 15-29.

- Triyono, J. (2021). Strategi Pengembangan Desa Wisata Tenun Ikat Troso Di Jepara, Jawa Tengah. *Kepariwisataan: Jurnal Ilmiah*, 14(2), 84-92.
- Wibowo, T. A., Kaskoyo, H., & Damai, A. A. (2019). Pengembangan wisata pantai mutun terhadap dampak fisik, sosial dan ekonomi masyarakat Desa Sukajaya Lempasing, Kabupaten Pesawaran, Lampung. *Jurnal Pengembangan Kota*, 7(1), 83-90.
- Widodo, H., & Erliyana, S. (2023). Penganalisis Efektifitas Pemasaran Destinasi Wisata Di Jepara: Studi Pada Destinasi Wisata Pantai Bandengan Jepara. *Journal of Business, Finance, and Economics (JBFE)*, 4(2), 135-148.