



UNIVERSITAS DIPONEGORO

**PRODUKSI MEDIA *PUBLIC RELATIONS*
MELALUI CENDERAMATA DENGAN METODE
SILKSCREEN SEBAGAI MEDIA PROMOSI OBJEK
WISATA BUKIT CINTA RAWA PENING**

TUGAS AKHIR

GINA DIAS TRIANI

40020619650043

SEKOLAH VOKASI

DEPARTEMEN INFORMASI DAN BUDAYA

**PROGRAM STUDI SARJANA TERAPAN INFORMASI
DAN HUBUNGAN MASYARAKAT**

SEMARANG

2023



UNIVERSITAS DIPONEGORO

**PRODUKSI MEDIA *PUBLIC RELATIONS*
MELALUI CENDERAMATA DENGAN METODE
SILKSCREEN SEBAGAI MEDIA PROMOSI OBJEK
WISATA BUKIT CINTA RAWA PENING**

**Diajukan untuk penyusunan Tugas Akhir pada Program Studi Sarjana
Terapan Informasi dan Humas, Sekolah Vokasi, Universitas Diponegoro**

GINA DIAS TRIANI

40020619650043

SEKOLAH VOKASI

**DEPARTEMEN INFORMASI DAN BUDAYA
PROGRAM STUDI SARJANA TERAPAN INFORMASI
DAN HUBUNGAN MASYARAKAT**

SEMARANG


2023

PERNYATAAN ORISINALITAS

**Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri,
dan semua sumber baik yang dikutip maupun yang dirujuk
telah saya nyatakan dengan benar.**

NAMA : Gina Dias Triani

NIM : 40020619650043

Tanda Tangan : 

Tanggal : 2 September 2023

HALAMAN PERSETUJUAN

TUGAS AKHIR

**PRODUKSI MEDIA *PUBLIC RELATIONS*
MELALUI CENDERAMATA DENGAN METODE *SILKSCREEN*
SEBAGAI MEDIA PROMOSI OBJEK WISATA
BUKIT CINTA RAWA PENING**

Oleh

Gina Dias Triani

40020619650043

Telah disetujui oleh dosen pembimbing untuk diujikan pada sidang tugas akhir sebagai persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan (S.Tr.) pada Program Studi Sarjana Terapan Informasi dan Humas Sekolah Vokasi, Universitas Diponegoro.

Semarang, 2 September 2023

Disetujui oleh,
Dosen Pembimbing



Dr. Dra Liliek Budiastuti Wiratmo, M.Si.

NIP. 1962013119871032001


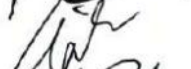

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini dilakukan oleh

NAMA : Gina Dias Triani
NIM : 40020619650043
Departemen/Program Studi : Informasi dan Budaya/ Sarjana Terapan Informasi dan Humas
Judul Tugas Akhir : Produksi Media *Public Relations* melalui Cenderamata dengan Metode *Silkscreen* sebagai Media Promosi Objek Wisata Bukit Cinta Rawa Pening

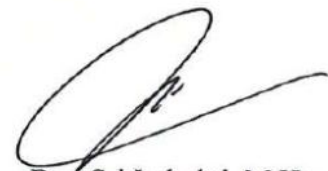
Telah berhasil dipertahankan dihadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan Informasi dan Humas pada Program Studi Sarjana Terapan Informasi dan Humas, Departemen Informasi dan Budaya, Sekolah Vokasi, Universitas Diponegoro.

TIM PENGUJI

Pembimbing : Dr. Dra. Liliek Budiastuti Wiratmo, M.Si. ()
Penguji I : Drs. Joyo Nur Suryanto Gono, M.S. ()
Penguji II : Arifa Rachma Febriyani, S.I.Kom., M.I.Kom ()

Semarang, 2 September 2023

Ketua Program Studi S.Tr. Informasi dan Humas



Dra. Sri Indrahti, M.Hum.

NIP. 196602151991032001

KATA PENGANTAR

Dengan penuh rasa syukur, penulis mengucapkan terima kasih kepada Allah SWT atas berkah dan petunjuk-Nya yang memungkinkan penyelesaian Laporan Tugas Akhir berjudul "Produksi Media *Public Relations* melalui Cenderamata dengan Metode *Silkscreen* sebagai Media Promosi Objek Wisata Bukit Cinta Rawa Pening." Laporan ini bertujuan untuk mendokumentasikan proses produksi cenderamata sebagai alat promosi untuk Objek Wisata Bukit Cinta Rawa Pening. Selain memenuhi persyaratan untuk gelar Sarjana Terapan di Fakultas Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro, laporan ini juga bertujuan untuk meningkatkan pemahaman tentang praktik kehumasan dalam produksi media *public relations*.

Laporan ini akan dibahas dalam 5 bab sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN. Bab ini akan dimulai dengan membahas latar belakang, peran *public relations* dalam industri pariwisata, menjelaskan peran cenderamata sebagai alat promosi dan pemilihan item cenderamata, serta alasan pemilihan metode *silkscreen* dalam produksi. Selanjutnya, akan diperkenalkan Objek Wisata Bukit Cinta Rawa Pening, termasuk informasi mengenai lokasi, daya tarik, dan tujuan dari promosi tersebut.

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA. Bab ini akan mencakup peninjauan literatur terkait penelitian sebelumnya yang relevan dengan Tugas Akhir ini, serta penggunaan teori-teori sebagai panduan dalam produksi karya bidang.

BAB 3 METODE PELAKSANAAN KARYA. Bab ini akan menjelaskan pelaksanaan karya bidang, termasuk langkah-langkah dalam tiga tahap produksi: pra produksi, proses produksi, dan pasca produksi. Bab ini juga akan mencakup rancangan karya bidang yang akan dieksekusi.

BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN. Bab ini akan menguraikan hasil produksi karya bidang dan membahas proses-proses yang terlibat dalam pembuatan karya tersebut, termasuk kendala yang dihadapi dan evaluasi hasilnya.

BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN. Bab terakhir ini akan merangkum kesimpulan dari hasil produksi karya bidang serta memberikan saran untuk pengembangan karya bidang Tugas Akhir ini.

ABSTRAK

Pengkaryaan ini membahas produksi media *public relations* melalui cenderamata dengan metode *silkscreen* sebagai media promosi objek wisata Bukit Cinta Rawa Pening. Bukit Cinta Rawa Pening adalah salah satu destinasi wisata yang berpotensi namun masih kurang dikenal. Oleh karena itu, pengkaryaan ini bertujuan untuk memperkenalkan dan mempromosikan objek wisata ini melalui cenderamata berbasis *silkscreen* sebagai media *public relations*. Metode *silkscreen* dipilih karena kemampuannya dalam menciptakan produk visual yang menarik dan dapat disesuaikan dengan pesan promosi. Pengkaryaan ini melibatkan penggunaan teknik *silkscreen* untuk mencetak cenderamata berupa kaos, mug, *totebag*, topi dan *tumbler* yang menggambarkan legenda menakjubkan Bukit Cinta Rawa Pening. Hasil pengkaryaan menunjukkan bahwa produksi cenderamata efektif dalam meningkatkan kesadaran dan minat terhadap objek wisata Bukit Cinta Rawa Pening. Dengan adanya cenderamata yang menarik dan informatif, promosi objek wisata ini dapat mencapai target audiens dengan lebih baik. Pengkaryaan ini memberikan kontribusi dalam pemahaman tentang pentingnya media *public relations* dan penggunaan cenderamata dalam promosi objek wisata. Hasilnya dapat menjadi referensi bagi pengelola wisata dan praktisi *public relations* dalam mengembangkan strategi promosi yang kreatif dan efektif untuk destinasi wisata yang kurang dikenal.

Kata Kunci: *Public Relations, Cenderamata, Silkscreen, Objek Wisata, Promosi.*

ABSTRACT

This work discuss the production of public relations media through souvenirs with the silkscreen method as a promotional media for Bukit Cinta Rawa Pening tourist attraction. Bukit Cinta Rawa Pening is one of the potential tourist destinations but is still less known. Therefore, this work aims to introduce and promote this tourist attraction through silkscreen-based souvenirs as public relations media. The silkscreen method was chosen due to its ability to create attractive visual products that can be customized with promotional messages. This work involves the use of silkscreen technique to print souvenirs in the form of t-shirts, mugs, totebags, hats and tumblers depicting the amazing legend of Bukit Cinta Rawa Pening. The results of the work show that the production of souvenirs is effective in increasing awareness and, interest in the Bukit Cinta Rawa Pening tourist attraction. With attractive and informative souvenirs, the promotion of this tourist attraction can reach the target audience better. This work contributes to the understanding of the importance of public relations media and the use of souvenirs in the promotion of tourist attractions. The results can be a reference for tourism managers and public relations practitioners in developing creative and effective promotional strategies for lesser-known tourist destinations.

Keywords: Public Relations, Souvenirs, Silkscreen, Tourist Attraction, Promotion.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN SAMPUL.....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Batasan Masalah.....	5
1.3 Rumusan Masalah	5
1.4 Tujuan.....	6
1.5 Manfaat.....	6
1.6 Luaran.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 Kajian Karya Terdahulu	7
2.2 Landasan Teori	9
2.2.1 Public Relations	9
2.2.2 Ruang Lingkup Public Relations	9
2.2.3 Peran Public Relations	9
2.2.4 Produksi Media Public Relations	10
2.2.5 Konsep Desain	10
2.2.6 Elemen Desain	10
2.2.7 Tipografi.....	11
2.2.8 Prinsip Dasar Desain	12

2.2.9	Cenderamata.....	12
2.2.10	Metode <i>Silkscreen</i>	13
2.2.11	Media Promosi	14
2.2.12	Objek Wisata Bukit Cinta Rawa Pening	14
2.3	Kajian Pariwisata.....	14
2.3.1	Pengertian Pariwisata	14
2.3.2	Pengertian Pariwisata Menurut Para Ahli	15
2.3.3	<i>Branding</i> Pariwisata	16
2.3.4	Manfaat Pariwisata.....	17
2.3.5	Jenis-Jenis Pariwisata.....	17
BAB III METODE		19
3.1	Metode Pengkaryaan	19
3.1.1	Pra Produksi	19
3.1.2	Produksi	20
3.1.3	Pasca Produksi	20
3.1.4	Tempat dan Waktu Pengkaryaan	20
3.2	Konsep Karya Bidang.....	21
3.2.1	Klien Karya Bidang.....	21
3.2.2	Profile Klien	21
3.2.3	Jenis Karya Bidang	21
3.2.4	Target Audiens Karya Bidang.....	22
3.2.5	Desain Cenderamata.....	22
3.3	Sumber Daya Manusia	27
3.4	Timeline Pelaksanaan	27
3.5	Rancangan Anggaran Dana	28
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		29
4.1	Gambaran Umum Permasalahan	29
4.2	Analisis Masalah	29
4.3	Pembahasan Hasil Produksi	31
4.3.1	Produksi Logo Bukit Cinta Rawa Pening	31
4.3.2	Produksi Cenderamata Kaos	33

4.3.3	Produksi Cenderamata <i>Totebag</i>	36
4.3.4	Produksi Cenderamata Topi.....	40
4.3.5	Produksi Cenderamata Mug.....	44
4.3.6	Produksi Cenderamata <i>Tumbler</i>	47
4.4	Kendala Pengkaryaan	50
4.5	<i>Review</i> Target Audiens.....	51
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		54
5.1	Kesimpulan.....	54
5.2	Saran	54
DAFTAR PUSTAKA		56
LAMPIRAN.....		58

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Desain Kaos.....	23
Gambar 3.2 Mockup Kaos	23
Gambar 3.3 Desain Totebag.....	23
Gambar 3.4 Mockup Totebag	24
Gambar 3.5 Desain Topi	24
Gambar 3.6 Mockup Topi.....	25
Gambar 3.7 Desain Mug	25
Gambar 3.8 Mockup Mug.....	25
Gambar 3.9 Desain Tumbler	26
Gambar 3.10 Mockup Tumbler.....	26
Gambar 4.1 Desain Logo Legenda Bukit Cinta Rawa Pening.....	31
Gambar 4.2 Pembuatan Desain Kaos.....	33
Gambar 4.3 Mockup Kaos	34
Gambar 4.4 Proses Silkscreen.....	35
Gambar 4.5 Hasil Akhir	35
Gambar 4.6 Pembuatan Desain Totebag.....	36
Gambar 4.7 Mockup Totebag Tampak Depan.....	38
Gambar 4.8 Mockup Totebag Tampak Belakang	38
Gambar 4.9 Proses Silkscreen.....	39
Gambar 4.10 Hasil Akhir	39
Gambar 4.11 Pembuatan Desain Topi	40
Gambar 4.12 Mockup Topi.....	41
Gambar 4.13 Proses Pencetakan	42
Gambar 4.14 Hasil Akhir	43
Gambar 4.15 Pembuatan Desain Mug	44
Gambar 4.16 Mockup Mug.....	45
Gambar 4.17 Hasil Akhir	46
Gambar 4.18 Pembuatan Desain Tumbler	47
Gambar 4.19 Mockup Tumbler.....	48
Gambar 4.20 Hasil Akhir	49

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Tabel Timeline Pelaksanaan	27
Tabel 3.2 Tabel Rancangan Anggaran Dana.....	28