

ABSTRAK

PERANCANGAN PROMOSI WISATA KOTA BUKITTINGGI: “DREAM LAND OF SUMATERA”

Oleh
Soerita Teguh
NRP 0864028

Bukittinggi merupakan kota terbesar kedua di Sumatera Barat. Kota ini dikenal sebagai kota bersejarah, berudara sejuk, memiliki pemandangan alam yang indah, serta memiliki kuliner yang beraneka ragam. Kota Bukittinggi juga sempat menjadi Ibu Kota Negara Indonesia pada masa kepemimpinan Presiden Soekarno. Di Bukittinggi juga terdapat sebuah menara jam yang disebut Jam Gadang. Bangunan ini merupakan Ikon Kota Bukittinggi. Mesin jam dari Jam Gadang ini hanya ada 2 di dunia. Yaitu Jam Gadang itu sendiri dan Big Ben di London. Namun masyarakat Indonesia sendiri masih banyak yang belum mengetahui dan mengenal Kota Bukittinggi ini.

Maka dari itu, tujuan perancangan ini adalah untuk memperkenalkan Kota Bukittinggi kepada masyarakat Indonesia khususnya generasi muda yang berusia 20-35 tahun agar dapat menarik minat mereka untuk berkunjung ke Kota Bukittinggi.

Metode yang digunakan ialah dengan mempromosikan Kota Bukittinggi sebagai kota yang sejuk, kaya akan nilai-nilai sejarah, keindahan alam, kebudayaan dan kuliner. Visual dibuat dengan menggunakan Jam Gadang serta Ngarai Sianok yang merupakan ikon kota Bukittinggi. Dengan gaya fotografi. Media yang digunakan yaitu poster, brosur, spanduk, umbul-umbul, situs web, dan x banner. Serta mengadakan event tahun baru yang berpusat di Jam Gadang. Selain itu sebagai media tambahan akan diberikan gimmick berupa kaos, gantungan kunci, dan kartu pos. Melalui promosi ini masyarakat Indonesia dapat lebih mengenal Kota Bukittinggi.

Kata kunci : generasi muda, Jam Gadang, Ngarai Sianok, sejuk, promosi

ABSTRACT

TOURISM PROMOTIONAL DESIGN FOR BUKITTINGGI CITY “DREAM LAND OF SUMATERA”

Soerita Teguh / 0864028

Bukittinggi is the second biggest city in West Sumatera and it is known as a historic city with a cool climate and beautiful scenery, as well as various culinary. In the past, in President Soekarno's government, Bukittinggi was once the capital city of Indonesia. There is a landmark in Bukittinggi, namely Jam Gadang, which is a clock tower. This tower is an icon of Bukittinggi. There are only two clock machines in the world: the Big Ben in London and Jam Gadang.

As a result, the aim of this design is to promote Bukittinggi to Indonesian people, more specifically the Indonesian young generation of 20 – 35 years old in order to attract their interest to visit Bukittinggi.

The method used is by promoting Bukittinggi as a city with a cool climate, rich historical values, beautiful scenery, high culture, and great culinary. The visual media will use Jam Gadang and Ngarai Sianok as the icons of Bukittinggi. The media used is posters, brochures, banners, websites, and X-banners. Besides, New Year event will be held in Jam Gadang as the central location. Other media such as gimmicks in the forms of T-shirts, key chains, and postcards will be distributed. It is expected that Indonesian people will know Bukittinggi better through this promotion.

Keywords: young generation, Jam Gadang, Ngarai Sianok, cool climate, promotion

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA DAN LAPORAN	iii
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB 1 : PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Permasalahan.....	3
1.3 Ruang Lingkup.....	3
1.4 Tujuan Perancangan.....	3
1.5 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	3
1.6 Skema Perancangan	5
BAB 2 : LANDASAN TEORI.....	6
2.1 Pengertian Promosi	6
2.2 Pariwisata	7
2.3 Promosi Pariwisata	9
2.4 Wisatawan	11
2.5 Event	17
2.6 TahunBaru	18
2.7 Pengertian Logo	18
2.8 Strategi Media	19

BAB 3 : DATA DAN ANALISIS MASALAH	21
3.1 Data dan Fakta	21
3.1.1 Bukittinggi	21
3.1.2 Sejarah Bukittinggi	22
3.1.3 Tempat-Tempat Wisata di Bukittinggi	24
3.1.4 Kelebihan Bukittinggi Lainnya	41
3.1.5 Permasalahan di Bukittinggi Saat Ini	45
3.2 Tinjauan Karya Sejenis	49
3.3 Lembaga Terkait	50
3.4 Analisis Terhadap Permasalahan Berdasarkan Data dan Fakta	50
3.4.1 Analisis SWOT	50
3.4.2 Segmentasi, Targeting, Positioning	50
3.4.3 Analisis dan Pemecahan Masalah	51
 BAB 4 : PEMECAHAN MASALAH	 53
4.1 Konsep Komunikasi	53
4.1.1 Strategi Komunikasi dalam Promosi	53
4.2 Konsep Kreatif	54
4.2.1 Konsep Visual	54
4.2.2 Konsep Verbal	56
4.3 Konsep Media	56
4.4 Hasil Karya	57
4.4.1 Logo	57
4.4.2 Poster	59
4.4.3 Brosur	63
4.4.4 Guide Book	64
4.4.5 Website	67
4.4.6 Gimmick	68
4.4.7 Ambient	70
4.4.8 Photo Booth	71
4.4.9 Event	72
4.5 Budgeting	77

BAB 5 : PENUTUP	78
5.1 Kesimpulan	78
5.2 Saran	78
DAFTAR PUSTAKA	79
LAMPIRAN	80

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Logo Bukittinggi	21
Gambar 3.2 Benteng <i>Fort de Kock</i>	24
Gambar 3.3 Benteng <i>Fort de Kock</i>	25
Gambar 3.4 Istana Bung Hatta	27
Gambar 3.5 Patung Nung Hatta	28
Gambar 3.6 Jam Gadang	29
Gambar 3.7 Jembatan Limpapeh	32
Gambar 3.8 Jembatan Limpapeh Tampak Depan	32
Gambar 3.9 Ngarai Sianok	33
Gambar 3.10 Ngarai Sianok dari Taman Panorama	34
Gambar 3.11 Pintu Masuk Lobang Jepang	36
Gambar 3.12 Anak Tangga di Lobang Jepang	36
Gambar 3.13 Rumah Kelahiran Bung Hatta	38
Gambar 3.14 Kamar Tidur	38
Gambar 3.15 Ruang Tamu	38
Gambar 3.16 Kandang Gajah di Taman Marga Satwa	39
Gambar 3.17 Bebek Lado Ijo	42
Gambar 3.18 Nasi Kapau	42
Gambar 3.19 Dendeng Batokok	43
Gambar 3.20 Pecal Sikai	43
Gambar 3.21 Lamang Tapai	43
Gambar 3.22 Bika Mariana	44
Gambar 3.23 Karak Kaling	44
Gambar 3.24 Karupuk Sanjai	45
Gambar 3.25 Diagram 1	46
Gambar 3.26 Diagram 2	47
Gambar 3.27 Diagram 3	47
Gambar 3.28 Diagram 4	48
Gambar 3.25 Poster Promosi Kota Yogyakarta	49

Gambar 4.1 Logo	57
Gambar 4.2 Poster 1	59
Gambar 4.3 Poster 2	60
Gambar 4.4 Poster 3	61
Gambar 4.5 Poster 4	62
Gambar 4.6 Poster 5	62
Gambar 4.7 Poster 6	63
Gambar 4.8 Brosur Cover	63
Gambar 4.9 Brosur Isi	64
Gambar 4.10 Guide Book Cover	64
Gambar 4.11 Guide Book Cover Belakang	65
Gambar 4.12 Guide Book Isi Belakang	65
Gambar 4.13 Guide Book Isi depan	65
Gambar 4.14 Map dalam Guide Book	66
Gambar 4.15 Website Home	67
Gambar 4.16 Website Profil	67
Gambar 4.17 Website Obyek Wisata	67
Gambar 4.18 Postcard	68
Gambar 4.19 T-shirt	68
Gambar 4.20 Pin	69
Gambar 4.21 Aplikasi Ambient	70
Gambar 4.22 Aplikasi Photo Booth	71
Gambar 4.23 Poster <i>Event</i>	72
Gambar 4.24 Billboard <i>Event</i>	73
Gambar 4.25 Flyer <i>Event</i>	73
Gambar 4.26 Spanduk <i>Event</i>	74
Gambar 4.27 Umbul-umbul <i>Event</i>	74
Gambar 4.28 X-banner <i>Event</i>	75
Gambar 4.29 Iklan Koran	76
Gambar 4.30 Iklan Website	76
Gambar 4.31 Iklan Majalah	76

DAFTAR LAMPIRAN

Sketsa	80
--------------	----