

ABSTRAK

PERANCANGAN MEDIA PROMOSI PANDUAN WISATA ALAM DI PROVINSI LAMPUNG

Oleh

Noviana Laurany Thamrin

NRP 1264023

Lampung merupakan sebuah provinsi yang terletak di Pulau Sumatera yang memiliki potensi di bidang pariwisata terutama wisata alamnya. Alternatif wisata alam di Lampung tidak kalah menarik dengan daerah lain di Indonesia. Namun, dari segi promosi pariwisata Lampung masih kurang unggul. Saat ini, tren wisata alam di kalangan anak muda dapat menjadi peluang bagi pariwisata Lampung. Oleh karena itu, pariwisata Lampung harus memiliki strategi promosi untuk memperkenalkan wisata yang ada.

Adapun permasalahan yang dikaji dalam perancangan ini adalah bagaimana merancang strategi kreartif untuk mengenalkan wisata alam Lampung kepada masyarakat kalangan muda dengan menggunakan beberapa media promosi. Maka dari itu, tujuan perancangan ini adalah untuk menarik wisatawan untuk berwisata ke Lampung. Salah satu strategi utama yang akan digunakan dalam perancangan ini adalah dengan memberikan informasi berupa akses yang dapat digunakan untuk dapat sampai ke tujuan wisata.

Sehingga perancangan ini akan menghasilkan beberapa media promosi, yaitu iklan media sosial, aplikasi, dan buku. Media promosi yang dirancang terdiri dari dua jenis yaitu media utama berupa buku panduan perjalanan wisata alam dan media pendukung yang merupakan media untuk mempromosikan media utama. Perancangan media promosi ini diharapkan menjadi sarana promosi yang efektif dan dapat mempermudah komunikasi dengan sasaran yaitu masyarakat kalangan muda yang hobi bertualang.

Kata kunci: buku, Lampung, media promosi, panduan perjalanan, wisata alam.

ABSTRACT

THE DESIGN OF PROMOTIONAL MEDIA OF NATURAL TOURISM GUIDE OF LAMPUNG PROVINCE

by

Noviana Laurany Thamrin

NRP 1264023

Lampung is a province in Sumatera which has the potential in tourism, especially natural tourism. The natural tourism in Lampung is as attractive as other areas in Indonesia. However, the promotion of of Lampung tourism is not good yet. Nowadays, the trend of natural tourism for young people can be a good opportunity for Lampung tourism. Therefore, Lampung tourism must have a good promotional strategy to introduce its tourism.

The problem to be dicussed in this design is how to design a creative strategy to introduce Lampung natural tourism to young people by using some promotional media. The aim of the design is to attract visitors to visit Lampung. One of the main strategies of this design is to give information about the accesses to reach the destination.

The design will result in some promotional media, such as social media advertisement, application, and a book. There are two forms of media that will be designed: the natural tourism guide as the main media and some supporting media. The promotional media design is expected to be effective so that it can make it easier to communicate with adventurous young people.

Keywords: book, Lampung promotional media, natural tourism, travel guide.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA DAN LAPORAN	iii
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN.....	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI.....	vix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL	xi
 BAB I : PENDAHULUAN	 1
1.1 Latar belakang.....	1
1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup	3
1.3 Tujuan perancangan.....	3
1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	4
1.5 Skema Perancangan	5
 BAB II : LANDASAN TEORI	 7
2.1 Teori Pariwisata	7
2.2 Teori Psikologi.....	7
2.3 Flashpacker.....	10
2.4 Teori Buku.....	11
2.4.1 Definisi <i>Guidebook</i>	12
2.4.2 Kajian Komunikasi Visual	13
2.5 Teori Aplikasi.....	18
2.5.1 Definisi Aplikasi	18
2.5.2 <i>Mobile Application</i>	18
 BAB III : DATA DAN ANALISIS MASALAH.....	 22

3.1 Data dan Fakta.....	22
3.1.1 Perusahaan atau Lembaga Terkait	25
3.1.2 Data Tentang Gejala atau Fenomena yang Terjadi.....	29
3.1.3 Tinjauan Proyek Sejenis	40
3.2 Analisis Terhadap Permasalahan Berdasarkan Data dan Fakta	44
3.2.1 Analisis SWOT Pariwisata Lampung	44
3.2.2 Analisis SWOT Perancangan Media Promosi.....	45
3.2.3 Analisis STP Perancangan Media Promosi.....	45
3.2.4 Analisis Pemecahan Masalah	47
BAB IV : PEMECAHAN MASALAH.....	48
4.1 Konsep Komunikasi.....	48
4.2 Konsep Kreatif	48
4.2.1 Konsep Verbal	48
4.2.2 Konsep Visual.....	48
4.2.3 Konsep Media.....	50
4.3 Hasil Karya.....	51
4.3.1 Logo Promosi.....	51
4.3.2 <i>Guidebook</i>	51
4.3.3 Aplikasi.....	52
4.3.4 Video <i>Teaser</i>	53
4.3.5 <i>Gimmick</i>	55
4.4 Perhitungan Biaya Media Promosi.....	56
4.5 <i>Timeline</i>	58
BAB V : PENUTUP	59
5.1 SIMPULAN	59
5.2 SARAN	59
DAFTAR PUSTAKA	61
LAMPIRAN.....	63

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Sekema perancangan.....	6
Gambar 2.1	Skema jaringan kegiatan pariwisata	7
Gambar 2.2	Anatomi buku 11	
Gambar 2.3	<i>Colour wheel</i>	18
Gambar 2.4	Warna harmonis.....	18
Gambar 2.5	Warna kontras 19	
Gambar 3.1	Logo ibukota Provinsi Lampung	22
Gambar 3.2	Provinsi Lampung dalam peta Indonesia	23
Gambar 3.3	Peta Provinsi Lampung	24
Gambar 3.4	Logo Dinas Pariwisata Provinsi Lampung	25
Gambar 3.5	Logo AirAsia.....	27
Gambar 3.6	Diagram kuesioner mengenai usia	30
Gambar 3.7	Diagram kuesioner mengenai jenis pekerjaan	30
Gambar 3.8	Diagram kuesioner mengenai pendapatan/bulan	31
Gambar 3.9	Diagram kuesioner mengenai hobi	31
Gambar 3.10	Diagram kuesioner mengenai asal daerah.....	32
Gambar 3.11	Diagram kuesioner mengenai ketertarikan <i>travelling</i>	32
Gambar 3.12	Diagram kuesioner mengenai pengetahuan tentang Lampung	33
Gambar 3.13	Diagram kuesioner mengenai pengetahuan tentang apa yang dimiliki Provinsi Lampung.....	33
Gambar 3.14	Diagram kuesioner mengenai melakukan kunjungan ke Lampung.....	34
Gambar 3.15	Diagram kuesioner mengenai tujuan berkunjung ke Lampung.....	34
Gambar 3.16	Diagram kuesioner mengenai pengetahuan tentang Lampung memiliki >30 tempat wisata.....	35
Gambar 3.17	Diagram Kuesioner mengenai ketertarikan melakukan kegiatan <i>travelling</i> ke Lampung.....	36

Gambar 3.18	Diagram Kuesioner mengenai pengalaman mendapatkan media informasi perjalanan wisata Lampung.....	36
Gambar 3.19	Diagram Kuesioner mengenai jenis media informasi perjalanan wisata Lampung	37
Gambar 3.20	Logo aplikasi wisata lokal	40
Gambar 3.21	Tampilan aplikasi wisata lokal.....	41
Gambar 3.22	Logo WisSemar	42
Gambar 3.23	Tampilan aplikasi WisSemar.....	42
Gambar 3.24	Buku <i>Travelicious</i> dari berbagai daerah.....	43
Gambar 4.1	<i>Font Coves</i>	49
Gambar 4.2	<i>Font Swistblnk Duwhoers Brush</i>	49
Gambar 4.3	Logo promosi dengan <i>grid</i>	51
Gambar 4.4	<i>Layout guide book</i>	52
Gambar 4.5	Tampilan aplikasi.....	53
Gambar 4.6	<i>Screen capture</i> media sosial.....	54
Gambar 4.7	<i>Screen capture</i> video <i>teaser</i>	55
Gambar 4.8	<i>Gimmick</i>	56
Gambar 4.9	<i>Timeline</i>	58

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	Tabel Perhitungan Biaya Media Promosi	57
-----------	---	----