

ABSTRAK

PERANCANGAN MEDIA PROMOSI TANJUNG BALAI KARIMUN SEBAGAI TEMPAT WISATA

Oleh
Hery Adriyanto
1364047

Tanjung Balai Karimun memiliki variasi wisata, yakni wisata alam, wisata religi dan wisata kuliner. Tanjung Balai Karimun terletak di perbatasan tiga negara, yakni Indonesia, Malaysia, dan Singapura, sehingga sudah dikenal dan sering dikunjungi oleh wisatawan mancanegara. Namun, kunjungan dari wisatawan nusantara ke Tanjung Balai Karimun masih kurang. Media promosi Tanjung Balai Karimun masih terbatas dan warga masih kurang memahami sistem perancangan promosi yang lebih bagus.

Oleh karena itu, tujuan perancangan ini adalah memperkenalkan tempat wisata Tanjung Balai Karimun kepada wisatawan nusantara melalui media yang menarik. Manfaat dari perancangan ini supaya wisatawan nusantara semakin tertarik dan semakin mengetahui tempat wisata Tanjung Balai Karimun.

Metode yang digunakan ialah membuat tiga video *teaser* dalam tahap *awareness*, video utama yang berupa sinematografi dalam tahap *informing*, dilengkapi poster digital yang berfungsi sebagai media utama yang didukung dengan media video maskot, *website*, dan *gimmick*. Melalui perancangan video promosi Tanjung Balai Karimun ini, warga dapat menyadari dan semakin mengetahui keberadaan Tanjung Balai Karimun sebagai tempat wisata.

Kata kunci: pulau, wisata, Indonesia, alam, religi

ABSTRACT

PROMOTION DESIGN OF TANJUNG BALAI KARIMUN AS A TOURIST ATTRACTION

Submitted by
Hery Adriyanto
1364047

Tanjung Balai Karimun has various kind of tourism, which are nature tourism, religion tourism, and culinary tourism. Tanjung Balai Karimun is located on the border of three countries, that is Indonesia, Malaysia and Singapore, which explains that Tanjung Balai Karimun is known and often visited by foreign tourist. Eventhough, the visits from local tourist are still less. The promotion media of Tanjung Balai Karimun is limited and locals are still not too familiar with better promotion media design system.

Therefore, the purpose of this scheme is to introduce Tanjung Balai Karimun tourist attraction to local tourist by using attractive media. Benefits of this design is that local tourists are interested and more knowing of Tanjung Balai Karimun tourist attraction.

The method is by creating three teasers in the awareness stage of promotion, main cinematographic video in the informing stage, completed with digital posters, as the main promotion media that supported with mascot video, website, and gimmic. Through the design of promotion video of Tanjung Balai Karimun, local tourists will aware and get to know more of the existence of Tanjung Balai Karimun as a tourist attraction,

Keywords: island, Indonesia, tour, nature, religion

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA DAN LAPORAN	iii
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR DIAGRAM	xiv
BAB I : PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup	2
1.3 Tujuan Perancangan	3
1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	3
1.5 Skema Perancangan	4
BAB II : LANDASAN TEORI	5
2.1 Teori Promosi	5
2.2 Teori Periklanan	6
2.3 Teori Pariwisata	11
2.4 Teori Videografi	14
2.5 Teori <i>Cinematography</i>	15
2.6 Teori <i>Motiongraphy</i>	16
2.7 Teori <i>Web</i>	17

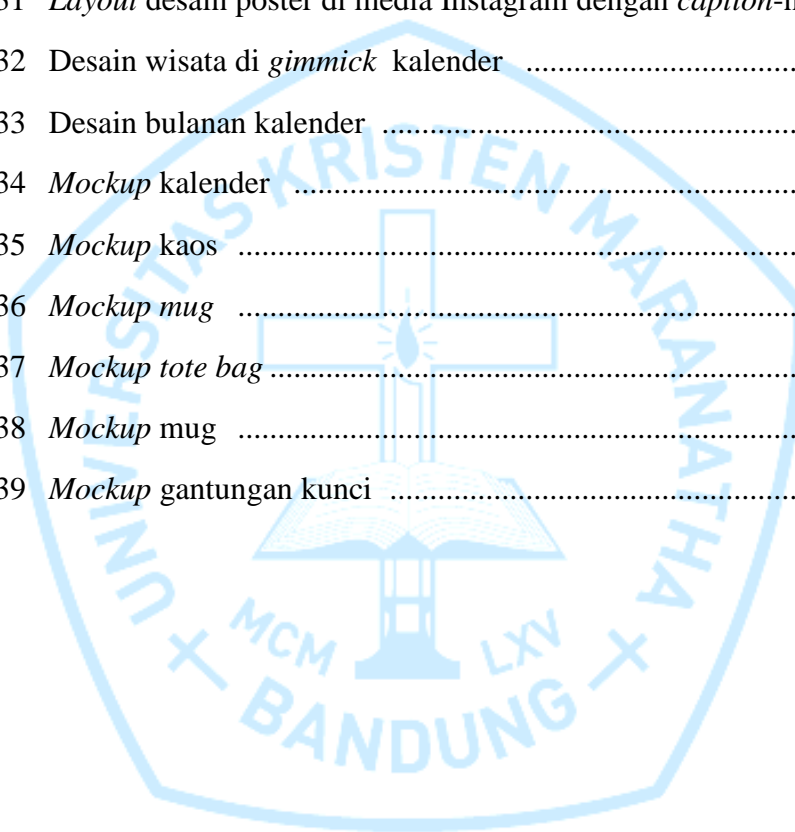
BAB III : DATA DAN ANALISIS MASALAH	20
3.1 Data dan Fakta	20
3.1.1 Perusahaan/Lembaga Terkait / Fenomena	20
3.1.1.1 Pesona Indonesia	20
3.1.1.2 Dinas Pariwisata Seni & Budaya Tanjung Balai Karimun	20
3.1.2 Data tentang Gejala/Fenomena yang terjadi	24
3.1.2.1 Hasil Kuesioner	26
3.1.2.2 Hasil Wawancara	30
3.1.2.2.1 Kepala Bagian Atraksi dan Promosi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Tanjung Balai Karimun.....	30
3.1.2.2.2 Wisatawan Nusantara	31
3.1.3 Tinjauan Karya Sejenis	32
3.2 Analisis Terhadap Permasalahan Berdasarkan Data dan Fakta	34
3.2.1 Teori dengan Data/Fakta	34
3.2.2 SWOT tentang Tanjung Balai Karimun sebagai tempat wisata	35
3.2.2.1 <i>Strength</i>	35
3.2.2.2 <i>Weakness</i>	35
3.2.2.3 <i>Opportunity</i>	35
3.2.2.4 <i>Threat</i>	35
3.2.3 SWOT tentang hasil karya audio visual yang akan dibentuk.....	36
3.2.3.1 <i>Strength</i>	36
3.2.3.2 <i>Weakness</i>	36
3.2.3.3 <i>Opportunity</i>	36
3.2.3.4 <i>Threat</i>	36
3.2.4 STP terhadap Tanjung Balai Karimun sebagai tempat wisata	37
3.2.4.1 <i>Segmentation</i>	37
3.2.3.2 <i>Targeting</i>	37
3.2.3.3 <i>Positioning</i>	37
BAB IV : PEMECAHAN MASALAH	38

4.1	Konsep Komunikasi	38
4.2	Konsep Kreatif	38
4.2.1	Videografi	38
4.2.2	Tipografi	39
4.2.3	Warna	40
4.3	Konsep Media	41
4.3.1	<i>Awareness</i>	41
4.3.2	<i>Informing</i>	43
4.3.3	<i>Reminding</i>	44
4.4	Hasil Karya	46
4.4.1	Logo	46
4.4.2	Maskot	48
4.4.3	Video	50
4.4.4	Poster Digital	55
4.4.5	<i>Website</i>	58
4.4.6	<i>Giveaway</i>	59
4.4.7	<i>Gimmick</i>	61
4.4.8	Anggaran Dana	64
BAB V : PENUTUP		65
5.1	Simpulan	65
5.2	Saran	65
DAFTAR PUSTAKA		66
DAFTAR ISTILAH		67
LAMPIRAN		68

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1	Logo Pesona Indonesia	20
Gambar 3.2	Logo Kabupaten Tanjung Balai Karimun	20
Gambar 3.3	Logo <i>Beautiful Destination</i>	32
Gambar 3.4	<i>Storyboard</i> video <i>Let's Go</i> – Macao (kiri atas - kanan bawah).....	33
Gambar 3.5	<i>Storyboard</i> video <i>Let's Go</i> – Venice (kiri atas - kanan bawah)	34
Gambar 4.1	Font Zomtam Thai	39
Gambar 4.2	Font Travel Goals	39
Gambar 4.3	Font Quicksand	40
Gambar 4.4	Warna dasar perancangan promosi	40
Gambar 4.5	Logo promosi Tanjung Balai Karimun	46
Gambar 4.6	Keterangan logo	46
Gambar 4.7	Ukuran dan alternatif warna logo	47
Gambar 4.8	Keterangan warna dengan penjelasan	47
Gambar 4.9	Jenis tipografi logo Zomtam Thai	48
Gambar 4.10	Desain Maskot	48
Gambar 4.11	Keterangan desain maskot	49
Gambar 4.12	Gerakan meloncat maskot	49
Gambar 4.13	<i>Storyboard</i> video <i>Teaser 1</i> – Alam	50
Gambar 4.14	<i>Storyboard</i> video <i>Teaser 2</i> – Religi	50
Gambar 4.15	<i>Storyboard</i> video <i>Teaser 3</i> – Kuliner	51
Gambar 4.16	<i>Storyboard</i> – 1 video utama	51
Gambar 4.17	<i>Storyboard</i> – 2 video utama	52
Gambar 4.18	<i>Storyboard</i> – 3 video utama	53
Gambar 4.19	<i>Layout</i> video di media Facebook	53
Gambar 4.20	<i>Layout</i> video di media Instagram	53
Gambar 4.21	<i>Layout</i> video di media YouTube	53
Gambar 4.22	<i>Layout</i> YouTube di PC.....	54
Gambar 4.23	<i>Layout</i> Facebook dan Instagram di <i>SmartPhone</i>	54

Gambar 4.24 Gerakan maskot dengan <i>motiongraphy</i>	54
Gambar 4.25 Hasil potret dan desain poster digital	55
Gambar 4.26 <i>Layout</i> desain poster di media Instagram dan Facebook	56
Gambar 4.27 <i>Layout</i> desain poster di media Facebook versi PC	57
Gambar 4.28 <i>Layout</i> Instagram dan Facebook di <i>Smartphone</i> dan PC	57
Gambar 4.29 Desain Website Promosi	58
Gambar 4.30 Desain poster Giveaway	59
Gambar 4.31 <i>Layout</i> desain poster di media Instagram dengan <i>caption</i> -nya	60
Gambar 4.32 Desain wisata di <i>gimmick</i> kalender	61
Gambar 4.33 Desain bulanan kalender	61
Gambar 4.34 <i>Mockup</i> kalender	62
Gambar 4.35 <i>Mockup</i> kaos	62
Gambar 4.36 <i>Mockup</i> mug	62
Gambar 4.37 <i>Mockup</i> tote bag	63
Gambar 4.38 <i>Mockup</i> mug	63
Gambar 4.39 <i>Mockup</i> gantungan kunci	63



DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	<i>Timeline</i> Promosi Tanjung Balai Karimun	45
Tabel 4.2	Anggaran dana perancangan Tugas Akhir	64



DAFTAR DIAGRAM

Diagram 3.1	Diagram Jenis Kelamin	26
Diagram 3.2	Diagram Usia	26
Diagram 3.3	Diagram Pekerjaan	26
Diagram 3.4	Diagram Penghasilan Per Bulan yang Sudah Bekerja	27
Diagram 3.5	Diagram Penghasilan Per Bulan Bagi Mahasiswa	27
Diagram 3.6	Diagram Kota Tempat Tinggal Sekarang	27
Diagram 3.7	Diagram Ketertarikan Tentang Keindahan Indonesia	28
Diagram 3.8	Diagram Pernah/Tidak Menjelajahi Kepulauan Riau	28
Diagram 3.9	Diagram Tempat Wisata yang Ingin Dikunjungi	28
Diagram 3.10	Diagram Pengetahuan tentang Tanjung Balai Karimun	28
Diagram 3.11	Diagram Pernah/Tidak Mengunjungi Tanjung Balai Karimun	28
Diagram 3.12	Diagram Tempat Wisata yang Menarik untuk Dikunjungi di Tanjung Balai Karimun	29
Diagram 3.13	Diagram Media Promosi yang Cocok untuk Mempromosikan Tanjung Balai Karimun	29

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A	Daftar Pertanyaan Kuesioner	67
Lampiran B	Sketsa Maskot	70

