

ABSTRAK

PERANCANGAN PROMOSI WISATA BUDAYA KABUPATEN SOLOK SELATAN, PROVINSI SUMATERA BARAT

Oleh

Foni Lantia

NRP 1264150

Di Indonesia pariwisata merupakan salah satu sektor yang mendatangkan pendapatan bagi negara, maka saat ini pariwisata masuk kedalam salah satu dari lima sektor prioritas pembangunan sejak tahun 2017. Kabupaten Solok Selatan yang berada di Provinsi Sumatera Barat merupakan daerah yang memiliki potensi wisata dalam aspek budaya. Kentalnya adat budaya khas Minang masih dapat di rasakan dan dilihat lewat keseharian masyarakat sekitar seperti di Pemukiman Adat Nagari 1000 rumah gadang, selain itu Randai, Bajamba dan juga Seni bela diri Tradisional Silek Tuo juga masih dapat bisa di lihat dan dinikmati.

Tujuan dari perancangan promosi wisata budaya Kabupaten Solok Selatan adalah, untuk membantu melestarikan budaya khas Minang yang ada di Kabupaten Solok Selatan, dan menonjolkan sumber daya yang ada serta menjadikan Kabupaten Solok Selatan sebagai salah satu destinasi wisata budaya pilihan wisatawan.

Perancangan promosi wisata budaya Kabupaten Solok Selatan di buat dengan menggunakan media video berdurasi dua menit yang berisi informasi mengenai beberapa budaya yang ada di Kabupaten Solok Selatan serta suasana saat acara festival budaya berlangsung. Melalui perancangan ini diharapkan Kabupaten Solok Selatan dapat dikenal oleh masyarakat luas dan wisatawan sebagai Kabupaten yang memiliki potensi wisata budaya khas Minang yang masih terjaga, dan dapat memberi pendapatan bagi masyarakat sekitar.

Kata kunci : Kabupaten Solok Selatan, Budaya, Minang, Promosi , Wisata.

ABSTRACT

CULTURAL TOURISM PROMOTION DESIGN OF SOUTH SOLOK DISTRICT, WEST SUMATERA PROVINCE

By

Foni Lantia

NRP 1264150

In Indonesia tourism is one sector that brings in revenues for the country, then now tourism has entered into one of the five priority sectors of development since 2017. South Solok District located in West Sumatra Province is an area that has tourism potential in cultural aspects. The strong custom of Minang culture can still be felt and seen through the daily life of the community as in Pemukiman Adat Nagari 1000 rumah gadang, other than that Randai, Bajamba and also Traditional martial arts Silek Tuo also still can be seen and enjoyed.

The purpose of the design of cultural tourism promotion district of South Solok is, to help preserve Minang typical culture in South Solok district, and accentuate the existing resources and make the South Solok District as one of the cultural tourist destinations of tourists choice.

The cultural tourism promotion design of South Solok made by using the two minutes duration video which contains information about some of the existing culture in South Solok District and the atmosphere during the cultural festival event took place. Through this design is expected South Solok District can be recognized by the public and tourists as districts that have unique cultural tourism potential of Minang that is still awake, and can provide income for the surrounding community.

Key words : South Solok District, Culture, Minang, Promotion, Tourism.

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	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR DIAGRAM	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB 1 : PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup	2
1.3 Tujuan Perancangan	2
1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	3
1.5 Skema Perancangan	4
BAB 2 : LANDASAN TEORI	5
2.1 Pariwisata	5
2.1.1 Jenis Pariwisata	5
2.1.2 Wisatawan	7
2.1.3 Destinasi Wisata	7
2.2 Promosi	8
2.1.1 Tujuan Promosi	9
2.1.2 Promosi Wisata	10
2.3 Budaya	10
2.3.1 Unsur-unsur Budaya	10
2.3.2 Ciri-ciri Budaya	12
2.4 Videografi	12

BAB III : DATA DAN ANALISIS MASALAH	13
3.1 Data dan fakta	13
3.1.1 Lembaga atau lembaga terkait	14
3.1.2 Data gejala atau fenomena yang terjadi	23
3.1.3 Tinjauan terhadap proyek sejenis.....	33
3.2 Analisis terhadap permasalahan berdasarkan data dan fakta.....	34
3.2.1 <i>Segmenting, Targetting, Positioning</i>	34
3.2.2 SWOT	35
BAB IV : PEMECAHAN MASALAH.....	37
4.1 Konsep komunikasi.....	37
4.2 Konsep kreatif.....	38
4.2.1 Konsep visual.....	38
4.2.2 Typografi.....	38
4.2.3 Warna.....	38
4.3 Konsep media.....	39
4.4 Hasil karya	43
4.4.1 <i>Budgeting</i>	53
BAB V : PENUTUP	54
5.1 Kesimpulan	54
5.2 Saran	55
DAFTAR PUSTAKA	xiv

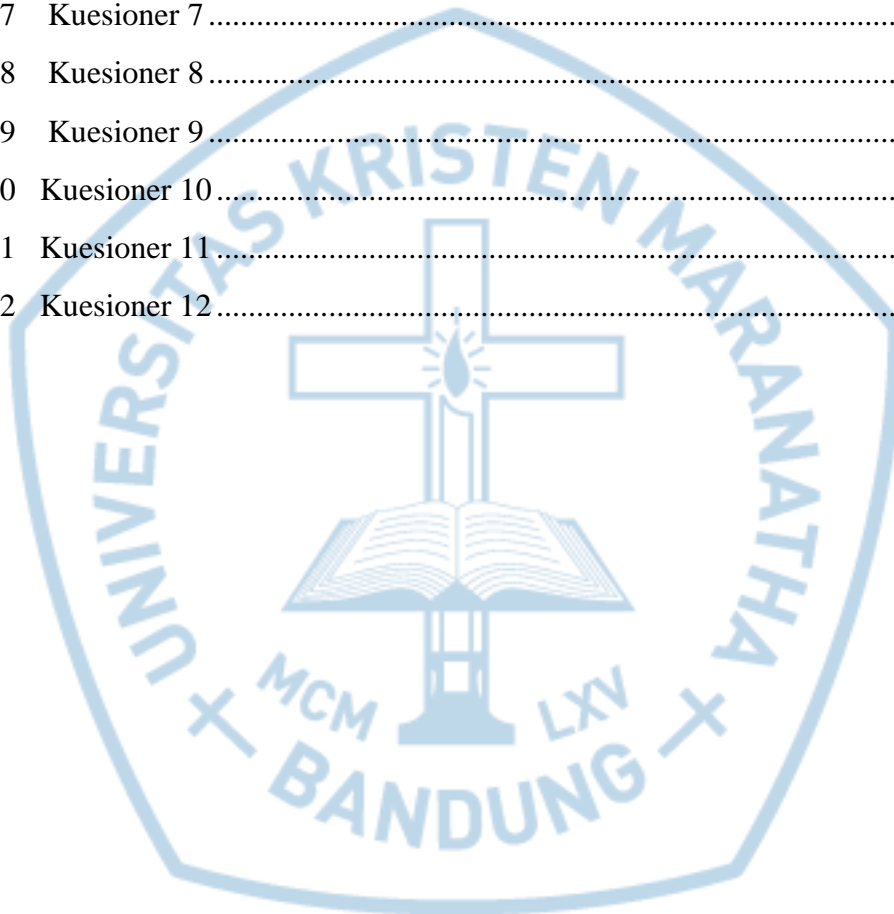
DAFTAR TABEL

Tabel 4.2	Timeline Promosi	42
Tabel 4.23	Budgeting.....	53



DAFTAR DIAGRAM

Diagram 3.1	Kuesioner 1	24
Diagram 3.2	Kuesioner 2	24
Diagram 3.3	Kuesioner 3	25
Diagram 3.4	Kuesioner 4	25
Diagram 3.5	Kuesioner 5	25
Diagram 3.6	Kuesioner 6	26
Diagram 3.7	Kuesioner 7	26
Diagram 3.8	Kuesioner 8	26
Diagram 3.9	Kuesioner 9	27
Diagram 4.0	Kuesioner 10	27
Diagram 4.1	Kuesioner 11	28
Diagram 4.2	Kuesioner 12	29



DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1	Perkampungan adat nagari 1000 rumah gadang	13
Gambar 3.2	Pertunjukan seni budaya Randai	14
Gambar 3.3	Logo Dinas Kabupaten Solok Selatan	14
Gambar 3.4	Logo Kementerian Pariwisata Republik Indonesia	19
Gambar 3.5	Logo Bank BNI.....	21
Gambar 3.6	Logo maskapai penerbangan Garuda Indonesia	22
Gambar 3.7	Poster <i>Dieng Culture Festival</i>	34
Gambar 4.1	<i>Konsep warna</i>	39
Gambar 4.3	Video utama <i>Youtube</i>	43
Gambar 4.4	Media sosial Facebook <i>Awareness</i>	43
Gambar 4.5	Media sosial Facebook <i>Informing</i>	44
Gambar 4.6	Media sosial Instagram <i>Awareness</i>	44
Gambar 4.7	Media sosial Instagram <i>Awareness</i>	45
Gambar 4.8	Media sosial Instagram <i>Informing</i>	45
Gambar 4.9	Billboard <i>Informing</i>	46
Gambar 4.10	<i>Neon box Awareness</i>	46
Gambar 4.11	<i>Neon Box Informing</i>	47
Gambar 4.12	Katalog wisata <i>Informing</i>	47
Gambar 4.13	Katalog wisata.....	48
Gambar 4.14	Katalog wisata.....	48
Gambar 4.15	<i>Website mandatory Informing</i>	49
Gambar 4.16	<i>Traffic Advertising</i>	49
Gambar 4.17	Koran lokal.....	50
Gambar 4.18	Koran lokal.....	50
Gambar 4.19	<i>Pop-up advertising Awareness</i>	51
Gambar 4.20	<i>Pop-up advertising Informing</i>	51
Gambar 4.21	Gimmick Totebag	51
Gambar 4.22	Gimmick postcard.....	52