

ABSTRAK

PERANCANGAN MEDIA PROMOSI WISATA KOTA PAGAR ALAM, SUMATERA SELATAN

Oleh
Emmanuelle Grady Leonardus
NRP 1564036

Pagar Alam merupakan sebuah kota yang terletak di Provinsi Sumatera Selatan dan merupakan pemekaran dari kabupaten Lahat memiliki banyak objek wisata menarik yang belum banyak diketahui masyarakat. Pagar Alam memiliki pemandangan alam yang indah dan sejumlah peninggalan purbakala sebagai objek wisata sejarah. Beberapa objek wisata alam yang populer adalah Gunung Dempo Pagar Alam yang merupakan puncak tertinggi Sumatera Selatan, kawasan perkebunan teh, Tugu Rimau, pendakian puncak Gunung Dempo, Tangga 2001, dan air terjun Lematang Indah. Adapun rumah adat Besemah, Situs Tegur Wangi, cagar budaya batu penyumpahan, Situs Megalitik Tanjung Aro, dan Makam Puyang Serunting Sakti sebagai objek wisata budayanya. Metode penelitian yang digunakan dalam promosi ini adalah mengumpulkan data-data dengan melakukan survei langsung ke lapangan, wawancara dengan pihak terkait, yaitu Dinas Pariwisata Kota Pagar Alam, dan membagikan kuesioner kepada khalayak sasaran secara daring. Data yang telah didapatkan kemudian diolah dan hasilnya akan digunakan untuk merancang konsep komunikasi, konsep kreatif, dan media. Khalayak sasaran yang menjadi target promosi adalah anak-anak muda yang senang berpetualang, menikmati wisata alam dan wisata budaya, serta aktif dalam menggunakan media sosial. Maka dari itu, media utama yang digunakan adalah *website* dan *Instagram*, kemudian ada juga beberapa media pendukung yaitu *event*, *banner* dan *X-Banner*, dan *merchandise*. Media yang dibuat menggunakan visual yang minimalis dan modern yang cocok untuk anak muda, dan juga menggunakan Bahasa Indonesia yang tidak baku agar lebih mudah untuk menjangkau khalayak sasaran. Dengan perancangan ini, diharapkan khalayak sasaran lebih merasa tertarik untuk datang dan menikmati wisata alam sekaligus wisata budaya yang ada di Kota Pagar Alam.

Kata Kunci: Wisata Pagar Alam, Alam, Budaya, Promosi Media DKV

ABSTRACT

PERANCANGAN MEDIA PROMOSI WISATA KOTA PAGAR ALAM, SUMATERA SELATAN

Submitten by
Emmanuelle Grady Leonardus
NRP 1564036

Pagar Alam, a city located in South Sumatera Province and is an expansion of Lahat district has many interesting tourist attraction that not much known to the public. Pagar Alam has beautiful landscape and some ancient relics as historical tourist attraction. Some popular nature attractions are Dempo Mountain that known as tallest peak of South Sumatera, tea plantation area, Rimau Monument, Dempo Mountain peak, 2001 stairs, and Lematang Indah Waterfall. There is also Besemah's traditional house, Tegur Wangi Site, oath stone cultural heritage, Tanjung AroMegalithic Site, and Puyang Serunting Sakti's Tomb as cultural attractions. The research method used in this promotion is collecting data by survey to location, interview with related part, such is Pagar Alam City Government Tourism Office, and distribute questionnaires to target audiences online. The data that collected will be processed and the results will be used to make communication concept, creative concept, and medias. The target audiences is young adults that love adventure, enjoying nature and culture, also active in social media. Therefore, main medias are website and Instagram, there are some support medias such as event, banner, X-Banner, and merchandise. Created medias using minimalist and modern visual that suitable for young adults, and using daily Indonesian language to reach target audiences easily. With this design, target audiences are expected to feel more interested to come and enjoy nature and culture in Pagar Alam.

Keywords: Pagar Alam Tour, Nature, Culture, DKV Media Promotion

DAFTAR ISI

COVER.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS HASIL KARYA PRIBADI.....	iv
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN TUGAS AKHIR.....	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK.....	viii
ABSTRACT.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR DIAGRAM	xvi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup.....	2
1.3 Tujuan Perancangan.....	2
1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	2
1.4.1 Data Primer	2
1.4.2 Data Sekunder.....	3
1.5 Skema Perancangan	4
BAB II.....	5
LANDASAN TEORI.....	5
2.1 Teori Promosi.....	5
2.1.1 Tujuan Promosi.....	5
2.1.2 Jenis-Jenis Promosi.....	6
2.2 Media Promosi	7

2.2.1 Jenis Media	8
2.3 Teori AISAS	8
2.4 Analisis STP.....	10
2.4.1 <i>Market Segmentasi</i>	10
2.4.2 <i>Market Targeting</i>	11
2.4.3 <i>Market Positioning</i>	12
2.5 Teori Fotografi	12
2.5.1 <i>Landscape Photography</i>	13
2.6 Teori Tipografi.....	14
2.7 Psikologi Warna.....	15
2.8 Teori Layout.....	15
BAB III	17
DATA DAN ANALISIS MASALAH.....	17
3.1 Lembaga Terkait dan Fenomena.....	17
3.1.1 Perusahaan dan Lembaga Terkait Sebagai Mandatori.....	17
3.1.2 Fenomena.....	18
3.2 Data dan Fakta	19
3.2.1 Hasil Observasi Lapangan	19
3.2.2 Hasil Wawancara Dengan Narasumber	30
3.2.3 Hasil Data Kuesioner	30
3.3 Analisis Terhadap Permasalahan Berdasarkan Data dan Fakta	35
3.3.1 Analisis SWOT dari Kota Pagar Alam	35
3.3.2 Analisis STP.....	36
BAB IV	38
PEMECAHAN MASALAH.....	38
4.1 Konsep Komunikasi.....	38
4.2 Konsep Kreatif	38

4.2.1 Konsep Visual	38
4.3 Konsep Media	40
4.3.1 Jenis Media Utama.....	41
4.3.2 Jenis Media Pendukung	41
4.3.3 <i>Timeline</i> Promosi	41
4.4 Hasil Karya	44
4.4.1 <i>Website</i>	44
4.4.2 <i>Banner dan X Banner</i>	45
4.4.3 <i>Instagram</i>	47
4.4.4 <i>Merchandise</i>	54
4.4.5 <i>Billboard</i>	55
4.4.6 <i>Booth Event</i>	56
4.4.7 <i>Three Fold Brochure</i>	57
4.5 <i>Budgeting</i> Promosi.....	58
BAB V	59
PENUTUP.....	59
5.1 Simpulan	59
5.2 Saran	59
DAFTAR PUSTAKA	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Skema Perancangan	4
Gambar 2.1 Model AISAS.....	9
Gambar 2.2 <i>Landscape Photography</i>	13
Gambar 2.3 <i>Font Script Ballano</i>	15
Gambar 3.1 Logo Dinas Pariwisata Pagar Alam	17
Gambar 3.2 Platform Media Sosial Paling Aktif Tahun 2020.....	18
Gambar 3.3 Kawasan Perkebunan Teh.....	20
Gambar 3.4 Tugu Rimau.....	21
Gambar 3.5 Tangga 2001.....	22
Gambar 3.6 Pendakian Gunung Dempo	23
Gambar 3.7 Rumah Adat Besemah.....	24
Gambar 3.8 Air Terjun Lematang Indah.....	25
Gambar 3.9 Situs Tegur Wangi	26
Gambar 3.10 Cagar Budaya Batu Penyumpahan.....	27
Gambar 3.11 Situs Megalitik Tanjung Aro.....	28
Gambar 3.12 Makam Pendekar Serunting Sakti.....	29
Gambar 4.1 Warna	40
Gambar 4.2 <i>Website</i>	44
Gambar 4.3 <i>Website</i>	44
Gambar 4.4 <i>Website</i>	45
Gambar 4.5 <i>Banner</i>	45
Gambar 4.6 <i>X-Banner</i>	46
Gambar 4.7 <i>Feeds Instagram</i>	47
Gambar 4.8 <i>Feeds Instagram</i>	47

Gambar 4.9 <i>Feeds Instagram</i>	48
Gambar 4.10 <i>Feeds Instagram</i>	48
Gambar 4.11 <i>Feeds Instagram</i>	49
Gambar 4.12 <i>Feeds Instagram</i>	49
Gambar 4.13 <i>Feeds Instagram</i>	50
Gambar 4.14 <i>Feeds Instagram</i>	50
Gambar 4.15 <i>Feeds Instagram</i>	51
Gambar 4.16 <i>Feeds Instagram</i>	51
Gambar 4.17 <i>Feeds Instagram</i>	52
Gambar 4.18 <i>Feeds Instagram</i>	52
Gambar 4.19 <i>Feeds Instagram</i>	53
Gambar 4.20 <i>Merchandise</i>	54
Gambar 4.21 <i>Billboard</i>	55
Gambar 4.22 <i>Booth Event</i>	56
Gambar 4.23 <i>Tri Fold Brochure</i>	57
Gambar 4.24 <i>Tri Fold Brochure</i>	57

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Data Kunjungan Wisatawan Nusantara	19
Tabel 3.2 Data Kunjungan Wisatawan Mancanegara.....	19
Tabel 4.1 <i>Timeline</i> Promosi	42
Tabel 4.2 <i>Budgeting</i> Promosi.....	58

DAFTAR DIAGRAM

Diagram 3.1 Jenis Kelamin Responden	31
Diagram 3.2 Usia Responden	31
Diagram 3.3 Tempat Tinggal Responden	32
Diagram 3.4 Pekerjaan Responden	33
Diagram 3.5 Pengetahuan Responden Mengenai Kota Pagar Alam.....	33
Diagram 3.6 Pengetahuan Responden Mengenai Tempat Wisata di Pagar Alam.....	34
Diagram 3.7 Pentingnya Responden Melestarikan Wisata Alam dan Wisata Budaya.....	35