

ABSTRAK

PERANCANGAN MEDIA PROMOSI UNTUK TEMPAT WISATA YANG BERADA DI TARUTUNG SUMATERA UTARA

Oleh

Olan Hendri Michael Sitompul

1664049

Tarutung adalah sebuah kota yang terletak di Tapanuli Utara yang memiliki banyak tempat-tempat wisata yang tidak kalah menarik dengan tempat-tempat lainnya. Beberapa tempat wisata yang terkenal di Tarutung adalah tempat Pemandian Air Soda, tempat wisata rohani Salib Kasih, dan tempat pemandian air panas Sipoholon. Selain memiliki keindahan alam, kita juga bisa dapat pengalaman baru jika datang ketempat-tempat wisata tersebut. Contohnya tempat pemandian air soda hanya terdapat 2 saja di dunia ini, yang pertama di Venezuela dan yang kedua di Indonesia. Lalu tempat wisata rohani Salin Kasih juga memiliki monument salib yang besar dan terdapat tempat untuk kita bisa beribadah *outdoor*. Di Tarutung terkenal dengan cuacanya yang dingin, makanya disana terdapat banyak tempat pemandian air panas. Salah satunya air panas Sipoholon. Sumber air pemandian tersebut berasal dari Gunung Martimbang yang mengandung belerang. Namun masih banyak masyarakat Indonesia yang tidak mengetahui tempat-tempat wisata tersebut. Media promosi dibutuhkan untuk mempromosikan tempat-tempat wisata yang ada di Tarutung. Media promosi ini dibuat agar masyarakat lebih mengenal tempat-tempat wisata yang ada di Indonesia, salah satunya di Tarutung.

Kata kunci : Adat; Tarutung; Wisata

ABSTRACT
DESIGN OF TOURISM PLACE PROMOTION MEDIA IN
TARUTUNG NORTH SUMATRA

By
Olan Hendri Michael Sitompul

1664049

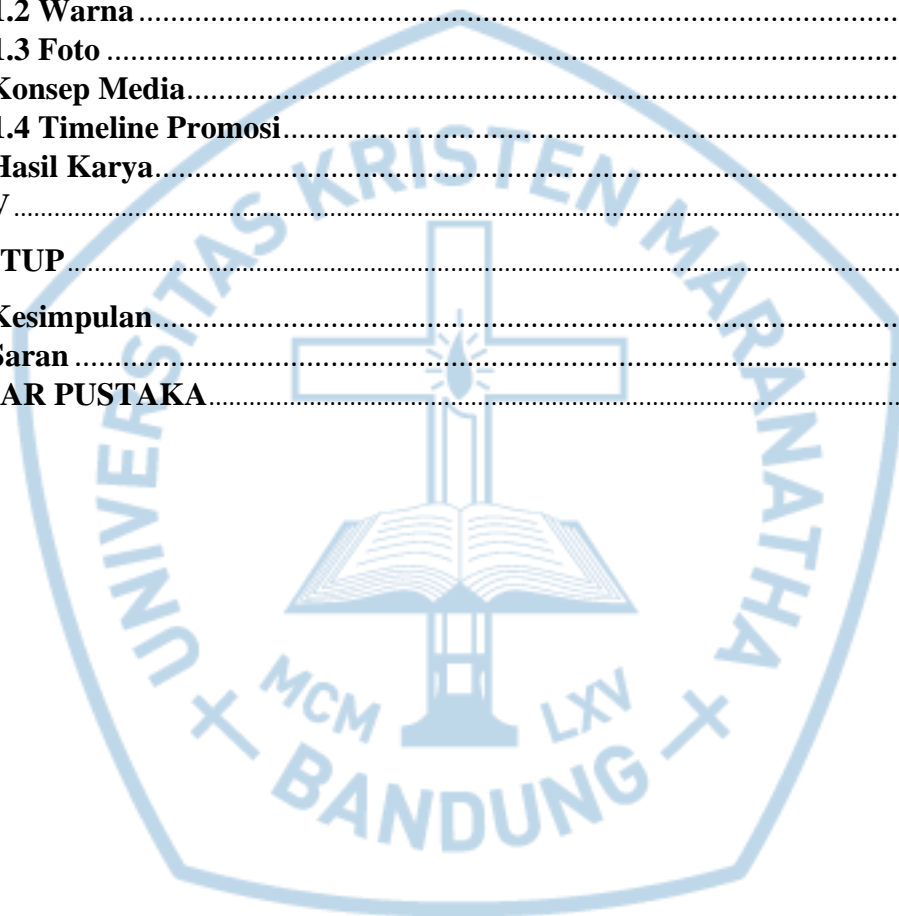
Tarutung is a city located in North Tapanuli which has many tourist attractions that are no less attractive than other places. Some of the famous tourist attractions in Tarutung are the Soda Water Baths, the Spiritual Cross of Love, and the Sipoholon hot springs. In addition to having natural beauty, we can also get new experiences if we come to these tourist attractions. For example, there are only 2 soda water baths in the world, the first in Venezuela and the second in Indonesia. Then the Salin Kasih spiritual tourist spot also has a large cross monument and there is a place for us to worship outdoors. Tarutung is famous for its cold weather, so there are many hot springs. One of them is Sipoholon hot water. The source of the bathing water comes from Mount Marimbang which contains sulfur. But there are still many Indonesian people who do not know these tourist attractions. Promotional media is needed to promote tourist attractions in Tarutung. This promotional media is made so that people are more familiar with tourist attractions in Indonesia, one of which is in Tarutung.

Keywords: Custom; Tarutung; Travel

DAFTAR ISI

| | |
|---|-----|
| LEMBAR PENGESAHAN | i |
| PERNYATAAN ORISINALITAS HASIL KARYA PRIBADI | ii |
| PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN TUGAS AKHIR | iii |
| KATA PENGANTAR | iv |
| ABSTRAK | vi |
| ABSTRACT | vii |
| BAB I | 1 |
| 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 |
| 1.4.1 Data primer | 4 |
| 1.4.2 Data Sekunder | 4 |
| 1.5 Skema Perancangan | 5 |
| BAB II | 6 |
| LANDASAN TEORI | 6 |
| 2.1 Teori Makro | 6 |
| 2.1.1 Pengertian Promosi | 6 |
| 2.1.2 Tujuan Promosi | 6 |
| 2.1.3 Bauran Promosi | 7 |
| 2.1.4 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pelaksanaan Promosi | 9 |
| 2.1.5 Tahapan Promosi (AISAS) | 10 |
| 2.2 Teori Mikro | 10 |
| 2.2.1 <i>Layout</i> | 10 |
| 2.2.2 <i>Tipografi</i> | 16 |
| 2.2.3 <i>Ilustrasi</i> | 18 |
| 2.2.5 <i>Teori Fotografi Landscape</i> | 19 |
| 2.2.6 <i>Teori Media Sosial</i> | 22 |
| BAB III | 26 |
| DATA DAN ANALISIS MASALAH | 26 |
| 3.1 Data dan Fakta | 26 |
| 3.1.1 Perusahaan/Lembaga Terkait | 26 |
| 3.1.2 Tempat Wisata yang Menarik di Tapanuli Utara | 26 |
| 3.1.3 Tinjauan Terhadap Projek Sejenis | 36 |
| 3.2 Analisis terhadap Permasalahan Berdasarkan Data dan Fakta | 37 |
| 3.2.1 Analisis SWOT dari Pemandian Air Soda | 37 |

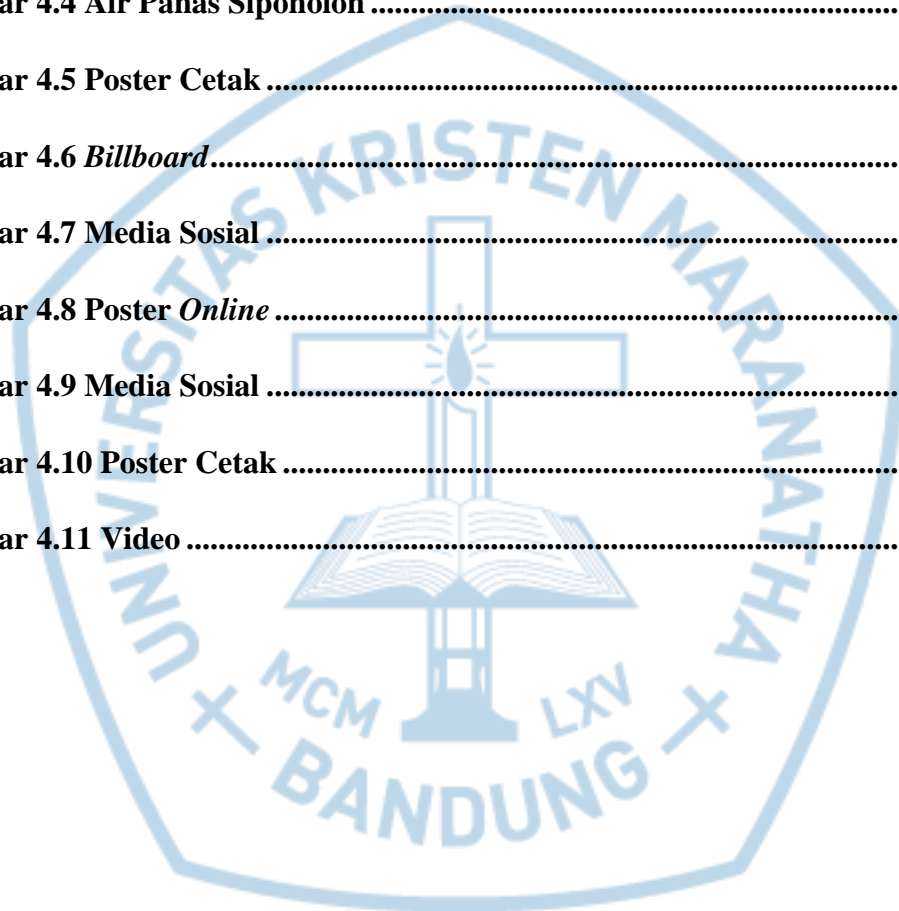
| | |
|--|----|
| 3.2.2 Analisis SWOT dari Tempat Wisata Salib Kasih | 38 |
| 3.2.3 Analisis SWOT dari Tempat Pemandian Air Panas Sipoholon..... | 39 |
| 3.2.4 Analisis SWOT dari Media | 39 |
| 3.2.5 Analisis STP (Segmenting, Targeting, Positioning) | 40 |
| BAB IV | 42 |
| PEMECAHAN MASALAH | 42 |
| 4.1 Konsep Komunikasi..... | 42 |
| 4.2 Konsep Kreatif | 43 |
| 4.1.1 Typografi | 43 |
| 4.1.2 Warna | 44 |
| 4.1.3 Foto | 45 |
| 4.3 Konsep Media..... | 47 |
| 4.1.4 Timeline Promosi..... | 48 |
| 4.4 Hasil Karya..... | 49 |
| BAB V | 57 |
| PENUTUP | 57 |
| 5.1 Kesimpulan..... | 57 |
| 5.2 Saran | 58 |
| DAFTAR PUSTAKA | 59 |



DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 1.1 Skema Perancangan | 5 |
| Gambar 2.1 Contoh Mondiran <i>layout</i> | 11 |
| Gambar 2.2 Contoh <i>Axial layout</i> | 12 |
| Gambar 2.3 Contoh <i>Frame layout</i> | 13 |
| Gambar 2.4 Contoh <i>Picture Window layout</i> | 14 |
| Gambar 2.5 Contoh <i>Big Type layout</i> | 15 |
| Gambar 2.6 Contoh <i>Silhouette layout</i> | 15 |
| Gambar 2.7 Contoh <i>Circus layout</i> | 16 |
| Gambar 2.1 Contoh foto <i>landscape</i> | 20 |
| Gambar 2.2 Contoh foto <i>seascape</i> | 21 |
| Gambar 2.3 Contoh foto <i>skyscape</i> | 21 |
| Gambar 2.4 Contoh foto <i>cityscape</i> | 22 |
| Gambar 2.1 Contoh tampilan aplikasi Instagram | 23 |
| Gambar 2.2 Contoh tampilan <i>website</i> Youtube..... | 24 |
| Gambar 2.3 Contoh tampilan aplikasi Twitter | 25 |
| Gambar 2.4 Contoh tampilan <i>website</i> Facebook..... | 25 |
| Gambar 3.1 Logo Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Prov, Sumut..... | 26 |
| Gambar 3.2 Tempat pemandian air soda | 27 |
| Gambar 3.3 Tempat wisata rohani Salib Kasih | 28 |
| Gambar 3.4 Tempat pemandian air panas Sipoholon..... | 29 |

| | |
|---|----|
| Gambar 3.1 Instagram tempat pemandian air panas Graciaspa..... | 36 |
| Gambar 3.2 Foto promosi tempat pemandian air panas Graciaspa..... | 37 |
| Gambar 4.1 Warna pada media promosi | 44 |
| Gambar 4.2 Salib Kasih..... | 45 |
| Gambar 4.3 Pemandian Air Soda..... | 46 |
| Gambar 4.4 Air Panas Sipoholon | 46 |
| Gambar 4.5 Poster Cetak | 49 |
| Gambar 4.6 <i>Billboard</i> | 50 |
| Gambar 4.7 Media Sosial | 51 |
| Gambar 4.8 Poster <i>Online</i> | 52 |
| Gambar 4.9 Media Sosial | 53 |
| Gambar 4.10 Poster Cetak | 54 |
| Gambar 4.11 Video | 55 |



DAFTAR TABEL

| | |
|----------------|----|
| Table 4.1..... | 48 |
| Table 4.2..... | 56 |



DAFTAR DIAGRAM

| | |
|---|-----------|
| Diagram 3.1 Usia Responden | 30 |
| Diagram 3.2 Jenis Kelamin Responden | 31 |
| Diagram 3.3 Pekerjaan Responden | 31 |
| Diagram 3.4 Pernah atau tidak responden ke Tapanuli Utara | 32 |
| Diagram 3.5 Tahu atau tidak responden bahwa di Tapanuli Utara terdapat tempat wisata..... | 32 |
| Diagram 3.6 Tahu atau tidak responden bahwa di Tapanuli Utara terdapat pemandian air soda..... | 33 |
| Diagram 3.7 Tertarik atau tidak responden untuk datang ke pemandian air soda..... | 33 |
| Diagram 3.8 Tahu atau tidak responden bahwa di Tapanuli Utara terdapat Salib Kasih..... | 34 |
| Diagram 3.9 Tertarik atau tidak responden untuk datang ke Salib Kasih..... | 34 |
| Diagram 3.10 Tahu atau tidak responden bahwa di Tapanuli Utara terdapat air panas Sipoholon..... | 35 |
| Diagram 3.11 Tertarik atau tidak responden untuk datang ke air panas Sipoholon..... | 35 |
| Diagram 3.12 Media sosial yang digunakan oleh responden..... | 36 |