

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
HALAMAN PERNYATAAN	vi
HALAMAN UCAPAN TERIMA KASIH	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR BAGAN.....	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GRAFIK	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
GLOSARIUM.....	xvi
INTI SARI	xxi
ABSTRAK	xix
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Penciptaan	7
C. Tujuan Penciptaan dan Manfaat Penciptaan.....	7
D. Tinjauan Karya.....	9
E. Landasan Teori	13
F. Metode Penciptaan.....	34
BAB II KONSEP DAN PROSES PENCIPTAAN	
A. Konsep Penciptaan	57
B. Proses Penciptaan	67
BAB III KARYA DAN ANALISIS KARYA	
Hasil Karya dan Analisis Karya	75
BAB IV PENUTUP	
A. Kesimpulan	87
B. Saran	88
DAFTAR PUSTAKA	89
LAMPIRAN	93

DAFTAR BAGAN

Bagan 01 Struktur Perancangan	52
Bagan 02 Brainstorming	58



DAFTAR TABEL

Tabel 01 Studi Tipografi	58
Tabel 02 Storyline	63



DAFTAR GRAFIK

Grafik 01 Kunjungan Wisatawan ke Istana Maimoon	6
Grafik 02 Usia Responden	40
Grafik 03 Jenis Kelamin Responden.....	41
Grafik 04 Pendapat <i>Traveling</i> Responden	41
Grafik 05 Pengalaman Kunjungan Responden Istana Maimoon	42
Grafik 06 Pengetahuan Responden Tentang Media Promosi	42
Grafik 07 Pendapat Responden Dari Mana Mengetahui Istana Maimoon	43
Grafik 08 Pendapat Responden Tentang Media Promosi Istana Maimoon	44
Grafik 09 Pendapat Tentang Perlunya Media Promosi Istana Maimoon.....	45



DAFTAR GAMBAR

Gambar 01 <i>Brosur</i> Wisata Istana Maimoon.....	3
Gambar 02 <i>Media Social</i> Istana Maimoon	3
Gambar 03 Postingan <i>Media social</i>	4
Gambar 04 Wisata Budaya Melayu Deli - Istana Maimoon	10
Gambar 05 Medan, kota besar yang sarat akan keberagaman	12
Gambar 06 Harmoni Sumatera Utara.....	13
Gambar 07 RGB (<i>Red Green Blue</i>)	20
Gambar 08 CMYK (<i>Cyan, Magenta, Yellow, and Black</i>)	21
Gambar 09 Istana Maimoon.....	29
Gambar 10 Istana Maimoon di Malam Hari	30
Gambar 11 <i>Motif Lantai</i> Istana Maimoon	30
Gambar 12 Bagian dalam dan langit-langit Istana Maimoon	31
Gambar 13 Meriam Puntung.....	32
Gambar 14 Dendang Melayu Deli	33
Gambar 15 Observasi langsung ke Istana Maimoon.....	37
Gambar 16 Observasi langsung ke Istana Maimoon.....	38
Gambar 17 Wawancara Tengku Muhamad Dicky Kabid IT dan Promosi	39
Gambar 18 Wawancara Bapak Rahmad Haffifuddin Pemandu Wisata.....	39
Gambar 19 Penyajian Karya	56
Gambar 20 Warna Kuning	60
Gambar 21 Warna Hijau	61
Gambar 22 Warna Abu-abu	61
Gambar 23 Seketsa Storyboard.....	65
Gambar 24 Alat yang di gunakan.....	66
Gambar 25 Briefing tim	67
Gambar 26 Pengambilan video	68
Gambar 27 Editing video	68
Gambar 28 Pembuatan poster	69
Gambar 29 Pembuatan social media kontent	70

Gambar 30 Pembuatan X-banner	70
Gambar 31 Pembuatan <i>Brosur</i>	71
Gambar 32 Motif asset super grafik.....	72
Gambar 33 Pembuatan stiker	73
Gambar 34 Pembuatan tiket masuk.....	74
Gambar 35 Final Audio Visual	75
Gambar 36 Final Audio Visual	76
Gambar 37 Penerapan Teknik Trycking	76
Gambar 38 Penerapan Teknik Follow.....	77
Gambar 39 Penerapan Teknik Crab	77
Gambar 40 Final Poster A2.....	78
Gambar 41 <i>Contoh penerapan Poster A2</i>	79
Gambar 42 Contoh penerapan Sosial Media.....	79
Gambar 43 Final Sosial Media.....	80
Gambar 44 Final X-Banner.....	81
Gambar 45 Penerapan X-Banner	82
Gambar 46 Final Brosur.....	82
Gambar 47 Penerapan Brosur	83
Gambar 48 Final Stiker	84
Gambar 49 Penerapan Siker.....	85
Gambar 50 Final Ticket	85
Gambar 51 <i>Penerapan Ticket</i>	86

GLOSARIUM

Action	: adalah tindakan dari pengambilan keputusan.
Attention	: adalah perhatian.
Audience	: adalah sekelompok orang yang berpartisipasi dalam pertunjukan atau menemukan karya seni, sastra, teater, musik, video game, atau akademisi di media apa pun.
Background	: adalah sesuatu yang dapat berupa warna, corak, maupun media yang menjadi latar belakang suatu hal.
Balance	: adalah keseimbangan.
Brainstorming	: adalah sebuah teknik yang dilakukan untuk mendorong seseorang atau kelompok untuk merancang atau melahirkan gagasan-gagasan terkait suatu permasalahan sehingga menciptakan solusi baru.
Cinematic	: berasal dari kata cinema yang artinya adalah film.
Close up	: adalah teknik fotografi yang banyak digunakan untuk memotret manusia, gambar yang diambil yaitu dari ujung kepala hingga bahu.
Cmyk	: adalah model warna primer yang digunakan oleh printer warna. Jadi untuk pamflet, brosur, iklan, buletin, surat langsung, dll.
Deisre	: adalah keinginan.
Extreme closeup	: adalah Teknik mengambil gambar secara lebih terpusat pada satu bagian tertentu secara lebih detail.
Interest	: adalah ketertarikan.
Layout	: adalah tata letak, susunan, rancangan elemen desain yang akan ditempatkan dalam suatu bidang.
Longshot	: adalah teknik pengambilan gambar dengan area frame yang lebar, artinya selain objek utama background juga tertangkap oleh kamera dengan luas yang cukup besar.

Medium shot	: adalah sebuah teknik dalam pengambilan gambar dimana ruang pengambilannya sedikit lebih sempit dibandingkan teknik pengambilan long shoot.
Movie maker	: adalah suatu usaha menciptakan gambar-gambar menarik dengan disertai pergerakan camera sebagai perekam obyek dalam bidikan.
Moving camera	: adalah salah satu alat yang paling ekspresif untuk para filmmaker. Dengan pergerakan kamera, kamu dapat menciptakan alur suasana yang dramatik lewat pengaturan subjek yang masuk ke dalam frame.
Opportunities	: adalah peluang untuk berkembang.
Pan left	: adalah pergerakan obyek dari kanan ke kiri maka disebut.
Pan right	: adalah pergerakan obyek dari kiri ke kanan.
Recorder	: merupakan alat musik melodis yang sumber bunyinya berasal dari tekanan udara (aerophone) dan dimainkan dengan cara ditiup.
Rgb	: (Red, Green, Blue) adalah ruang warna khas yang digunakan oleh monitor komputer, ponsel, dan televisi. Dalam RGB, gambar dibuat dengan menggabungkan cahaya merah, hijau, dan biru.
Strength	: adalah keunggulan.
Threats	: adalah ancaman.
Tilt down	: adalah gerak kamera secara vertikal dari atas ke bawah.
Tilt up	: adalah gerak kamera secara vertikal dari bawah ke atas.
Tilt down	: adalah pergerakan dari atas ke bawah disebut.
Tilt-up	: adalah pergerakan dari bawah ke atas.
Time lapses	: merupakan salah satu teknik pengambilan video dan fotografi yang beraturan dalam satu tempat, tujuannya adalah untuk menggambarkan suatu keadaan atau proses pada satu dan beberapa objek.

- Trycking** : adalah gerak kamera secara vertikal dari atas ke bawah. Track adalah gerakan kamera mendekati atau menjauhi obyek.
- Weakness** : adalah kelemahan.
- X-banner** : adalah media promosi yang digunakan untuk menyampaikan informasi, berbentuk banner dengan konstruksi penyangga berbentuk “X” agar banner bisa berdiri sendiri.



ABSTRAK

Istana Maimoon menjadi tujuan wisata bukan hanya karena usianya yang tua, tetapi juga desain interior yang unik, Istana Maimoon memadukan unsur kebudayaan Melayu Deli, dengan gaya Islam, Spanyol, India, Belanda, dan Italia. Istana Maimoon juga merupakan salah satu dari 7 bangunan bersejarah di Indonesia dan telah dinobatkan sebagai bangunan terindah di kota Medan. Namun pengelola Istana Maimoon masih kurang efektif pada promosi sebagai wisata budata khususnya di Kota Medan. Maka dari itu diciptakanlah “Perancangan Media Promosi Objek Pariwisata Istana Maimoon Kesultanan Deli Kota Medan” dengan menggunakan Metode pengumpulan data berupa Observasi, Wawancara, dan Kuesioner Online serta Metode Analisis data yang di gunakan adalah Analisis SWOT dan AIDA dengan Target Audiens mencakup pada seluruh masyarakat diluar Sumatera Utara yang senang ber-traveling, serta menyukai hal-hal yang berbau kultur dan budaya. Hasil dari perancangan ini dalam bentuk Audio Visual dengan media pendukung berupa *Poster, Social Media, X-Banner, Beosur, Stiker, dan Ticket Design*.

Kata Kunci : Promosi, Budaya Melayu Deli, Istana Maimoon.

ABSTRACT

Maimoon Palace became a tourist destination not only because of its old age, but also a unique interior design, Istana Maimoon blending elements of Melayu Deli cultural tourism, with Islamic, Spanish, Indian, Dutch, and Italian styles. Maimoon Palace is also one of the seven historic buildings in Indonesia and has been named the most beautiful building in the city of Medan. But the manager of Maimoon Palace is still less effective in promotion as cultural tourism, especially in Medan city. That's why "Media design promotion of the Medan Deli Sultanate palace tourism object" created with the data collection methods used such as Observation, Interview, and Online Questionnaires. Data Analysis Methods used are SWOT and AIDA with Target Audience covering all communities outside North Sumatra who like to travel and cultural things. The final results of this design are in the form of audio visuals with supporting media such as Poster, Social Media, X-Banner, Beosur, Stiker, dan Ticket Design.

Keywords: Promotion, Deli Melayu Culture, Maimoon Palace.