

kepada khalayak lebih luas mengenai wisata unggulan Kabupaten Kuantan Singingi. Informasi yang dihadirkan sesuai dengan porsi kebutuhan bagi si pembaca informasi. Pada akhirnya pembaca tidak akan mengalami kebosanan atau jenuh karena kemasan informasi didesain semenarik mungkin sesuai kebutuhan.

6. Stiker

Stiker dirancang untuk kebutuhan buah tangan bagi pengunjung yang telah berkunjung ke Kuantan Singingi serta sebagai media promosi tidak langsung akan pengenalan wisata Kabupaten Kuantan Singingi. Pengaplikasian stiker dapat digunakan disemua lini media sesuai dengan keinginan kita sendiri. Penyebarannya bisa dilakukan di lokasi objek wisata ataupun di event-event yang terkait.

7. Baju Kaos

Baju dipergunakan untuk kebutuhan buah tangan atau oleh-oleh bagi wisatawan yang berkunjung ke Kabupaten Kuantan Singingi. Selain buah tangan baju juga dipergunakan sebagai daya tarik di beberapa kegiatan event seperti doorprize ataupun hadiah. Sehingga mampu menaikkan angka promosi ke khalayak lebih ramai.

8. Gelas

Setiap rumah saat ini memerlukan sebuah alat yaitu gelas untuk minum maupun pajangan. Maka penulis melihat peluang bahwasannya gelas bisa menjadi alternatif media promosi tak langsung serta kemanfaatan yang akan dipergunakan jangka panjang. selain itu gelas juga bisa menjadi buah tangan atau souvenir bagi wisatawan yang berkunjung ke Kabupaten Kuantan Singingi.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil riset dan analisis karya tulis perancangan media promosi wisata unggulan Kabupaten Kuantan Singingi, dengan media utama audio visual dengan konsep sinematik, permasalahan utamanya adalah kurang efektif dan komunikatif promosi yang dilakukan, sehingga salah satu dampaknya adalah sedikitnya jumlah wisatawan.

Penulis membutuhkan kebutuhan dalam hal desain untuk perancangan ini, kebutuhan desain dalam perancangan media promosi wisata unggulan Kabupaten Kuantan Singingi adalah, audio visual sebagai media utama untuk mengkomunikasikan pesan berupa keanekaragaman wisata, berdasarkan kebutuhan desain tersebut, kesimpulan untuk media berupa video yang bersifat promotional, video promosi merupakan media yang efektif untuk membuat publikasi tentang konten berupa audio visual. Adanya media promosi ini baik dalam bentuk online maupun offline akan menarik calon wisatawan untuk berkunjung ke Kabupaten Kuantan Singingi.

B. Saran

1. Untuk melakukan sebuah perancangan media promosi, perancang harus melakukan riset terlebih dahulu, agar efektivitas kerja dan pilihan media serta target audiens dalam komunikasi tercapai secara maksimal.
2. Dalam proses perancangan media promosi audio visual penting untuk menentukan konsep yang dipakai, memperhatikan susunan rencana kerja hingga disiplin kerja, serta waktu kerja.
3. Pengambilan gambar dan durasi harus diperhatikan lagi agar pesan yang

disampaikan menjadi efektif.

4. Dari perancangan media promosi wisata unggulan Kabupaten Kuantan Singingi diharapkan dapat membantu di bidang promosi. Menjadi acuan dalam mengidentifikasi dan memaksimalkan potensi wisata yang ada di Kabupaten Kuantan Singingi.



DAFTAR PUSTAKA

Sumber dari Buku :

- Adi, Kusrianto. 2007. *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Arsyad, Azhar. (2011). *Media Pembelajaran*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- A, Yoeti, Oka. (1996). *Pengertian Ilmu Pariwisata*. Angkasa, Bandung.
- Himawan, Pratista. 2008. *Memahami Film*. Yogyakarta: Homerian Pustaka.
- Nirmana. 2010. *Elemen-Elemen Seni dan Desain*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Pujiriyanto. 2005. *Desain Grafis Komputer (Teori Grafis Komputer)*. Yogyakarta: ANDI.
- Rohani, Ahmad. 1997. *Media Instruksional Edukatif*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Sihombing, Danton. 2009. *Tipografi dalam Desain Grafis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Stockman, Steve. 2014. *How To Shoot Video That Doesn't Stuck*. New York: Workman Publishing Company.
- Supriyono, Rakhmat. 2010. *Desain komunikasi visual, teori, dan aplikasi*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandi. 1997. *Strategi Pemasaran*. Edisi Kedua. Yogyakarta: Andi

Sumber dari jurnal :

- Kamus Webster. (1996). Beberapa Hal Tentang Pariwisata dan Definisinya.
- Maimunah, M., Sunarya & Larasati. (2012). Media Company Profile Sebagai Sarana Penunjang Informasi dan Promosi. *Creative Communication and Innovative Technology Journal*, 5(3), 281-301
- Nuriddin. (2008). Audio-visual tidak murni ini sering disebut juga dengan audio visual diam plus suara yaitu media yang menampilkan suara dan gambar diam.
- Save M. Dagun. (2006). Visual adalah hal-hal yang berkaitan dengan penglihatan;dihasilkan atau terjadi sebagai gambaran dalam ingatan.

Sumber dari Internet

1. <https://www.neliti.com/publications/314434/sistem-informasi-kebudayaan-seni-dan-objek-wisata-pada-kab-kuantan-singingi> di akses pada tanggal 20 februari 2023.
2. <https://www.idntimes.com/food/diet/sinta-listiyana-2/makanan-khas-kuantan-singingi-c1c2?page=all> di akses pada tanggal 20 februari 2023.
3. <https://kuansing.go.id/id/page/pariwisata.html> di akses pada tanggal 20 februari 2023.

<http://kebudayaan.kemdikbud.go.id/bpnbkepri/konji-barayak-bubur-khas-kuantan-singingi/> di akses pada tanggal 20 februari 2023.

