

ABSTRAK

Desa Wisata Simarasok merupakan sebuah desa yang memiliki potensi wisata alam yang sangat luar biasa. Desa wisata ini menawarkan wisata yang berupa atraksi wisata diantaranya susur goa Ngalau Nan Panjang, mendaki Puncak Bukik Karang, Pemandian Batu Putiah, arung jeram Sungai Batang Agam. Namun pengelola dari desa wisata ini belum memiliki sumber daya manusia untuk melakukan promosi. Media promosi sendiri sangat berguna karena dapat mengubah sudut pandang maupun tingkah laku seseorang terhadap suatu tempat, barang ataupun jasa. Kegiatan promosi juga dapat mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan. Mengatasi hal tersebut perlu dilakukan perancangan media promosi Desa Wisata Simarasok yang bertujuan untuk menarik wisatawan agar mengetahui keberadaan Desa Wisata Simarasok dengan potensi yang dimilikinya. Metode pengumpulan data berupa hasil dari observasi dengan mengumpulkan data dan informasi dan wawancara. Dalam perancangan media promosi ini dilakukan analisis dengan menggunakan metode analisis SWOT dan AISAS. Proses perancangan media promosi dimulai dari mengumpulkan data, melakukan riset, membuat konsep perancangan, *brainstorming*, warna, tipografi, proses sebelum produksi sampai final audiovisual. Hasil dari perancangan ini dalam bentuk media utama *Audio Visual* dan media pendukung diantaranya *teaser*, poster, *banner*, brosur, *social media*, dan *merchandise*. Diharapkan kedepannya Desa Wisata Simarasok bisa dikenal dan di ingat oleh wisatawan maupun masyarakat luas.

Kata Kunci : Atraksi Wisata, Desa Wisata Simarasok, Media Promosi.



ABSTRACT

Simarasok Tourism Village is a village that has extraordinary natural tourism potential. This tourist village offers tours in the form of tourist attractions including walking along the Ngalau Nan Panjang cave, climbing the Bukik Karang Peak, Batu Putiah Baths, rafting on the Batang Agam River. However, the management of this tourist village does not yet have the human resources to carry out promotions. Media promotion itself is very useful because it can change a person's point of view and behavior towards a place, goods or services. Promotional activities can also influence consumers to make purchases of the products offered. Overcoming this, it is necessary to design promotional media for the Simarasok Tourism Village which aims to attract tourists to know about the existence of the Simarasok Tourism Village with its potential. Methods of data collection in the form of results from observations by collecting data and information and interviews. In designing promotional media, an analysis was carried out using the SWOT and AISAS analysis methods. The process of designing promotional media starts from collecting data, conducting research, making design concepts, *brainstorming*, color, typography, processing before production to the final audiovisual. The results of this design are in the form of Audio Visual main media and supporting media including teasers, posters, banners, brochures, social media, and merchandise. It is hoped that in the future the Simarasok Tourism Village will be known and remembered by tourists and the wider community.

Keywords : Tourist Attractions, Simarasok Tourism Village, Media Promotion.



DAFTAR ISI

PERANCANGAN MEDIA PROMOSI DESA WISATA SIMARASOK KABUPATEN AGAM.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
SURAT PERNYATAAN.....	vi
UCAPAN TERIMA KASIH.....	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR BAGAN.....	xvi
GLOSARIUM	xvii
ABSTRAK	xix
ABSTRACT	xx
BAB I	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Dan Manfaat Penciptaan	5
1. Tujuan Penciptaan.....	5
2. Manfaat Penciptaan.....	5
D. Tinjauan Karya	7
1. A Visual Journey through Lombok	7
2. Promosi wisata Buleleng Banyumala Waterfall	9
3. Iklan Pariwisata Pasaman Barat-Wonderful West Pasaman	10
E. Landasan Teori	12
1. Media Promosi.....	12
2. Audio visual.....	16
3. Motion Graphic.....	22
4. Warna	24

5. Typografi	25
6. Layout.....	27
7. Ilustrasi	28
8. Desa Wisata	29
9. Desa Wisata Simarasok	31
F. Metode Penciptaan.....	37
1. Persiapan.....	37
2. Perancangan.....	49
3. Perwujudan	52
4. Penyajian Karya.....	54
BAB II	55
KONSEP DAN PROSES PERANCANGAN.....	55
Konsep Penciptaan	55
1. Konsep Verbal	55
2. Konsep Visual.....	55
Proses Penciptaan.....	56
1. Pra Produksi.....	56
2. Proses Produksi.....	71
3. Pasca Produksi	77
BAB III.....	80
HASIL DAN ANALISIS KARYA.....	80
Karya Audio Visual.....	80
1. Hasil Karya Audio Visual.....	80
a. Poster	82
b. Brosur	84
Analisa Karya	89
1. Audio Visual.....	89
2. Poster	90
3. Brosur	90

4. Feed Instagram	91
5. Logo.....	91
6. Banner	92
7. Merchandise.....	92
BAB IV.....	93
PENUTUP	93
A. Kesimpulan.....	93
B. Saran	94
DAFTAR PUSTAKA.....	95
A. Sumber dari Artikel dan Jurnal.....	95
B. Sumber dari Wawancara.....	97
LAMPIRAN	98
Lampiran 1.....	98
Lampiran 2.....	100
Lampiran 3.....	101
Lampiran 4.....	102
Lampiran 5.....	103
Lampiran 6.....	104
Lampiran 7.....	106