

**Perancangan Media Promosi Pariwisata Kota Solok
dalam Bentuk Media Cetak Baliho**

KARYA AKHIR

*Diajukan kepada Universitas Negeri Padang
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam
Menyelesaikan Program Sarjana Desain Komunikasi Visual*



Oleh:

**Sheanny Ocmi Sakti
03724 / 2008**

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
JURUSAN SENI RUPA
FAKULTAS BAHASA DAN SENI
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
2012**

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Karya Akhir

Perancangan Media Promosi Pariwisata Kota Solok dalam Bentuk Media Cetak Baliho

Nama : Sheanny Ocmi Sakti
Nim : 03724
Program studi : Desain Komunikasi Visual
Jurusan : Seni Rupa
Fakultas : Bahasa dan Seni

Padang, 25 Juli 2012

Disetujui oleh:

Dosen Pembimbing I



Ir. Drs. Heldi, M.Sn.
NIP. 19610722.199103.1.001

Dosen Pembimbing II



Dr. Yahya, M.Pd
NIP. 19640107.199001.1.001

Mengetahui:

Ketua Jurusan Seni Rupa FBS UNP Padang



Dr. Yahya, M.Pd
NIP. 19640107.199001.1.001

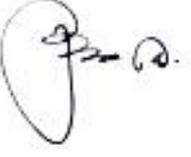
HALAMAN PENGESAHAN

Dinyatakan lulus setelah dipertahankan di depan Tim Penguji Karya Akhir
Jurusan Seni Rupa, Fakultas Bahasa Dan Seni
Universitas Negeri Padang

Judul : Perancangan Media Promosi Pariwisata Kota Solok dalam bentuk Media Cetak Baliho
Nama : Sheanny Ocmi Sakti
NIM : 03724
Program studi : Desain Komunikasi Visual
Jurusan : Seni Rupa
Fakultas : Bahasa dan Seni

Padang, Juli 2012

Tim Penguji:

	Nama/NIP	Tanda Tangan
1. Ketua	<u>Drs. M. Nasrul Kamal, M.Sn</u> 19630202.199303.1.002	1. 
2. Sekretaris	<u>Ishakawi, S.Pd., M.Ds</u> 19621115.198911.1001	2. 
3. Anggota	<u>Dra. Zubaidah, M.Sn</u> 19570425.198602.2.001	3. 

ABSTRAK

Sheanny Ocmi Sakti, 2008. Perancangan Media Promosi Pariwisata Kota Solok dalam Bentuk Media Cetak Baliho. Provinsi Sumatera Barat.

Kota Solok merupakan salah satu kota yang berada di Provinsi Sumatera Barat, Indonesia. Dengan lahan yang sangat strategis, karena terletak pada lintas antar Provinsi dan kabupaten/kota. Kota Solok juga disebut sebagai Kota Persinggahan, karena dari arah Selatan jalur lintas dari Propinsi Lampung, Provinsi Sumatera Selatan dan Propinsi Jambi, Kota ini merupakan titik persimpangan untuk menuju Kota Padang sebagai ibu kota Provinsi.

Kota Solok memiliki peran sentral di dalam menunjang perekonomian masyarakat, karena Kota Solok lebih dari setengah luasnya adalah area persawahan, maka mata pencaharian masyarakat Kota Solok pada umumnya berasal dari pertanian yang rata-rata setiap kepala keluarga memiliki beberapa petak sawah sebagai sumber kehidupan mereka adapun yang hanya sebagai buruh taninya. Sehingga Kota Solok dikenal sebagai Kota penghasil beras terbaik, Selain kualitas berasnya bagus banyak masyarakat yang mengkonsumsi beras Solok tidak hanya masyarakat dari dalam Kota saja tapi juga masyarakat dari luar KotaSolok. Hingga Kota Solok di juluki *Solok Kota Boleh* yang di patenkan menjadi *Ikon* Kota Solok saat ini oleh Pemerintah Daerah.

Keaslian budaya yang masih kental adalah potensi yang berpadu sebagai modal pengembangan pariwisata di daerah ini. Kota Solok juga memiliki obyek-obyek wisata alam yang tak kalah menarik misalnya Pulau Belibis dan Bumi Perkemahan Ampang Kualo, Pacuan Kuda Ampang Kualo, Taman Kota, *sports*, budaya, *transportasi tradisional* dan tempat-tempat sejarah lainnya. Begitu juga potensi pariwisata budaya seperti pesta rakyat, kesenian dan tradisi adat istiadat setempat, merupakan event-event yang menarik.

Tapi dalam pengembangan pariwisata tersebut masih sangat minim dalam komunikasi untuk memperkenalkan Kota Solok sebagai Kota Pariwisata, karena kurangnya media promosi dalam mempromosikan Kota Solok. Walaupun sudah ada media iklan tapi dari segi bentuk tampilan yang sudah ada belum mencerminkan identitas Kota Solok, kurangnya daya tarik dari iklan yang ditampilkan.

Maka dari permasalahan yang telah dikemukakan, untuk mempromosikan daerah wisata Kota Solok maka pilihan yang tepat sebagai media promosi adalah media cetak Baliho. Oleh sebab itu penulis mencoba membuat media promosi dalam bentuk media cetak bertujuan agar Pariwisata di Kota Solok ini bermanfaat bagi pengembangan tempat wisata, dan memajukan daerah.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT, Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, yang telah memberikan rahmat, taufik, karunia dan hidayahnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan karya akhir ini. Banyaknya hari yang terlalui, banyaknya waktu yang terlewati, dan banyaknya detik yang terlampui membuat penulis tau betapa sulitnya menyelesaikan karya akhir ini dengan baik, namun berkat dorongan keluarga dan teman-teman dekat, akhirnya penulisan dan pembuatan karya akhir ini yang berjudul **“Perancangan Media Promosi Pariwisata Kota Solok Dalam Media Cetak Baliho”** sampai juga kepada tahap kata pengantar yang sedang penulis tulis kali ini.

Penulis sangat menyadari, dalam pembuatan karya akhir ini masih ditemukan kendala seperti keterbatasan waktu, dana dan referensi, namun berkat bimbingan dan dorongan dari dosen pembimbing, keluarga, teman-teman, dan berbagai pihak, kendala itu dapat teratasi.

Oleh sebab itu pada kesempatan kali ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Ir. Drs. Heldi, M.Si. dan Bapak Dr. Yahya, M.Pd sebagai pembimbing I dan II yang telah banyak meluangkan waktu, tenaga dan pikirannya dalam membimbing penulisan karya akhir ini sejak awal sampai selesai.
2. Drs. M. Nasrul Kamal, M.Sn, selaku penguji yang telah memberikan saran-saran dalam penulisan sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan kharya akhir ini dengan benar.

3. Ishakawi. S.Pd, M.Ds yang telah banyak memberikan kritikan yang membangun bagi penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan karya akhir ini dan berupa saran yang bermanfaat bagi penulis sehingga penulis bisa memperbaiki laporan karya akhir ini.
4. Dra. Zubaidah A.M.Sn selaku dosen penguji yang memberikan saran-saran dalam karya akhir penulis sehingga menjadi acuan kedepan dalam pembuatan karya selanjutnya untuk penulis.
5. Dr. Yahya. M.Pd selaku ketua jurusan Seni Rupa Fakultas Bahasa dan Seni, yang juga sebagai dosen pembimbing II penulis yang telah banyak meluangkan waktu dan fikirannya sehingga dapat membimbing penullis hingga penulis bisa menyelesaikan laporan karya akhir ini.
6. Drs. Yusron Wikarya. M.Pd selaku Penasehat Akademik (PA) yang telah membimbing dan memberikan nasehat terkait dengan permasalahan akademik. Serta terimakasih atas kesempatan yang telah diberikan kepada penulis untuk hadir ditengah-tengah keluarga besar yang telah mendidik penulis sampai pada akhir penulis menyelesaikan perkuliahan, semua jasa dan kebaikan tidak akan pernah penulis lupakan semoga semuanya dibalas oleh Allah SWT.

7. Staf pengajar pada jurusan Seni Rupa Fakultas Bahasa dan Seni Universitas Negeri Padang yang telah memberi ilmu dan pengetahuannya kepada penulis.
8. Kepada ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual Drs. Syafwandi, M.Sn dan warga penghuni karpet merah yang telah memberi bantuan dan dorongan sehingga penulis bisa menyelesaikan karya akhir ini.
9. Kedua orang tua tercinta yang selalu mengiringi penulis dan memberikan do'a tulus, kasih sayang, dukungan, curahan air mata, pengorbanan disetiap langkah penulis, serta Om, Tante, Adik Kakak, dan sahabat hati Kred ank keda yang selalu memberikan dorongan dan semangat pada penulis dalam menyelesaikan kuliah.
10. Teman-teman BBB, yang membantu menguatkan hati ketika lelah dan bosan datang saat mengerjakan karya akhir ini.
11. Teman-teman seperjuangan 08 yang tidak dapat disebutkan satu persatu selanjutnya kepada senior 07,06, selanjutnya junior 09, 0, 10, 0, 11. Semoga Allah memberikan rahmat dan karunianya kepada kita semua. (Amin).
12. Serta semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah memberikan bantuan baik moril dan materil selama mengikuti kuliah.

Padang, Juli 2012

Penulis

DAFTAR ISI

PERSEMBAHAN	
HALAMAN PERSETUJUAN	
HALAMAN PENGESAHAN	
SURAT PERNYATAAN	
ABSTRAK	
KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah	6
C. Batasan Masalah.....	7
D. Rumusan Masalah	7
E. Orisinalitas	7
F. Tujuan Berkarya.....	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA	9
A. Kajian Praktis	9
1. Pariwisata	9
2. Proses Komunikasi	12
B. Tinjauan Teoritis	14
1. Desain Komunikasi Visual.....	14
2. Komputer Grafis.....	18
3. Promosi	26
C. Kerangka Konseptual	30
BAB III METODE PERANCANGAN	31
A. Metode Pengumpulan Data.....	31

1. Data Primer	31
2. Data Skunder	31
B. Metode Analisis Data	31
C. Pendekatan Kreatif	34
D. Media yang di Gunakan	34
1. Media Utama	34
2. Media Pendukung	35
E. Lokasi Penelitian	37
F. Jadwal kerja.....	40
BAB IV PERANCANGAN VISUAL.....	41
A. Teori Media.....	41
1. Media Utama.....	41
2. Media Pendukung	46
B. Program Kreatif.....	50
1. Pendekatan Verbal	50
2. Pendekatan Visual.....	51
C. Lay Out.....	57
1. Lay out Kasar	57
2. Lay Out Eksekusi	64
3. Lay Out Komprehensif.....	73
D. Final Desain	82
BAB V PENUTUP.....	87
A. Kesimpulan	87
B. Saran-saran.....	87

DAFTAR RUJUKAN

DAFTAR TABEL

Table 1 : Teknik Warna CMYK perancangan promosi pariwisata Kota Solok.	52
Tabel 2 : Teknik warna RGB perancangan promosi pariwisata Kota Solok. ..	53

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Kontruksi Baliho	24
Gambar 2 Peta wilayah Kota Solok dan Sekitar	37
Gambar 3 Denah Lokasi Obyek Wisata Beserta Alternatif Penempatan baliho	38
Gambar 4 Alternatif Lokasi Penempatan Baliho	39
Gambar 5 Lambang Tigo Tungku Sajarangan symbol dari Ranah Minang	56
Gambar 6 Ikon Identitas Kota Solok.....	57
Gambar 7 Danau Pulau Belibis	58
Gambar 8 Obyek-obyek yang ada di Pulau Belibis	59
Gambar 9 Obyek-obyek Pendukung	59

BAB I

PEDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kota Solok merupakan salah satu Kota yang berada di Provinsi Sumatera Barat, Indonesia. Dengan lahan yang sangat strategis, karena terletak pada lintas antar Provinsi dan kabupaten/kota. Dari arah Selatan jalur lintas dari Propinsi Lampung, Provinsi Sumatera Selatan dan Propinsi Jambi, Kota ini merupakan titik persimpangan untuk menuju Kota Padang sebagai ibu kota Provinsi Sumatera Barat yang jaraknya hanya sekitar 64 km saja. Bila kearah utara akan menuju Kota Bukittinggi yang berjarak sekitar 71 Km untuk menuju kawasan Sumatera Bagian Utara, maka Kota Solok disebut juga sebagai Kota persinggahan (Pemerintah daerah Kota Solok 2010).

Dilihat dari kondisi geografis Kota Solok, bentangan alam yang berada pada wilayah Kota Solok memiliki tipografi yang bervariasi antara dataran dan berbukit dengan ketinggian antara 100-1525 meter diatas permukaan laut. Bila dilihat dari tingkat kemiringan lereng terdapat seluas 683 Ha atau 11,85% dari wilayah Kota Solok berada pada tingkat kemiringan kurang lebih 40% (Pemerintah Kota Solok 2010).

Kota Solok memiliki peran sentral di dalam menunjang perekonomian masyarakat Kota Solok dan Kabupaten Solok padpa umumnya dan memiliki luas kurang lebih 64 km² 0,14% dari luas Provinsi Sumatera Barat dilihat dari jenis tanah, 21,76% tanah di Kota Solok

merupakan tanah sawah dan sisanya 78,24% berupa tanah kering (Pemerintah Daerah Kota Solok 2010).

Mata pencaharian masyarakat Kota Solok pada umumnya berasal dari pertanian yang rata-rata setiap kepala keluarga memiliki beberapa petak sawah sebagai sumber kehidupan mereka adapun yang hanya sebagai buruh taninya. Sehingga Kota Solok dikenal sebagai Kota penghasil beras terbaik, Selain kualitas berasnya bagus banyak masyarakat yang mengkonsumsi beras Solok tidak hanya masyarakat dari dalam Kota saja tapi juga masyarakat dari luar KotaSolok. Hingga Kota Solok di juluki *Solok Kota Boleh* yang di patenkan menjadi *Ikon* Kota Solok saat ini oleh Pemerintah Daerah.

Topografi Kota Solok bervariasi antara dataran dan berbukit dengan ketinggian 390 dpl serta curah hujan rata-rata 184,31 mm kubik per tahun. Terdapat tiga anak sungai yang melintasi Kota Solok, yaitu Sungai Batang Lembang, Sungai Batang Gawan dan Sungai Batang Air Binguang. Suhu udara berkisar dari 26,1 °C sampai 28,9 °C (Pemerintah Daerah Kota Solok 2010).

Dahulu wilayah Solok (termasuk Kota Solok dan Kabupaten Solok Selatan) merupakan wilayah rantau dari Luhak Tanah Datar, yang kemudian terkenal sebagai *Luhak Kubuang Tigo Baleh*. Disamping itu wilayah Solok juga merupakan daerah yang dilewati oleh nenek moyang Alam Surambi Sungai Pagu yang berasal dari Tanah Datar yang disebut juga sebagai nenek kurang aso enam puluh (artinya enam puluh orang

leluhur alam surambi Sungai Pagu). Perpindahan ini diperkirakan terjadi pada abad 13 sampai 14 Masehi(Pemerintah Daerah Kota Solok 2010).

Hingga dasawarsa terakhir ini Kota Solok masih mengandalkan keindahan alam sebagai modal menjual Pariwisata daerah kepada Wisatawan. Sementara investasi swasta belum cukup besar yang ditanam pada sektor paling diunggulkan secara nasional pada masa mendatang ini, Kota Solok memang masih memanfaatkan apa yang ada. Tetapi upaya untuk terus menjualnya kepada para investor tidak pernah berhenti. Sejak 1988 misalnya, Pariwisata di Kota Solok sudah dijadikan titik perhatian oleh Pemerintah Daerah untuk dikembangkan.

Keaslian budaya yang masih kental adalah potensi yang berpadu sebagai modal pengembangan pariwisata di daerah ini. Selama beberapa waktu terakhir ini upaya pengembangan pariwisata itu terintegrasi dengan pengembangan wilayah. Pada umumnya pembangunan sarana dan prasarana perhubungan selalu disejalankan dengan maksud pengembangan pariwisata yakni dengan membuka sebanyak mungkin akses jalan ke obyek-obyek yang masih tersembunyi dalam keterisolasian.

Kota Solok juga memiliki obyek-obyek wisata alam yang tak kalah menarik misalnya Pulau Belibis dan Bumi Perkemahan Ampang Kualo, Pacuan Kuda Ampang Kualo, Taman Kota, *sports* seperti senam setiap minggu pagi di depan kantor DPRD secara masal yang bisa diikuti oleh seluruh masyarakat Kota Solok, tradisi budaya seperti *bararak*, *transportasi traditional* seperti Bendi dan tempat-tempat sejarah lainnya

seperti batu *lasuang inyiak gulambai* yang berada di kelurahan KTK Kota Solok, nilai sejarah pada batu ini adalah apabila akan terjadi musibah yang akan menimpa keluarga pemiliknya, *lasuang* ini memberikan isyarat berupa bunyi yang menggelegar. Selain itu batu ini juga keramat sebagai tempat meminta hujan. Selain batu *lasuang inyiak gulambai* ada juga batu *lasuang Baiduang* keistimewaan batu ini adalah bagian yang menojol pada batu ini bentuknya yang menyerupai hidung dapat membuka sewaktu-waktu apabila pemiliknya ditimpa musibah. Begitu juga potensi Pariwisata budaya seperti pesta rakyat *salawek dulang*, *saluang*, pidato adat. Merupakan event-event yang menarik untuk disaksikan para pelancong (Pemerintah Daerah Kota Solok 2010).

Sebagian objek wisata tersebut sudah ada yang di ketahui oleh masyarakat banyak baik dalam kota maupun luar kota, akan tetapi media promosi kurang memadai adapun media yang baru digunakan brosur yang sudah lama tidak diperbaharui, radio lokal yang kini sudah tidak ada di siarkan lagi dan poster yang sudah rusak yang perlu di desain ulang.

Agar pariwisata di Kota Solok dapat berkembang dengan baik maka di tawarkan media promosi berbentuk Baliho sebagai media utama yang dapat digunakan sesuai dengan harapan Dinas Pariwisata Kota Solok, mengacu pada program kerja dan struktur organisasinya. Baliho (*billboard*) adalah suatu papan berukuran besar, berisi pesan atau informasi gambar dan kata-kata dipasang di tempat terbuka agar dapat terlihat oleh masyarakat luas keunggulan dari Baliho ini adalah media

dalam ukuran besar, tahan terhadap terpaan cuaca, bisa dilihat walaupun saat sedang berkendara dan maksud pesan dapat disampaikan secara singkat. (Standar teknis media penyuluhan 2010).

Baliho merupakan media yang paling efektif yang berupa media cetak, Menurut Rohani (1997:2) media adalah segala bentuk yang dipergunakan untuk proses penyaluran informasi, sedangkan pengertian media menurut Djamarah (1995:136) adalah media alat bantu apa saja yang dapat dijadikan sebagai penyalur pesan guna mencapai tujuan pembelajaran. Selanjutnya ditegaskan oleh Purnamawati dan Eldarni (2001:4) yaitu media adalah segala sesuatu yang dapat digunakan untuk menyalurkan pesan dari pengirim ke penerima sehingga dapat merangsang pikiran, perasaan, perhatian dan minat siswa sedemikian rupa sehingga terjadi proses belajar.

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan media cetak sebagai sebuah penyampian informasi yang memiliki manfaat dan terkait dengan kepentingan rakyat banyak yang disampaikan secara tertulis. Keunggulan media cetak ini dalam penyampaian pesannya sangat terperinci dibandingkan media elektronik yang mengutamakan kecepatan.

Dari penjelasan diatas, maka Perancangan Media Promosi Pariwisata Kota Solok dalam bentuk Media cetak Baliho diantaranya dapat meningkatkan investasi daerah Kota Solok dan perusahaan. Media cetak diterapkan pada produk atau jasa yang diproduksi akan bagus dan berkualitas. Peranan Media cetak dapat memberikan layanan pada produk

atau jasa yang berkualitas diantaranya keunggulan media cetak Baliho dapat terlihat dengan jelas dari jarak jauh, mampu menjangkau sasaran luas dalam waktu singkat, dapat menumbuhkan rasa kagum dan kebanggaan.

Untuk itu, Dinas Pariwisata Kota Solok berupaya untuk mempromosikan Kota Solok yang dapat menjangkau sasaran yang lebih luas diantaranya daerah-daerah baik diluar Solok maupun daerah-daerah Sumatra Barat. Untuk itu, diperlukan sebuah media promosi yang dapat menunjang daerah-daerah lain.

Berdasarkan paparan di atas, dengan adanya media cetak Baliho ini, masyarakat luas dapat lebih mengenal dan mengerti obyek-obyek wisata yang ada pada Kota Solok di Sumatra Barat. Dengan demikian penulis memilih Kota Solok sebagai obyek penelitian yang bertujuan agar masyarakat diluar daerah Kota Solok dapat mengenal obyek-obyek Pariwisata di Kota Solok. Dengan demikian, judul dari laporan karya akhir ini adalah **“Perancangan Media Promosi Pariwisata Kota Solok Dalam Bentuk Media Cetak Baliho”**.

B. Identifikasi Masalah

Ada beberapa kemungkinan yang telah ditawarkan untuk mempromosikan Pariwisata Kota Solok :

1. Bentuk tampilan Baliho yang sudah ada belum mencerminkan identitas Kota Solok.

2. Penempatan Baliho yang tidak strategis.
3. Kurangnya promosi Pariwisata dalam bentuk Baliho.
4. Kurangnya daya tarik dari Baliho yang sudah ada.
5. Ada keinginan masyarakat mengenal identitas daerahnya.

C. Batasan Masalah

Sesuai dengan identifikasi masalah yang telah dikemukakan, untuk mempromosikan daerah wisata Kota Solok maka pilihan yang tepat sebagai media promosi daerah Pariwisata Kota Solok adalah media cetak Baliho.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah diatas maka penulis mencoba merumuskan masalah yaitu : Bagaimana perancangan media promosi pariwisata Kota Solok dalam bentuk Media cetak Baliho?

E. Orisinalitas

Masalah yang ada disini dapat dilihat secara umum, bahwa ditempat lain juga banyak di temukan permasalahan yang sama dalam pengembangan Pariwisata. Tapi Perancangan media promosi dalam bentuk baliho ini belum pernah di buat sebelumnya oleh Dinas Pariwisata Kota Solok, oleh sebab itu penulis mencoba membuat media promosi dalam bentuk media cetak bertujuan agar Pariwisata di Kota Solok ini bermanfaat bagi pengembangan tempat wisata, dan memajukan daerah. Pemecahan

masalah yang di kemukakan tidak sama dengan penelitian/kajian yang sudah ada sehingga tidak ada yang ditiru atau di jiplak, dan informasi yang didapat pun nyata tidak mengada-ada.

F. Tujuan Berkarya

1. Secara umum perancangan media cetak berbentuk baliho ini bertujuan untuk meningkatkan investasi daerah Kota Solok.
2. Mempromosikan Kota Solok sebagai Kota tujuan wisata.
3. Serta memberikan informasi dan komunikasi kepada masyarakat di dalam Kota Solok maupun di luar Kota Solok.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Kajian Praktis

1. Pariwisata

Pariwisata juga disebut sebagai industri yang mulai berkembang di Indonesia sejak tahun 1969, ketika disadari bahwa industri pariwisata merupakan usaha yang dapat memberikan keuntungan pada pengusahanya. Sehubungan dengan itu Pemerintah Republik Indonesia sejak dini mengeluarkan Instruksi Presiden Nomor 9 Tahun 1969 tanggal 6 Agustus 1969, menyatakan bahwa. Usaha pengembangan pariwisata di Indonesia bersifat suatu pengembangan industri pariwisata dan merupakan bagian dari usaha pengembangan dan pembangunan serta kesejahteraan masyarakat dan negara (Yoeti, 1983).

Keaslian budaya yang masih kental adalah potensi yang berpadu sebagai modal pengembangan pariwisata di daerah ini. Selama beberapa waktu terakhir ini upaya pengembangan pariwisata itu terintegrasi dengan pengembangan wilayah. Pada umumnya pembangunan sarana dan prasarana perhubungan selalu disejalankan dengan maksud pengembangan pariwisata yakni dengan membuka sebanyak mungkin akses jalan ke obyek-obyek yang masih tersembunyi dalam keterisolasian.

Kota Solok juga memiliki obyek-obyek wisata alam yang tak kalah menarik misalnya Pulau Belibis dan Bumi Perkemahan Ampang Kualo, Pacuan Kuda Ampang Kualo, Taman Kota, *sports*, budaya, *transportasi traditional* dan tempat-tempat sejarah lainnya. Begitu juga potensi pariwisata budaya seperti pesta rakyat, kesenian dan tradisi adat istiadat setempat, merupakan event-event yang menarik untuk disaksikan para pelancong (Pemerintah Daerah Kota Solok 2010).

Pengertian tentang Pariwisata dan wisatawan timbul diperancis pada akhir abad ke 17. Tahun 1972 Maurice Menberbitkan buku petunjuk "*The True Guide For Foreigners Travelling in France to Appreciate its Bealities, Learn the language and take exercise*. Dalam buku ini disebutkan ada dua perjalanan yaitu perjalanan besar dan kecil (Grand Tour dan Perit Tour).

Grand Tour di Inggris Mendapat arti yang berbeda yaitu dijadikan unsur pendidikan diplomasi dan politik. Pertengah abad ke-19 Jumlah orang yang berwisata masih terbatas karena butuh waktu lama dan biaya besar, keamanan kurang terjamin, dan sarananya masih sederhana, tetapi sesudah Revolusi Industri keadaan itu berubah, tidak hanya golongan elit saja yang bisa berpariwisata tapi kelas menengah juga. Hal ini ditunjang juga oleh adanya kereta api. Pada abad Ke-20 terutama setelah perang dunia II kemajuan teknik produksi dan teknik penerbangan menimbulkan peledakan pariwisata. Perkembangan

terakhir dalam pariwisata adalah munculnya perjalanan paket (*Package tour*).

Menurut A.J. Burkart dan S. Medik (1987) Pariwisata adalah :

Perpindahan orang untuk sementara dan dalam jangka waktu pendek ke tujuan- tujuan diluar tempat dimana mereka biasanya hidup dan bekerja dan kegiatan-kegiatan mereka selama tinggal di tempat-tempat tujuan itu.

Menurut Wahab dalam Oka A Yoeti (1994:116.) Pariwisata adalah :

Suatu aktivitas manusia yang dilakukan secara sadar yang mendapat pelayanan secara bergantian diantara orang-orang dalam suatu Negara itu sendiri/ diluar negeri, meliputi pendiaman orang-orang dari daerah lain untuk sementara waktu mencari kepuasan yang beraneka ragam dan berbeda dengan apa yang dialaminya, dimana ia memperoleh pekerjaan tetap.

Dari penjelasan yang dikemukakan menurut beberapa ahli diatas penulis dapat menyimpulkan beberapa manfaat dan tujuan dari pariwisata yaitu :

- a. Selain sebuah hal yang menyenangkan dengan wisata pikiran akan menjadi lebih segar, kita bisa mengenal dan mengetahui keindahan alam.
- b. Hal yang menyenangkan ketika kita berwisata dengan keluarga yang kita cintai dan disana kita bias melihat begitu beartinya sebuah kebersamaan dalam keluarga.
- c. Menghilangkan stres dari kesibukan sehari-hari dalam rutinitas bekerja.

2. Proses Komunikasi

Komunikasi suatu proses penyampaian informasi (pesan, ide, gagasan) dari satu pihak kepada pihak lain agar terjadi saling memengaruhi di antara keduanya. Mulyana (2005:61-69) mengategorikan definisi-definisi tentang komunikasi dalam tiga konseptual yaitu:

- a) Komunikasi sebagai tindakan satu arah. Suatu pemahaman komunikasi sebagai penyampaian pesan searah dari seseorang (atau lembaga) kepada seseorang (sekelompok orang) lainnya, baik secara langsung (tatap muka) ataupun melalui media, seperti surat (selebaran), surat kabar, majalah, radio, atau televisi. Pemahaman komunikasi sebagai proses searah sebenarnya kurang sesuai bila diterapkan pada komunikasi tatap muka, namun tidak terlalu keliru bila diterapkan pada komunikasi publik (pidato) yang tidak melibatkan tanya jawab.
- b) Komunikasi sebagai interaksi. Pandangan ini menyetarakan komunikasi dengan suatu proses sebab-akibat atau aksi-reaksi, yang arahnya bergantian. Seseorang menyampaikan pesan, baik verbal atau nonverbal, seorang penerima bereaksi dengan memberi jawaban verbal atau nonverbal, kemudian orang pertama bereaksi lagi setelah menerima respon atau umpan balik dari orang kedua, dan begitu seterusnya.
- c) Fungsi komunikasi sebagai komunikasi sosial setidaknya mengisyaratkan bahwa komunikasi itu penting untuk membangun konsep diri kita, aktualisasi diri, untuk kelangsungan hidup, untuk memperoleh kebahagiaan, terhindar dari tekanan dan ketegangan, antara lain lewat komunikasi yang bersifat menghibur, dan memupuk hubungan hubungan orang lain. Melalui komunikasi kita bekerja

sama dengan anggota masyarakat (keluarga, kelompok belajar, perguruan tinggi, RT, desa, ..., negara secara keseluruhan) untuk mencapai tujuan bersama.

Sebagaimana yang telah di jelaskan fungsi komunikasi oleh William I. Gorden (dalam Mulyana, 2005:5-30) mengkategorikan fungsi komunikasi menjadi empat, yaitu:

- (a) Sebagai komunikasi sosial. Fungsi komunikasi sebagai komunikasi sosial setidaknya mengisyaratkan bahwa komunikasi itu penting untuk membangun konsep diri kita, aktualisasi diri, untuk kelangsungan hidup, untuk memperoleh kebahagiaan, terhindar dari tekanan dan ketegangan, antara lain lewat komunikasi yang bersifat menghibur, dan memupuk hubungan hubungan orang lain.
- (b) Sebagai komunikasi ekspresif. Komunikasi berfungsi untuk menyampaikan perasaan-perasaan (emosi) kita. Perasaan-perasaan tersebut terutama dikomunikasikan melalui pesan-pesan nonverbal. Perasaan sayang, peduli, rindu, simpati, gembira, sedih, takut, prihatin, marah dan benci dapat disampaikan lewat kata-kata, namun bisa disampaikan secara lebih ekspresif lewat perilaku nonverbal.
- (c) Sebagai komunikasi ritual. Suatu komunitas sering melakukan upacara-upacara berlainan sepanjang tahun dan sepanjang hidup, yang disebut para antropolog sebaga *rites of passage*, mulai dari upacara kelahiran, sunatan, ulang tahun, pertunangan, siraman, pernikahan, dan lain-lain. Dalam acara-acara itu orang mengucapkan kata-kata atau perilaku-perilaku tertentu yang bersifat simbolik.
- (d) Komunikasi instrumental mempunyai beberapa tujuan umum, yaitu: menginformasikan, mengajar, mendorong, mengubah sikap, menggerakkan tindakan, dan juga menghibur.

Dari penjelasan diatas penulis dapat menyimpulkan bahwa komunikasi itu adalah peran penting bagi kehidupan kita sebagai makhluk sosial yang saling membutuhkan satu dengan yang lainnya, dengan komunikasi itulah kita dapat saling berinteraksi baik secara *verbal* maupun *non verbal*.

B. Tinjauan Teoritis

1. Desain Komunikasi Visual

Ilmu yang mempelajari tentang perancangan yang di aplikasikan melalui gambar. Menurut Sunardi (2005) dalam Prinsip-prinsip desain menjelaskan :

Desain Komunikasi Visual adalah ilmu yang mempelajari konsep komunikasi dan ungkapan kreatif, teknik dan media untuk menyampaikan pesan dan gagasan secara visual, termasuk audio dengan mengolah elemen desain grafis berupa bentuk gambar, huruf dan warna, serta tata letaknya, sehingga pesan dan gagasan dapat diterima oleh sasarannya.

Di dalam web site (<http://www.itb.ac.id/directory/163> di akses 18 mai 2011):

Desain komunikasi visual adalah ilmu yang mengembangkan bentuk bahasa komunikasi visual berupa pengolahan pesan-pesan untuk tujuan sosial atau komersial, dari individu atau kelompok yang ditujukan kepada individu atau kelompok lainnya. Pesan dapat berupa informasi produk, jasa atau gagasan yang disampaikan kepada target audience, dalam upaya peningkatan usaha penjualan, peningkatan citra dan publikasi program pemerintah.

Dari pendapat diatas dapat di katakan (Deskomvis) pada dasarnya merupakan istilah penggambaran untuk proses pengolahan media dalam berkomunikasi mengenai pengungkapan ide atau penyampaian informasi yang bisa terbaca atau terlihat. Dalam Pembuatan sebuah desain kita perlu memperhatikan bentuk desain yang di inginkan. Tentunya supaya desain dapat dilihat bagus (sesuai maksud dan tujuan membuatnya), maka unsur-unsur pembuatan desain yang perlu diperhatikan untuk mewujudkan suatu tampilan visual, Kusrianto (2007:10) menjelaskan :

- a. **Garis (*Line*)** Sebuah garis adalah unsur desain yang menghubungkan antara satu titik poin dengan titik poin yang lain sehingga bisa berbentuk gambar garis lengkung (*curve*) atau lurus (*straight*). Garis adalah unsur dasar untuk membangun bentuk atau konstruksi desain.
- b. **Bentuk (*Shape*)** Bentuk adalah segala hal yang memiliki diameter tinggi dan lebar. Bentuk dasar yang dikenal orang adalah kotak (*rectangle*), lingkaran (*circle*), dan segitiga (*triangle*).
- c. **Tekstur (*Texture*)** Tekstur adalah tampilan permukaan (corak) dari suatu benda yang dapat dinilai dengan cara dilihat atau diraba. Yang pada prakteknya, tekstur sering dikategorikan sebagai corak dari suatu permukaan benda, misalnya permukaan karpet, baju, kulit kayu, dan lain sebagainya.
- d. **Ruang (*Space*)** Ruang merupakan jarak antara suatu bentuk dengan bentuk lainnya yang pada praktek desain dapat dijadikan unsur untuk memberi efek estetika desain. Sebagai contoh, tanpa ruang Anda tidak akan tahu mana kata dan mana kalimat atau paragraf. Tanpa ruang Anda tidak tahu mana yang

harus dilihat terlebih dahulu, kapan harus membaca dan kapan harus berhenti sebentar. Dalam bentuk fisiknya pengidentifikasian ruang digolongkan menjadi dua unsur, yaitu obyek (*figure*) dan latar belakang (*background*).

- e. **Ukuran (*Size*)** Ukuran adalah unsur lain dalam desain yang mendefinisikan besar kecilnya suatu obyek. Dengan menggunakan unsur ini Anda dapat menciptakan kontras dan penekanan (*emphasis*) pada obyek desain anda sehingga orang akan tahu mana yang akan dilihat atau dibaca terlebih dahulu.
- f. **Warna (*Color*)** Warna merupakan unsur penting dalam obyek desain. Karena dengan warna orang bisa menampilkan identitas, menyampaikan pesan atau membedakan sifat dari bentuk-bentuk bentuk visual secara jelas. Dalam prakteknya warna dibedakan menjadi dua: yaitu warna yang ditimbulkan karena sinar (*Additive color/RGB*) yang biasanya digunakan pada warna lampu, monitor, TV dan sebagainya, dan warna yang dibuat dengan unsur-unsur tinta atau cat (*Subtractive color/CMYK*) yang biasanya digunakan dalam proses pencetakan gambar ke permukaan benda padat seperti kertas, logam, kain atau plastik.

Dengan menggunakan unsur-unsur desain tersebut, Anda akan membuat bentuk desain yang Anda inginkan. Tentunya supaya desain Anda dapat dilihat bagus (sesuai maksud dan tujuan Anda membuatnya), maka Anda harus mengenal unsur-unsur di atas secara baik.

Warna merupakan elemen yang sangat penting dalam seni, karena warna sebagai efek cahaya yang memberi kesan pada mata, sehingga dapat menghadirkan karakter dari suatu bentuk yang secara psikologis

mempengaruhi perasaan. Sebagai mana yang diungkapkan oleh Darmaprawira (2002: 32-34) bahwa:

Warna dapat mempengaruhi jiwa manusia dengan kuat atau dapat mempengaruhi emosi manusia. Warna dapat pula menggambarkan suasana hati. Keluarbiasaan warna terletak dalam hal kesederhanaan dan kesenangan emosional, bukan perenungan rasional, kenyataan, dan fakta-fakta yang disederhanakan, dikebiri atau dihilangkan sama sekali. Pada kondisi normal manusia itu menyukai warna. Mereka memiliki reaksi terhadap warna. Ada suasana hati yang diasosiasikan dengan lingkungan yang cerah, hujan atau mendung, gembira atau membosankan.

Tidak hanya warna yang harus di perhatikan untuk menciptakan desain yang lebih menarik perlu di ketahui tentang prinsip-prinsip desain menurut Khairulmaddy (2011) menjelaskan:

- 1) **Harmoni.** *Harmoni* adalah prinsip desain yang menimbulkan kesan adanya kesatuan melalui pemilihan dan susunan objek atau ide atau adanya keselarasan dan kesan kesesuaian antara bagian yang satu dengan bagian yang lain dalam suatu benda, atau antara benda yang satu dengan benda lain yang dipadukan. Dalam suatu bentuk, harmoni dapat dicapai melalui kesesuaian setiap unsur yang membentuknya.
- 2) **Proporsi.** *Proporsi* adalah perbandingan antara bagian yang satu dengan bagian yang lain yang dipadukan. Untuk mendapatkan suatu susunan yang menarik perlu diketahui bagaimana cara menciptakan hubungan jarak yang tepat atau membandingkan ukuran objek yang satu dengan objek yang dipadukan secara proporsional.

- 3) **Balance.** *Balance* atau keseimbangan adalah hubungan yang menyenangkan antar bagian-bagian dalam suatu desain sehingga menghasilkan susunan yang menarik. Keseimbangan ada 2 yaitu: (a) Keseimbangan simetris atau formal maksudnya yaitu sama antara bagian kiri dan kanan serta mempunyai daya tarik yang sama. Keseimbangan ini dapat memberikan rasa tenang, rapi, agung dan abadi, (b) Keseimbangan asimetris atau informal yaitu keseimbangan yang diciptakan dengan cara menyusun beberapa objek yang tidak serupa tapi mempunyai jumlah perhatian yang sama. Objek ini dapat diletakkan pada jarak yang berbeda dari pusat perhatian. Keseimbangan ini lebih halus dan lembut serta menghasilkan variasi yang lebih banyak dalam susunannya.
- 4) **Irama.** *Irama* dalam desain dapat dirasakan melalui mata. Irama dapat menimbulkan kesan gerak gemulai yang menyambung dari bagian yang satu ke bagian yang lain pada suatu benda, sehingga akan membawa pandangan mata berpindah-pindah dari suatu bagian ke bagian lainnya. Akan tetapi tidak semua pergerakan akan menimbulkan irama.

Dari penjelasan diatas penulis dapat menyimpulkan bahwa dalam pembuatan sebuah karya desain baik itu dalam media cetak maupun dalam bentuk media lain perlu memperhatikan didalamnya unsur-unsur desain dan prinsip- desain.

2. Komputer Grafis

Orang mengenal iklan pertamakali melalui pengumuman-pengumuman yang disampaikan secara lisan (komunikasi verbal).Seiring dengan kemajuan jaman, penampilan iklan terus disempurnakan dengan memadukan seni dan teknologi seraya

menambahkan unsur persuasi di dalamnya. Iklan-iklan dapat dijumpai di mana saja, mulai dari radio, media cetak, media luar ruang yang berbentuk papan reklame sampai pada iklan televisi.

Daya jangkauannya sempit Komputer grafis dibuat dengan menggunakan komputer dan lebih umum, representasi dan manipulasi dari gambar data oleh komputer, Perkembangan komputer grafis telah membuat komputer lebih mudah untuk berinteraksi lebih baik untuk memahami dan menafsirkan berbagai jenis data. Perkembangan komputer grafis memiliki dampak besar pada berbagai jenis media dan telah merevolusi animasi, film dan video game industri.

<http://puslit.petra.ac.id/journals/design/>, diakses 27 mai 2011
menjelaskan:

komputer grafik adalah komputer yang mampu menggambar atau menampilkan sebuah informasi yang berupa gambar atau ilustrasi, Komputer grafis ini terdiri atas satu set piranti untuk menciptakan gambar yang dapat berinteraksi secara alamiah dengan penggunanya.

Dengan adanya computer grafis dapat memberikan ruang ekspresi yang lebih luas bagi eksplorasi pada perancangan media promosi suatu perusahaan. Pada perancangan media promosi Pariwisata Kota Solok, penulis menggunakan perangkat lunak (*software*), seperti *Corel Draw* dan *Adobe Photoshop*.

Multimedia dapat diartikan sebagai penggunaan beberapa media yang berbeda untuk menggabungkan dan menyampaikan informasi dalam bentuk text, audio, grafik, animasi, dan video.

Multimedia merupakan konsep dan teknologi dari unsur-unsur gambar, suara, animasi serta video yang disatukan melalui komputer untuk disimpan, diproses dan disajikan guna membentuk interaktif yang sangat inovatif antara komputer maupun media elektronik lainnya dengan *user* (pengguna).

Dengan memanfaatkan teknologi multimedia kiranya semua bidang yang di lakukan akan terlihat menarik, lebih hidup, baik dalam ekspresi maupun cara berkreatifitas. Peran tampilan desain yang menarik dilengkapi multimedia audio dan video akan menampilkan sebuah organisasi usaha yang memiliki kesan dan nilai eksklusifitas. Salah satu media yang paling efektif adalah media cetak.

Menurut Rohani (1997:2) media adalah segala bentuk yang dipergunakan untuk proses penyaluran informasi, sedangkan pengertian media menurut Djamarah (1995:136) adalah media alat bantu apa saja yang dapat dijadikan sebagai penyalur pesan guna mencapai tujuan pembelajaran.

Selanjutnya ditegaskan oleh Purnamawati dan Eldarni (2001:4) yaitu :

Media cetak adalah sebuah penyampian informasi yang memiliki manfaat dan terkait dengan kepentingan rakyat banyak yang disampaikan secara tertulis.Keunggulan media cetak ini dalam

penyampaian pesannya sangat terperinci dibandingkan media elektronik yang mengutamakan kecepatan.

Secara etimologis multimedia berasal dari kata multi (Bahasa Latin, *Nouns*) yg berarti banyak, bermacam-macam, dan medium (Bahasa Latin) yg berarti sesuatu yg dipakai untuk menyampaikan /membawa sesuatu. Kata medium dalam *American Heritage Electronic Dictionary* (1991) juga diartikan sebagai alat untuk mendistribusikan dan mempresentasikan informasi (Rachmat dan Alphone, 2005/2006).

Salah satu produk media cetak adalah Baliho. merupakan salah satu aplikasi media cetak yang dapat membantu untuk menceritakan sebuah perusahaan, komunitas atau instansi yang bersifat kenangan dan dokumentasi internal ataupun eksternal.

Melalui media cetak Baliho ada beberapa produk yang dapat dipromosikan di antaranya yang berhubungan dengan dinas pariwisata daerah-daerah baik yang terdapat di Sumatera Barat maupun di luar Sumatera Barat beserta obyek-obyek wisatanya.

<http://kamissore.blogspot.com/2010/06/cara-mudah-membuat-banner-baliho.html> diakses 7 maret 2012 menjelaskan tentang langkah-langkah pembuaan Baliho :

1. Membuat baliho bisa memakai *adobe photoshop, coreldraw, illustrator dan freehand*.
2. Karena proses akhir cetakan menggunakan mesin digital printing upayakan file terkonvert atau di-export ke file JPG dengan proses warna CMYK bukan RGB.
3. Jangan pernah dilupakan bahwa dalam mengerjakannya harus menggunakan warna

CMYK sekali lagi CMYK karena hukumnya Wajib dan di haramkan dalam dunia desain. Kenapa? kenapa tidak boleh RGB, apa artinya RGB dan CMYK.

4. Jika ukuran Baliho sangat besar misal : 2m x 3m, 3m x 4m, 3m x 5m, 10m x 2m, 25m x 3m dan ukuran big size lainnya pakai alternatif resolusi 96 atau 100 dpi.
5. Jangan membuat ukuran Baliho khususnya yang besar dan panjang dengan ukuran asli, pakai ukuran image sizenya dengan setengahnya misal ukuran 3x5 meter di perkecil 1,5 x 2,5m dg resolusi 100dpi (*di potoshop*).
6. Ukuran big size sebaiknya menggunakan perbandingan dari aslinya misal 50% dari ukuran sebenarnya. Gunakan image size di photoshop dan atur sesuai kebutuhan.
7. Usahakan memory sizenya di sheetnya tidak melebihi 500mb (maksudnya memory yg dibutuhkan saat mengerjakan desain tersebut, biasanya bisa dilihat di toolbar nav bawah misal Doc: 100M : 50M).
8. Agar gambar tidak pecah ambil gambar ukuran sizenya diatas 150 kb atau minimal bila di lihat gambar tidak pecah.
9. Jangan memaksakan gambar yang tidak maksimal karena sangat mempengaruhi hasil dan kualitas, sebagus apapun desain grafis akan mengurangi mutu jika gambar pecah. Resolusi gambar 72 dpi bukan berarti gambar jelek dan pecah, coba di cek di *photoshop* lihat sizenya misal jika size 500 pixel resolusi 72 artinya gambar cukup bagus. Deteksi gambar pecah atau tidak harus dilihat resolusi dan pixelnya seimbang.
10. Di *coreldraw* setelah selesai lebih baik file diexport ke JPG dg resolusi 300 dpi dan original size serta image with CMYK. Semakin besar ukurannya maka resolusi harus dikurangi termasuk prosentasi size nya.

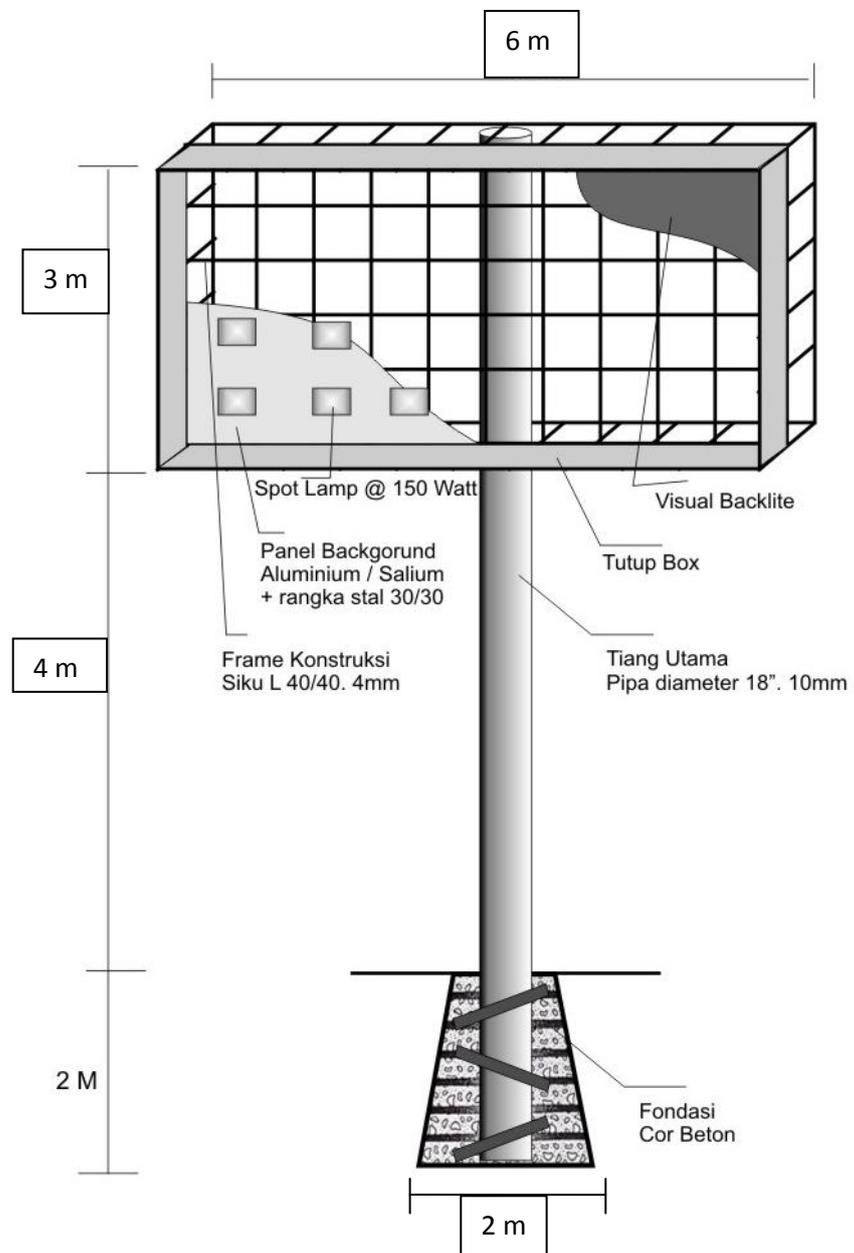
Dari pendapat diatas dapat disimpulkan dalam pembuatan media promosi pariwisata Kota Solok dalam bentuk media cetak Baliho sangat membantu misalnya pemerintah daerah khususnya Dinas Pariwisata dalam pendataan obyek-obyek pariwisata yang ada. Media cetak ini dapat berisi gambaran atau *profile* daerah bertujuan untuk promosi dan menambah aset atau pendapatan daerah.

Namun demikian, sebuah perancangan atau pembuatan media cetak Baliho mempertimbangkan beberapa pemahaman mengenai keunggulan atau kekutan dari perancangan produk tersebut. Berdasarkan uraian di atas bahwa baliho merupakan iklan luar ruangan yang dipasang tinggi sesuai penempatan pada baliho dimana akan diletakan.

Multimedia merupakan konsep dan teknologi dari unsur-unsur gambar, suara, animasi serta video yang disatukan melalui komputer untuk disimpan, diproses dan disajikan guna membentuk interaktif yang sangat inovatif antara komputer maupun media elektronik lainnya dengan *user* (pengguna).

Dengan memanfaatkan teknologi multimedia kiranya semua bidang yang di lakukan akan terlihat menarik, lebih hidup, baik dalam ekspresi maupun cara berkreatifitas. Peran tampilan desain yang menarik dilengkapi multimedia audio dan video akan menampilkan sebuah organisasi usaha yang memiliki kesan dan nilai eksklusifitas. Salah satu media yang paling efektif adalah media cetak.

Berikut contoh gambar Kontruksi Baliho :



Gambar 1
Kontruksi Baliho

Oleh : [Shttp://javareklame.blogspot.com/2012/01/macam-macam-iklan-luar-ruang-billboard.html](http://javareklame.blogspot.com/2012/01/macam-macam-iklan-luar-ruang-billboard.html)

Dalam dunia desain dan kreatif lainnya sama halnya dengan dunia organisasi teori SWOT memang harus diterapkan, guna mencapai tujuan terhadap *audience* mengerti dan tanggap terhadap yang disampaikan, oleh karena itu pementasan media cetak Baliho ini diperlukan suatu kreatifitas yang mengarah pada teori SWOT.

Susanto (2011) menjelaskan Kreatifitas adalah merupakan suatu bidang kajian yang kompleks, yang menimbulkan berbagai perbedaan pandangan.

Menurut Sarwono dan Lubis (2007 : 18) Analisa SWOT adalah :

Suatu hal yang diperlukan untuk menilai dan menilai ulang (revaluasi) dan telah diputuskan sebelumnya dengan tujuan meminimumkan resiko yang mungkin timbul. Langkahnya adalah dengan mengoptimalkan segi negative yang berpotensi menghambat pelaksanaan keputusan perancangan yang diambil.

Metoda analisa SWOT bisa dianggap sebagai metoda analisa yang paling dasar, yang berguna untuk melihat suatu topik atau permasalahan dari empat sisi yang berbeda. Hasil analisa biasanya adalah arahan/rekomendasi untuk mempertahankan kekuatan dan menambah keuntungan dari peluang yang ada, sambil mengurangi kekurangan dan menghindari ancaman.

Jika digunakan dengan benar, analisa SWOT akan membantu kita untuk melihat sisi-sisi yang terlupakan atau tidak terlihat selama ini.

Analisa ini bersifat deskriptif dan terkadang akan sangat subjektif, karena bisa jadi dua orang yang menganalisis sebuah organisasi akan memandang berbeda ke empat bagian tersebut.

3. Promosi

Promosi atau yang sering disingkat dengan promo yang sudah pasti tidak asing lagi dalam kehidupan kita sehari-hari. Dengan dilakukannya kegiatan promosi perusahaan mengharapkan adanya peningkatan angka penjualan dan keuntungan. Mulai dari tukang sayur, tukang gorengan, tukang bakmi, tukang obat, sampai dengan *hipermarket, agen, showroom, factory outlet, departemen store*, dan sebagainya. Sering memberikan promo kepada para pelanggannya untuk mendapatkan loyalitas konsumen yang sudah ada serta mendapatkan konsumen baru. Maka dari itu sangat di perlukan promosi yang dapat membantu pemerintah daerah Kota Solok untuk mempromosikan daerahnya sendiri. Dengan demikian perlu adanya media promosi. Menurut Kusrianto (2006) Promosi adalah :

Suatu usaha dari pemasar dalam menginformasikan dan mempengaruhi orang atau pihak lain sehingga tertarik untuk melakukan transaksi atau pertukaran produk barang atau jasa yang dipasarkannya.

Media promosi Desain Komunikasi Visual menurut Kusrianto (2006:330) antara lain:

- a) **Leaflet (Sebelaran)** merupakan lembaran kertas cetak yang dapat dilipat menjadi dua halaman atau lebih.
- b) **Folder** merupakan bahan cetakan yang dapat dilipat menjadi dua seperti map atau buku agar

mudah dibawa. Atau bisa juga dilipat dengan gaya *concertina* sehingga membentuk beberapa halaman terpisah tanpa perlu memotong.

- c) **Brosur (Booklet)** merupakan bahan cetakan yang terdiri beberapa halaman yang dijilid sehingga menyerupai buku.
- d) **Katalog** merupakan sejenis brosur yang berisi rincian jenis atau produk/layanan usaha dan kadang-kadang dilengkapi dengan gambar-gambar. Ukurannya bermacam-macam, mulai dari sebesar buku telepon, tergantung keperluan bisnisnya.
- e) **Kartu Pos** merupakan publisitas yang bermanfaat bisa didapat dengan menghadiahkan kartu pos (post card) yang menarik kepada para pelanggan/konsumen.
- f) **Stationary set** adalah amplop, kop surat, dan pulpen, yang ditempatkan di kamar hotel, berfungsi bukan hanya sebagai *service* dari hotel tersebut, tetapi POS material karena terdapat nama produk atau jasa, lengkap dengan alamat dan nomor telepon.
- g) **Poster** bergambar *full colour* biasanya dipakai sebagai dekorasi ruangan dengan menempelkan di dinding, pintu, jendela, atau dinding ruang pameran.
- h) **Sticker** merupakan bahan promosi yang paling banyak dan sering digunakan oleh perusahaan-perusahaan untuk mempromosikan produknya karena sifatnya yang sangat fleksibel. Bisa ditempel dimana saja. Sticker juga kadang-kadang memiliki nilai kebanggaan tersendiri bagi pemasangnya (konsumen).

Media promosi menurut Suriyanto *Layout* dan dasar penerapannya (2009:104) pengertian adalah:

a) Brosur

Media publisitas produk berukuran sangat bervariasi baik dengan lipatannya sangat beraneka ragam, brosur lebih dapat di desain dengan kreatif dan prinsip-prinsip layout lebih dapat diterapkan dengan baik.

b) Poster

Sebagai media penyampian informasi sesuatu propaganda kampanye sosial dan lain-lain, dengan ukuran yang cukup besar berjenis media cetak.

c) Booklet

Media publikasi yang dapat menampung cukup banyak informasi karena memiliki beberapa halaman karena memiliki beberapa halaman cocok untuk mempromosikan acara media internal perusahaan.

Selainnya yang dijelaskan Kusrianto media promosi DKV ada lagi media promosi yang mengikuti perkembangan teknologi yaitu multimedia, karena banyak elemen-elemen lain yang dapat menunjang sebuah promosi. Elemen-elemen utama yang dipergunakan dalam program multimedia, menurut Kusrianto (2006:25) antara lain:

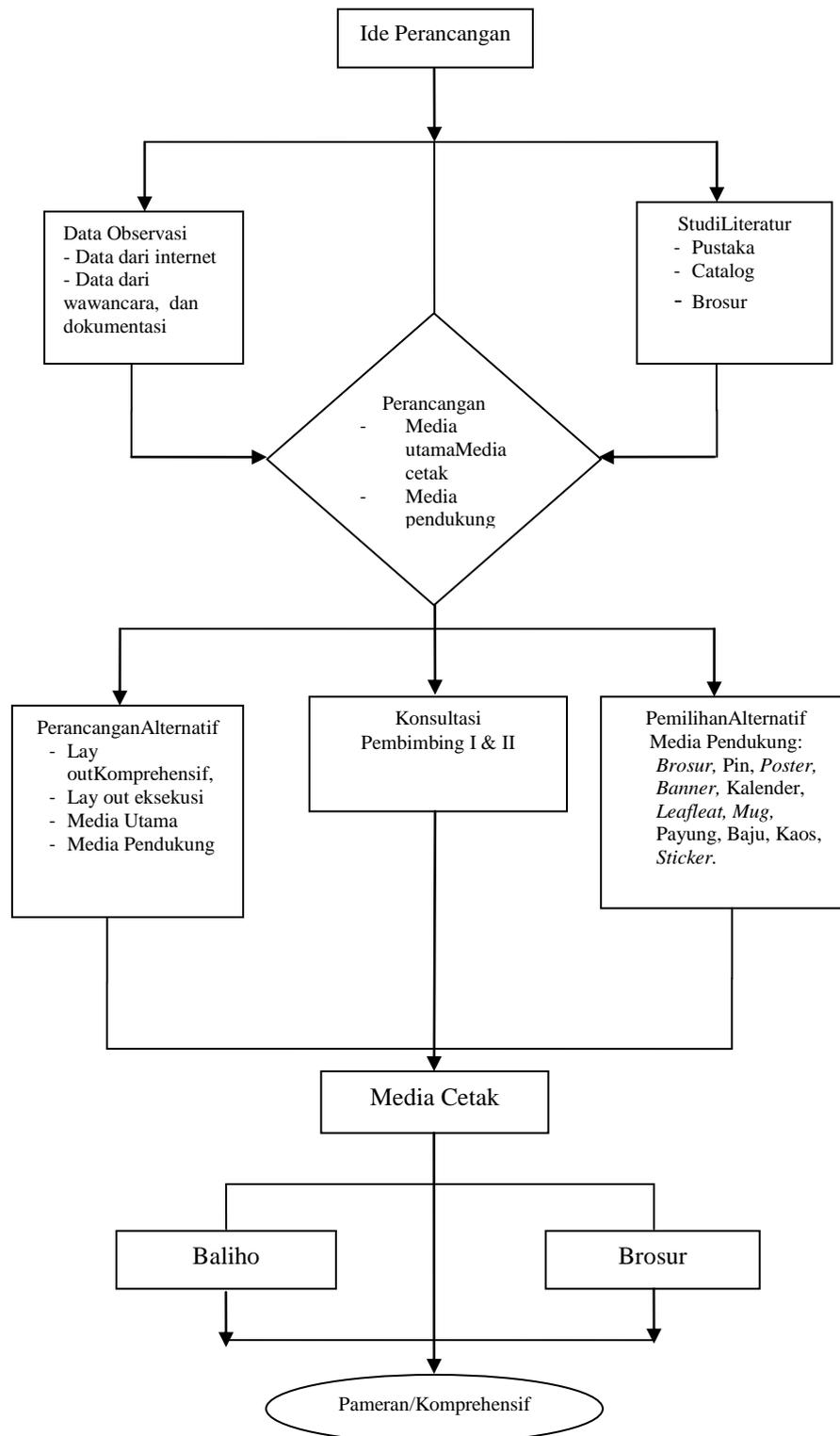
1. **Teks** adalah dasar dari semua aplikasi tampilan layar yang mempertunjukkan kata-kata yang mungkin dibuat dengan berbagai *style* dan bentuk *font*, pengaturan warna serta pembubuhan beberapa penekanan agar memperoleh perhatian lebih dari yang lain.

2. **Image** disebut gambar (gambar vektor maupun gambar bitmep). Melihat gambar dari suatu objek memiliki dampak yang lebih baik bila dibandingkan dengan hanya membaca teks saja.
3. **Movie** mampu memberikan gambaran yang lebih jelas dari rill dengan menghadirkan rekaman gambar hidup dari video.
4. **Animasi** dengan bantuan animasi (gambar yang bergerak-gerak), dapat menjelaskan sesuatu lebih akurat jika dibandingkan dengan informasi *movie* yang berjalan dan berlalu.
5. **User control** adalah kelengkapan atau fasilitas yang dipergunakan oleh user untuk mengendalikan program.

Dari penjelasan diatas dapat penulis simpulkan tujuan dari promosi adalah :

- a. Menyebarkan informasi produk kepada target pasar potensial.
- b. Untuk mendapatkan kenaikan penjualan.
- c. Untuk mendapatkan pelanggan baru dan menjaga kesetiaan pelanggan.
- d. Untuk menjaga kestabilan penjualan.
- e. Membedakan serta mengunggulkan produk dibanding produk pesaing.
- f. Membentuk citra produk di mata konsumen sesuai dengan yang diinginkan.

C. Kerangka Konseptual



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan Perancangan Promosi Pariwisata Kota Solok Provinsi Sumatera Barat dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Promosi yang menarik perhatian menggunakan media outdoor, seperti baliho, karena adanya renovasi pembaharuan dari Kota Solok.
2. Membuat rancangan promosi bagi pariwisata yang sedang terkendala yaitu ketidak tahuan masyarakat setempat dan apa saja media pendukung dari Kota Solok tersebut.
3. Rancangan promosi yang dikemukakan bertujuan untuk menarik perhatian masyarakat setempat dan masyarakat di luar Kota Solok yang belum mengenal obyek-obyek dan budaya yang sedang berkembang di Kota solok. Dengan mempertimbangkan unsur tipografi, warna, komposisi, balance, dan tidak melupakan syarat yaitu mudah dibaca, kejelasan pesan, dan menarik.

B. Saran-saran

Berdasarkan perancangan promosi Kota Solok Provinsi Sumatera Barat dapat di simpulkan saran yaitu :

1. Bagi Dinas Pariwisata Kota Solok agar selalu memperhatikan obyek-obyek pariwisata yang berpotensi sebagai investasi Kota Solok.

2. Bagi perancangan lain yang akan merancang sebuah promosi apapun sebelum merancang persiapan data dan masalah yang di kemukakan harus jelas. Sehingga dalam pengerjaan kaya akhir dapat diselesaikan dengan mudah.

DAFTAR RUJUKAN

- A.J. Burkart dan S. Medik 1987. *Pariwisata Indonesia*. Jakarta. Pustaka Umum
- Buku Sanitasi Putih* Pemerintah Daerah Kota Solok Tahun 2010
- Darmaprawira. 2002. *Pengertian Warna*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Djamarah 1995. *Komunikasi*. Jakarta. Erlangga
- Kusrianto, Adi. 2007. *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta. Erlangga
- Mulyana Deddy 2005. *Defenisi-defenisi Komunikasi*. Jakarta. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Purnamawati dan Eldarni 2001. *Media Pembelajaran*. Jakarta. Erlangga
- Rustan Suriyanto, 2009. *Layout Kasar dan Penerapannya*. Jakarta. Gramedia Pustaka Utama
- Rohani, Ahmad. 1997. *Media Instruksional Edukatif*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Sarwono dan Lubis 2007. *Metodologi Penelitian*. Jakarta
- Salah Wahab (Oka A Yoeti) 1994. *Pariwisata secara Umum*. Jakarta. PT Balai Pustaka.
- Suyanto (2011). *Desain grafis*. Jakarta. Gramedia Pustaka Utama
- William I. Gorden (Mulyana) 2005. *Fungsi Komunikasi*. Jakarta. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- <http://911medical.blogspot.com/2009/07/makalahpengertian-desain-grafis-menurut.html>
- [http://sunardipw.blogspot.com/2005/07/definisi-prinsip-dan-istilah desain.html](http://sunardipw.blogspot.com/2005/07/definisi-prinsip-dan-istilah_desain.html), (online) di akses 18 mai 2011
- <http://id.shvoong.com/lifestyle/fashion-and-beauty/1990865-prinsip-prinsip-desain/>, (online) di akses 18 mai 2011.
- <http://puslit.petra.ac.id/journals/design/>, diakses 27 mai 2011

<http://kamissore.blogspot.com/2010/06/cara-mudah-membuat-banner-baliho.html>
diakses 7 maret 2012

<http://blog.unila.ac.id/redha/2009/02/23/analisis-swot-pengertian-swot-pengantar-swot/>, (online) diakses 2 May 2011.

<http://definisi-pengertian-promosi-fungsi-tujuan-bauran-promosi-promotional-mix-produk/2008/htm>, (online) diakses 27 May 2011.

http://lorco.biz/safety/company_profil_lorco.pdf, (online) diakses April 2011.

<http://eko13.wordpress.com/2008/03/16/pengertian-kreativitas/>, (online) diakses 6 Juni 2011.

<http://javareklame.blogspot.com/2012/01/macam-macam-iklan-luar-ruang-billboard.html>