

PERANCANGAN MOTION GRAPHIC PROMOSI WISATA ALAM KOTA PADANG

Andhika Firsenda¹, Syafwan²
Universitas Negeri Padang
Universitas Negeri Padang
Email : andhikafirsenda20@gmail.com

ABSTRAK

Sumatera Barat mempunyai potensi besar dibidang pariwisata. Potensi tersebut sangat bermacam-macam dan tidak kalah dari daerah lain. Salah satu daerah yang kaya akan keindahannya adalah Kota Padang. Kota Padang terdapat beragam rona keindahan alam seperti gunung, sungai, pantai, dan perbukitan. Maraknya muncul objek wisata alam yang ada di Kota Padang saat ini dan besarnya kebutuhan masyarakat untuk berekreasi, serta keinginan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Padang, perlu dibuatkan media dengan judul “Perancangan *Motion Graphic* Promosi Wisata Alam Kota Padang”.

Metode Perancangan *Motion Graphic* Promosi Wisata Alam Kota Padang menggunakan metode perancangan *glass box* dan *black box*. Hasil dari Perancangan *Motion Graphic* Promosi Wisata Alam Kota Padang berupa video berformat H264 atau MP4 dengan resolusi HDTV 720p 25fps dan dipromosikan di media sosial. Selain media utama, perancangan ini memakai media pendukung berupa poster, *x-banner*, *t-shirt*, mug, *sticker*, *totebag* dan gantungan kunci.

Hasil rancangan *Motion Graphic* ini, guna mempromosikan wisata alam yang ada di Kota Padang yang bisa dimanfaatkan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Padang untuk menunjang promosi wisata alam Kota Padang yang lebih Kreatif dan Inovatif.

Kata Kunci : Pariwisata, Motion Graphic, Kota Padang

ABSTRACT

West Sumatera have a great potential in the field of tourism. The potential is very diverse and is not inferior to other regions. One area that has great tourism potential in West Sumatera is Padang City. The city of Padang has a variety of natural beauty such as mountains, rivers, beaches, and hills. Because there are a lot of nature tourism in Padang city and the magnitude of the community for recreation, as well as the wishes of the Departement of Tourism and Culture of Padang, The media needs to be made with the tittle “Designing motion graphic for the promotion of nature tourism in Padang”.

The design of motion graphic regarding the promotion of natural tourism in Padang using glass boxes and black boxes method. The Result of motion graphic in the form of H264 or MP4 format video with HD 720P resolution 25fps and promoted on social media. In addition to the main media, this design also uses supporting media in the form of posters, x-banners, t-shirts, mugs, stickers, totebags, dan key chains. The Result of this motion graphic design, in order to promote natural of tourism in the city of Padang. The motion graphic result are also utilized by the departement of tourism and culture of Padang to support the promotion of nature tourism that is more creative and innovative.

Keywords : Tourism, Motion Graphic, City of Padang

A. Pendahuluan

Sumatera Barat mempunyai potensi besar dibidang pariwisata. Potensi tersebut sangat bermacam-macam dan tidak kalah dari daerah lain. Berbagai jenis destinasi pariwisata dapat ditemukan di setiap kota dan daerah di Sumatera Barat. Sumatera Barat memiliki keunggulan komparatif dalam kepariwisataan Indonesia, selain dikelilingi oleh berbagai keindahan panorama alam, keunikan adat istiadat, seni, berbagai situs tempat bersejarah, dan kekayaan alam yang dapat menarik banyak wisatawan domestik maupun wisatawan mancanegara. Salah satu daerah yang kaya akan keindahannya adalah Kota Padang. Kota Padang adalah salah satu kota tertua dipesisir barat dari pulau Sumatera.

Kota Padang mempunyai berbagai instansi pemerintahan yang mengatur jalannya pembangunan. Instansi-instansi tersebut mempunyai peran masing-masing untuk kepentingan dan kemajuan kota. Salah satunya adalah Dinas Pariwisata dan Kebudayaan. Dinas Pariwisata dan Kebudayaan adalah instansi pemerintahan di Kota Padang yang mengelola bidang-bidang pariwisata di Kota Padang yang berlokasi di Jalan Gandaria no.56 Jati Baru, Kecamatan Padang Timur, Kota Padang, Sumatera Barat. Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Padang mengelola fasilitas maupun kebutuhan yang perlu dibenahi pada tempat-tempat wisata di Kota Padang. Juga Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Padang memfasilitasi setiap kegiatan yang berhubungan dengan seni dan budaya pada event-event tertentu.

Berdasarkan pengamatan dan data yang sudah penulis kumpulkan, bahwa Kota Padang memiliki potensi wisata alam yang sangat bagus. Namun banyak wisatawan yang tidak mengetahui potensi dari wisata alam ini dikarenakan wisatawan biasanya hanya mengenal wisata Pantai Padang sebagai salah satu destinasi wisata, padahal Kota Padang juga terdapat beragam rona keindahan alam seperti gunung, sungai, pantai, dan perbukitan. Objek wisata alam Kota Padang yang menjadikan Kota Padang menjadi kota destinasi wisata seperti: Gunung Padang, Bukit Gado-Gado, Pemandian air dingin Lubuk Minturun, Taman Hutan Raya Bung Hatta, Wisata Rumah Bangau, Bukit Lampu, Lubuk Tempurung, Air Terjun Tigo Tingkek, Gunung Meru, Air Terjun Sarasah, dan lain-lain. (Profil Pariwisata Kota Padang, 2017).

Pengembangan potensi wisata alam Kota Padang masih terbilang belum maksimal dan terpublikasi dan dibenahi sebagaimana idealnya suatu pariwisata. Meskipun sebagian objek wisata tersebut ada yang sudah dipromosikan dan belum dipromosikan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Padang. Padahal wisata alam yang berpotensi sebagai destinasi wisata alam Kota Padang ini sangat banyak dan tak kalah menarik dari wisata alam daerah lain di Indonesia.

Pengenalan objek wisata tersebut dalam program pengembangan promosi pariwisata melalui pelaksanaan kegiatan *Tour de Singkarak* setiap tahunnya dan melalui festival-festival budaya menurut Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Padang masih belum efektif. Berdasarkan data tersebut,

Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Padang berusaha mempromosikan wisata alam Kota Padang yang bisa menjangkau sasaran yang lebih luas (Yanti, 2018:36).

Maraknya muncul objek wisata alam yang ada di Kota Padang pada saat ini dan besarnya kebutuhan masyarakat untuk berekreasi, serta keinginan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Padang, perancang berencana untuk membuat suatu perancangan *motion graphic 2D* sebagai promosi wisata alam. *Motion Graphic* merupakan media yang cocok untuk memberikan informasi tentang wisata, karena menurut Muhammad, Arumsari (2019) *Motion Graphic* adalah sebuah media yang berisi visual dan informasi yang efektif dan memiliki keunggulan, yaitu wisatawan dapat lebih cepat menyerap informasi dan meminimalisir banyaknya waktu yang digunakan. Pemakaian *motion graphic* dapat menyederhanakan pesan dari data yang dimiliki sebelumnya. Memecah beberapa bagian visual dapat membantu untuk menyajikan informasi sederhana tetapi tetap menarik dalam menunjukkan suatu informasi. Juga manusia lebih banyak mendapatkan informasi dari visual gambar.

Promosi wisata melalui media website dan video tidak maksimal karena hanya menampilkan video dengan konten *infographic* dan mengesampingkan informasi secara menarik. Karena itu teknik *motion graphic* dipakai dan media promosi *motion graphic* ini sebelumnya belum pernah dipakai oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Padang.

Motion graphic dibuat menjadi video yang memiliki fungsi sebagai bahan pengenalan, presentasi, maupun display. Melalui media tersebut klien dan masyarakat umum mendapatkan gambaran umum tentang perusahaan, lembaga dan produk yang ditawarkan. Pada *motion graphic* ini, pesan yang disampaikan adalah tentang informasi wisata alam Kota Padang. Melalui pemilihan media promosi yang tepat, diharapkan nantinya informasi atau pesan yang disampaikan tentang informasi wisata alam disampaikan kepada masyarakat lebih jelas, dan juga nantinya menjadi sarana promosi bagi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Padang. Karena itu penulis akan merancang tugas akhir dengan judul **“Perancangan Motion Graphich Promosi Wisata Alam Kota Padang”**

Tujuan dari perancangan ini adalah menghasilkan rancangan *Motion Graphic*, untuk mempromosikan objek wisata alam yang ada di Kota Padang agar lebih dikenal oleh masyarakat dan bisa dimanfaatkan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Padang dan menunjang promosi wisata alam Kota Padang yang lebih Kreatif dan Inovatif.

B. Metode Perancangan

Metode perancangan *motion graphic* promosi wisata alam Kota Padang menggunakan metode perancangan *glass box* dan *black box*. Menurut Herdian, Diki (2019) metode *glass box* adalah merancang berdasarkan analisis dan data yang menghasilkan *output* desain. Pada metode *black box* menurut Soedarwanto, Hady (2020) adalah secara imajinasi desainer membayangkan dirinya seperti didalam kotak hitam yang

tidak dapat melihat dan tidak dapat mengambil informasi apapun selain berpadu kepada informasi yang dimiliki oleh dirinya sendiri. Perancangan dilakukan dengan menggunakan metode *glass box* untuk mengumpulkan data-data yang valid dari objek-objek wisata alam Kota Padang tersebut dan menggunakan metode *black box* untuk menghasilkan desain dari ide-ide yang berasal dari pengalaman dan pengetahuan perancang sendiri.

Perancangan *motion graphic* ini diawali dengan metode pengumpulan data yaitu cara yang dilakukan perancang dalam memperoleh data, baik data dari lapangan (data primer) maupun kajian pustaka (data sekunder). Perancangan *motion graphic* promosi wisata alam Kota Padang ini dilakukan dengan penelusuran target audiens wisatawan dari semua kalangan, terutama kalangan muda usia 17-25 tahun, dan juga menggunakan pengalaman dan pengetahuan dari perancang. Data ini kemudian diolah untuk menghasilkan ide-ide dalam perancangan *motion graphic* promosi wisata alam Kota Padang.

C. Metode Analisis Data

Setelah mengumpulkan data-data yang berkaitan dengan wisata alam kota Padang, selanjutnya dilakukan analisis berdasarkan data-data tersebut. Pada perancangan *motion graphic* promosi wisata alam Kota Padang ini metode yang digunakan adalah analisis data 5W+1H. Beberapa pertanyaan yang diajukan dalam menganalisis melalui metode 5W+1H seperti :

1. What (apa yang dirancang)

Rancangan yang akan dibuat adalah *motion graphic* yang berfungsi sebagai media promosi untuk mengenalkan objek wisata alam yang dimiliki Kota Padang. Dari rancangan tersebut akan menampilkan ilustrasi-ilustrasi dan foto-foto dari keunikan yang ada dari masing-masing tempat objek wisata tersebut.

2. When (kapan dipublikasikan)

Motion graphic promosi wisata alam ini akan dipublikasikan penulis setelah karya akhir dan ujian akhir selesai dengan tuntas.

3. Where (dimana akan ditayangkan)

Motion Graphic ini ditayangkan di bagian pemasaran Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Padang dan juga melalui sosial media karena para wisatawan akan lebih mudah untuk mengetahuinya.

4. Who (siapa target audience)

Motion graphic ini dirancang untuk memberikan wawasan tentang wisata alam kota Padang dengan target audience masyarakat umum terutama dari kalangan muda yang berusia 17-25 tahun.

5. Why (kenapa dipublikasikan)

Perancangan ini bertujuan untuk memberikan pengetahuan kepada masyarakat tentang objek wisata alam kota Padang serta potensinya serta lokasi dari objek wisata tersebut.

6. How (bagaimana perancangan dilakukan)

Perancangan dilakukan dengan menampilkan keindahan dari objek wisata alam kota Padang dengan keunikan-keunikan yang dimiliki serta lokasi dari objek wisata tersebut dengan menggunakan media *motion graphic* dengan ilustrasi *flat design*.

D. Pembahasan

1. Media Utama

Perancangan *Motion Graphic* Promosi Wisata Alam Kota Padang ini disampaikan melalui media *Motion Graphic*. Pada dasarnya *Motion Graphic* adalah grafis yang menggunakan potongan-potongan gambar atau frame yang digabungkan sehingga menghasilkan sebuah video.

Peran *motion graphic* dalam promosi wisata alam Kota Padang sangat diperlukan karena *motion graphic* adalah sebuah media yang berisikan visual dan informasi yang efektif dan memiliki keunggulan, yaitu wisatawan dapat lebih cepat menyerap informasi dan meminimalisir banyaknya waktu yang digunakan. Penggunaan *motion graphic* dapat menyederhanakan pesan dari data yang sebelumnya

didapat. Selain itu, manusia juga lebih banyak memperoleh informasi dari sistem visual.

Penayangan motion graphic ini akan mengarah kepada sosial media seperti instagram, facebook, dan youtube karena pada saat ini masyarakat lebih banyak menggunakan sosial media dan mengakses informasi melalui internet.

2. Konsep Verbal

Perancangan Motion Graphic Promosi Wisata Alam Kota Padang ini selain menggunakan metode motion graphic yang menggerakkan suatu objek gambar diam menjadi seolah-olah hidup dan bergerak, juga akan ditambahkan konsep verbal berupa narasi yang dibawakan oleh narator dengan Bahasa Indonesia yang sederhana agar pesan dan informasi dengan mudah dimengerti oleh audiens.

3. Konsep Visual

a. Format Visual

Perancangan Motion Graphic ini memiliki unsur utama dalam bentuk *flat design* yang diolah dengan software Adobe Photoshop untuk mengilustrasikan dari setiap tempat wisata alam di Kota Padang. Untuk itu perancang perlu untuk memperhatikan bagaimana agar *flat design* menjadi sorotan utama yang mendominasi dalam Motion Graphic ini. Perancang

juga memakai simbol-simbol pada perancangan agar memudahkan audiens untuk memahami informasi yang disajikan serta menggunakan tipografi sebagai penegas informasi dalam motion graphic.

b. Fotografi

Pemilihan foto pada perancangan motion graphic promosi wisata alam Kota Padang ini diperlukan foto yang menarik agar mudah dipahami dan juga memperhatikan sisi estetis agar foto menarik minat target audiens. Penggunaan foto berwarna agar menampilkan kondisi kekinian secara utuh dari tempat tersebut.

c. Visualisasi Warna

Pemakaian warna pada perancangan ini menggunakan warna yang cerah. Pemilihan pada warna disesuaikan dengan isi pesan yang ingin disampaikan dan berpengaruh pada target audiens. Metode warna yang akan diterapkan pada perancangan media utama dan pendukung adalah :

- a. RGB(Red, Green and Blue) akan di terapkan pada media elektronik.
- b. CYMK(Cyan, Magenta, Yellow and Black) akan di terapkan pada media cetak.

d. Visualisasi Huruf

Font yang digunakan memiliki tingkat keterbacaan yang jelas dan bisa dipakai ke berbagai media yang diperlukan, baik media elektronik maupun media cetak. Pemilihan alternatif font pada perancangan motion graphic promosi wisata alam Kota Padang ini menggunakan font *Comic Sans MS*, *Tahoma*, dan *Nathan*. Font ini dipilih karena tingkat keterbacaan yang jelas dan sesuai dengan bentuk karakter dalam perancangan motion graphic ini. Adapun font yang akan dipakai adalah sebagai berikut :

a. *Comic Sans MS*

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

b. *Tahoma*

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

c. *Nathan*

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

E. Final Desain

1. Media Utama

| | |
|--|---|
|  <p>00.07</p> |  <p>00.15</p> |
|  <p>00.19</p> |  <p>00.25</p> |
|  <p>00.34</p> |  <p>00.41</p> |
|  <p>00.44</p> |  <p>01.08</p> |
|  <p>01.16</p> |  <p>01.29</p> |

| | |
|--|---|
| <p>BUKIT GADO-GADO</p> <p>01.32</p> |  <p>BUKIT GADO-GADO</p> <p>01.48</p> |
|  <p>BUKIT GADO-GADO</p> <p>Rp.350.000</p> <p>02.06</p> |  <p>02.16</p> |
| <p>BUKIT LAMPU</p> <p>02.19</p> |  <p>BUKIT LAMPU</p> <p>02.35</p> |
|  <p>02.46</p> | <p>GUNUNG MERU</p> <p>02.49</p> |
|  <p>GUNUNG MERU</p> <p>03.07</p> |  <p>03.16</p> |
| <p>TAMAN HUTAN RAYA BUNG HATTA</p> <p>03.19</p> |  <p>TAMAN HUTAN RAYA BUNG HATTA</p> <p>03.41</p> |

| | |
|---|---|
|  <p>03.53</p> | <p>WISATA RUMAH BANGAU</p> <p>03.56</p> |
|  <p>WISATA RUMAH BANGAU</p> <p>04.13</p> |  <p>04.23</p> |
| <p>PEMANDIAN AIA DINGIN LUBUK MINTURUN</p> <p>04.28</p> |  <p>PEMANDIAN AIA DINGIN LUBUK MINTURUN</p> <p>04.43</p> |
|  <p>PEMANDIAN AIA DINGIN LUBUK MINTURUN</p> <p>04.48</p> |  <p>04.56</p> |
| <p>AIR TERJUN SARASAH</p> <p>05.01</p> |  <p>AIR TERJUN SARASAH</p> <p>05.15</p> |
|  <p>AIR TERJUN SARASAH</p> <p>05.20</p> |  <p>05.28</p> |

| | |
|--|--|
| <p>AIR TERJUN TIGA TINGKAT</p> <p>05.33</p> |  <p>AIR TERJUN TIGA TINGKAT</p> <p>05.49</p> |
|  <p>AIR TERJUN TIGA TINGKAT</p> <p>05.51</p> |  <p>05.58</p> |
| <p>LUBUK TEMPURUNG</p> <p>06.02</p> |  <p>LUBUK TEMPURUNG</p> <p>06.20</p> |
|  <p>06.29</p> |  <p>06.46</p> |

2. Media Pendukung



Poster



X-Banner



Mug



Baju



Sticker



Totebag



Gantungan Kunci

F. Penutup

1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari Perancangan Motion Graphic Promosi Wisata Alam Kota Padang, maka didapatkan kesimpulannya sebagai berikut :

Dengan adanya Perancangan Motion Graphic sebagai Promosi Wisata Alam Kota Padang ini diharapkan informasi tentang Wisata Alam Kota Padang tersampaikan dengan baik kepada masyarakat. Perancangan Motion Graphic ini diharapkan dapat menambah wawasan masyarakat tentang Wisata Alam yang ada di Kota Padang.

Dalam Perancangan Motion Graphic Promosi Wisata Alam Kota Padang ini, selain menggunakan media utama berupa Motion Graphic, juga perancangan ini menggunakan media pendukung seperti Poster, X-banner, Mug, Baju, Sticker, totebag, dan Gantungan kunci. Media

pendukung ini diharapkan dapat membantu media utama dalam memberikan informasi kepada masyarakat.

2. Saran

Berdasarkan dari Perancangan Motion Graphic Promosi Wisata Alam Kota Padang, didapatkan beberapa saran sebagai berikut :

- 1) Diharapkan pembuatan Motion Graphic Promosi Wisata Alam kota Padang ini digunakan dengan sebaik-baiknya, sehingga pesan yang disampaikan dan tujuan yang diharapkan dapat tercapai
- 2) Diharapkan dengan adanya Motion Graphic ini Dinas Pariwisata dan khususnya masyarakat kota Padang dapat menjaga dan melestarikan wisata alam yang ada di kota Padang ini
- 3) Diharapkan dengan adanya Motion Graphic ini informasi tentang Wisata Alam Kota Padang semakin banyak diminati dengan tampilan yang baru, lebih menarik, tidak monoton, serta menambah wawasan baik masyarakat Indonesia maupun masyarakat kota Padang khususnya

Daftar Rujukan

- Herdian, Diki, and M. Si Syafwan. Perancangan Cerita Bergambar Permainan Tradisional Minangkabau Cak Bur. *DKV: Jurnal Desain Komunikasi Visual* 9.1 (2019).
- Muhammad, Arumsari. (2019). Perancangan Motion Graphic Sebagai Media Informasi Wisata Kompleks Percandian Batujaya Kabupaten Kerawang. *Jurnal S1 Desain Komunikasi Visual*.
- Oktavianus, Y., & Kamal, M. N. (2019). Video Promosi Wisata Kuau Kuliek Nagari Sungai Buluah. *DEKAVE: Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 8(4).
- Situmorang, N. S., Syafwan, M. S., & Heldi, I. (2018). Perancangan Website Promosi Kepariwisata Kota Padangsidempuan. *DEKAVE: Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 8(2).
- Soedarwanto, Hady. (2020). Metode Black Box, (Online). <https://docplayer.info/48000205-Metode-black-box-hady-soedarwanto-st-m-ds-modul-ke-fakultas-fakultas-desain-dan-seni-kreatif-program-studi-desain-produk.html> (diakses tanggal 3 Juni 2020).
- Yanti. (2018). Analisis Pengembangan Sektor Pariwisata di Kota Padang. *Journal of Economic and Management Sciences*.