

**PERANCANGAN BUKU OBJEK WISATA
KOTA PADANG**



Ria Sofiana
14539/2009

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
JURUSAN SENIRUPA
FAKULTAS BAHASA DAN SENI
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
Wisuda Periode Septembar 2013**

PERSETUJUAN PEMBIMBING

**PERANCANGAN BUKU OBJEK WISATA
KOTA PADANG**

Ria Sofiana
14539/2009

Artikel ini disusun berdasarkan karya akhir Ria Sofiana untuk persyaratan wisuda periode September 2013 dan telah diperiksa/disetujui oleh kedua pembimbing

Padang, Juli 2013

Dosen Pembimbing I



Drs. Ariusmedi, M.Sn
NIP 19620602.198903.1.003

Dosen Pembimbing II



Ishakawi, S.Pd, M.Ds
NIP 19621115.198911.1.001

PERANCANGAN BUKU OBJEK WISATA KOTA PADANG

Ria Sofiana¹, Ariusmedi², Ishakawi³
Program Studi Desain Komunikasi Visual
FBS Universitas Negeri Padang
Email : r_sofiana@ymail.com

Abstrak

Tujuan karya akhir ini adalah (1) Perancangan buku sebagai media promosi dan informasi bagi masyarakat Kota Padang ataupun luar Kota Padang, yang membahas mengenai objek-objek wisata yang ada di Kota Padang (2) Merancang buku yang menarik, menentukan warna, tipografi, *layout* yang komunikatif untuk masyarakat sehinggamemiliki ciri khas tersendiri. Sumber dari karya akhir ini adalah dengan metode pengumpulan data berupa observasi lapangan,wawancara, juga melalui dokumentasi pada objek wisata di Kota Padang. Hasil karya akhir berupa buku yang komunikatif untuk masyarakat didalamnya terdapat informasi mengenai objek wisata Kota Padang dengan penjelasan dan gambar, warna, tipografi, dan *layout* yang menarik.

Kata kunci: perancangan, buku, objek wisata, Kota Padang.

Abstract

Purpose of this final work is (1) Design books as media campaigns and information for the community or outside the of Padang city, which discusses the attractions in the of Padang city (2) Designing an interesting book, specify color, typography, layout communicative to the public so that it has its own characteristics. Sources of this final work is the method of data collection in the form of field observations, interviews, as well as through the documentation on the attractions in the of Padang city. Final work in the form of a book in which there is communicative to the public information about the attraction of Padang with explanations and images, color, typography, and layout are interesting.

Keyword: design, book, attraction, Padang city.

¹Mahasiswa penulis karya akhir Prodi Desain Komunikasi Visual

²Pembimbing I, dosen FBS Universitas Negeri Padang

³Pembimbing II, dosen FBS Universitas Negeri Padang

A. Pendahuluan

Kota Padang merupakan salah satu kota tertua di pesisir barat pulau Sumatera. Ketika itu Padang belum begitu penting karena arus perdagangan orang Minang mengarah ke pantai timur melalui sungai-sungai besar. Makna Kota Padang adalah suatu hamparan yang cukup luas. Makna inilah yang menjadi inspirasi lahirnya nama Kota Padang. Kota Padang lama pada mulanya adalah sebuah kampung kecil ditepi Batang Arau bernama “*Kampung Batuang*” (Kampung Batang), daerah ini sekarang bernama Aur Duri. Kota Padang lama mulanya dihuni oleh nelayan pembuat garam dan peniaga yang datang dari daerah pedalaman ranah Minangkabau.

Kota Padang mempunyai berbagai instansi pemerintahan yang mengatur jalannya pembangunan. Instansi-instansi tersebut mempunyai peran untuk kepentingan dan kemajuan kota. Salah satu instansi pemerintahan itu adalah Dinas Kebudayaan dan Pariwisata. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata merupakan instansi pemerintah Kota Padang yang mengelola bidang-bidang pariwisata yang ada di Kota Padang. Beralamat di Jl. Samudera No.1 Padang. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Padang mengelola fasilitas maupun kebutuhan yang perlu dibenahi pada tempat-tempat wisata di Kota Padang. Selain itu Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Padang, juga memfasilitasi setiap kegiatan yang berhubungan dengan seni dan budaya pada *event-event* tertentu misalnya pada acara *Padang Fair* dalam memperingati hari ulang tahun Kota Padang, pemilihan Uda dan Uni Kota Padang juga *Tour De' Singkarak* yang di laksanakan setiap tahunnya.

Berdasarkan pengamatan dan data awal yang sudah penulis dapatkan bahwa Kota Padang memiliki potensi wisata yang sangat bagus bahkan hampir setara keindahan alamnya dengan objek wisata yang ada di Pulau Bali. Di Kota Padang terdapat beragam rona keindahan alam seperti pantai, teluk, sungai dan perbukitan. Di

Kota Padang selain terdapat alam yang asri juga mempunyai beragam kebudayaan seperti adat istiadat, barang-barang kerajinan, makanan khas, kesenian, tempat-tempat bersejarah, kekhasan arsitektural kota serta fasilitas wisata.

Bila dilihat objek wisata di Kota Padang, masih ada beberapa objek wisata yang sedikit pengunjung bahkan jarang pengunjung yang datang berekreasi. Dikarenakan banyak para pengunjung yang tidak tahu adanya objek wisata dan lokasi objek wisata tersebut. Ketidaktahuan akan adanya objek wisata dan lokasi oleh masyarakat menyebabkan sedikitnya bahkan berkurangnya pengunjung yang datang berekreasi ke objek wisata tersebut. Padahal objek wisata di Kota Padang banyak yang berpotensi untuk dikunjungi sebagai tempat berlibur dan berekreasi bagi masyarakat di dalam maupun luar Kota Padang.

Sebagian objek wisata tersebut sudah ada yang dipromosikan dan ada yang belum dipromosikan. Adapun media yang digunakan untuk mempromosikan objek wisata tersebut, antara lain: iklan radio lokal, *billboard*, baliho, brosur, stasiun TV lokal, dan teknologi seperti *website*. Tetapi masih belum rinci yang diperoleh dari *website*, juga promosi belum terlalu efektif untuk memberikan informasi kepada masyarakat.

Penjelasan tentang objek wisata dan lokasi objek wisata melalui media-media yang disebutkan tersebut dirasa oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Padang masih belum efektif. Berdasarkan data tersebut, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Padang berupaya untuk mempromosikan Kota Padang yang dapat menjangkau sasaran yang lebih luas. Untuk itu diperlukan sebuah media yang dapat dijadikan sebagai acuan dimana saja tempat-tempat wisata yang ada di Kota Padang. Dengan adanya media promosi yang lebih rinci dapat digunakan oleh masyarakat untuk mengetahui tempat-tempat objek wisata di Kota Padang, agar masyarakat dapat

datang langsung pada tujuan wisata. Salah satu media yang dapat memuat dengan rinci tempat-tempat objek wisata Kota Padang adalah dengan buku.

Untuk mendapatkan suatu pesan atau informasi, banyak cara yang dapat digunakan. Salah satu caranya dengan melihat ataupun membaca. Buku dalam arti luas adalah semua tulisan dan gambar yang ditulis dan dilukiskan atas segala macam lembaran *papyrus*, lontar, perkamen dan kertas dengan segala bentuknya. Berupa gulungan, dilobangi dan dijilid muka belakangnya dengan kulit, kain, karton dan kayu. Rustan (2009:122) “Buku berisi lembaran halaman yang cukup banyak, sehingga lebih tebal daripada *booklet*. Pada buku penjilidan yang baik merupakan keharusan agar lembar-lembar kertasnya tidak tercerai-berai”.

Dalam perancangan buku ini, akan ditampilkan informasi mengenai objek wisata yang ada di Kota Padang dan beberapa alternatif desain yang sesuai dengan unsur-unsur desain maupun prinsip desain seperti *font*, warna, *layout*, gambar yang nantinya akan ditentukan sebagai final desain. Keunggulan lain dari media buku ini adalah media ini menarik bagi masyarakat karena dilengkapi dengan foto yang menarik dan jelas, sehingga masyarakat mudah menangkap informasi didalamnya.

Perancangan buku objek wisata ini harus memperhatikan unsur-unsur desain. Ada beberapa unsur desain yang perlu diketahui sebelum memulai mendesain, sehingga dapat menghasilkan desain yang harmonis, menarik dan pesan dalam desain tersebut dapat tersampaikan dengan baik. Unsur-unsur tersebut terdiri dari 1) titik, 2) garis, 3) bidang, 4) ruang, 5) warna dan 6) tekstur” (Kusrianto, 2007:10).

Selain itu, setiap unsur-unsur visual harus dikenali secara cermat sehingga dapat berperan optimal saat satu sama lain dipadukan atau dirancang. Setiap perancang dapat mengembangkan metodenya masing-masing sesuai dengan pola kebiasaan, alat yang digunakan, dan sebagainya. Sekalipun begitu terdapat beberapa

prinsip perancangan yang dapat dijadikan pedoman untuk menghasilkan mutu perancangan yang baik.

Untuk menghasilkan karya desain yang bagus, perlu diperhatikan masalah komposisi. Kusrianto (2007:35) “Komposisi adalah pengorganisasian unsur-unsur dalam desain secara harmonis antara bagian dengan bagian, maupun antara bagian dengan keseluruhan”. Komposisi yang harmonis dapat diperoleh dengan mengikuti kaidah atau prinsip-prinsip komposisi, yaitu 1) kesatuan (*unity*), 2) keseimbangan (*balance*), 3) irama (*ritme*), 4) kontras, 5) fokus, 6) proporsi dan 7) *harmony*. (Kusrianto,2007:35).

Berdasarkan uraian diatas maka tujuan perancangan buku ini adalah sebagai media informasi bagi masyarakat Kota Padang ataupun luar Kota Padang tentang objek wisata Kota Padang dan promosi objek wisata bagi dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Padang

B. Metode Perancangan

Metode pengumpulan data karya akhir ini adalah observasi. Observasi ialah metode atau cara-cara menganalisa dan mengadakan pencatatan secara sistematis mengenai tingkah laku dengan melihat atau mengamati individu atau kelompok secara langsung.

Untuk memperkuat rancangan, maka diperlukan sebuah metode yang dapat menyempurnakan perancangan. Dalam bukunya “Studi Kasus Desain dan Metode”, Yin (2013:14) “penggunaan metode 5W+1H adalah untuk menentukan jawaban yang telah diketahui mengenai suatu topik, agar peneliti dapat mengembangkan pertanyaan-pertanyaan yang lebih tajam dan bermakna”. Analisa 5W+1H adalah sebuah analisa yang dikembangkan dari 3W (*What? Why? What of it?*) yang

dicetuskan oleh Wilkinson pada tahun 1880-an. Kemudian dari 3W ini dikembangkan dan diabadikan menjadi 5W+1H oleh Kipling dalam bukunya "*Just So Stories*" tahun 1902. http://en.wikipedia.org/wiki/Five_W%27s (online) 6 Juli 2013.

Berdasarkan penjelasan tersebut, maka metode analisis yang digunakan pada proses "***Perancangan Buku Objek Wisata Kota Padang***" adalah metode analisis data 5W+1H (*What, Where, When, Who, Why, How*). Yaitunya rancangan apa yang akan dibuat (*What*), dimana akan diletakkan (*Where*), kapan akan disosialisasikan (*When*), siapa target (*Who*), mengapa dipublikasikan (*Why*), dan bagaimana merancang (*How*).

1. *What* (rancangan apa yang akan dibuat)

Rancangan yang akan dibuat berupa media buku yang akan berfungsi sebagai media promosi untuk mengenalkan objek wisata yang ada di Kota Padang. Rancangan tersebut akan menampilkan foto, keterangan dan keunikan apa saja yang ada dari masing-masing tempat objek wisata.

2. *Where* (dimana akan diletakkan)

Buku ini akan diletakkan di bagian pemasaran Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Padang, karena para wisatawan akan mudah untuk mendapatkannya.

3. *When* (kapan disosialisasikan)

Rancangan buku ini akan disosialisasikan kepada masyarakat saat adanya *event-event* tertentu yang melibatkan banyak orang. Pada acara *event-event* tersebut diharapkan tidak hanya wisatawan Nusantara yang hadir tapi juga wisatawan Mancanegara.

4. Who (siapa target)

Target yang akan dicapai pada perancangan buku ini adalah Dinas Pariwisata Kota Padang, masyarakat Kota Padang khususnya dan masyarakat umum yang ada diluar Kota Padang.

5. Why (mengapa dipublikasikan)

Buku ini di publikasikan pada masyarakat agar masyarakat tahu apa saja objek wisata Kota Padang serta potensinya dan dimana lokasi objek wisata tersebut.

6. How (bagaimana merancang)

Perancangan buku ini akan memperlihatkan keindahan objek wisata Kota Padang dengan keunikan-keunikan yang ada beserta tempat dan lokasinya melalui foto dan keterangan.

Kesimpulan dari data tersebut adalah belum tahunya masyarakat tentang objek-objek wisata yang ada di Kota Padang. Hal ini disebabkan media informasi yang didapat belum memuat dengan rinci tentang objek wisata yang ada di Kota Padang. Diperlukan media yang dapat memuat informasi secara rincibagi masyarakat, tentang objek-objek wisata yang ada di Kota Padang.

C. Pembahasan

1. Pendekatan Kreatif

Perancangan buku objek wisata Kota Padang ini berupa media cetak yang mempunyai 85 halaman, ukuran 17 x 24 cm. Keunggulan dari buku ini dapat memuat informasi yang rinci mengenai objek-objek wisata yang ada di Kota Padang dibandingkan dengan *brosur*, baliho, iklan TV, iklan radio dan juga

website Dalam buku keterangan lebih rinci dan jelas dan penyampaiannya disesuaikan dengan kondisi yang ada. Bagi wisatawan buku dapat dibawa pulang dan dapat diperlihatkan ke teman-teman. Buku lebih menarik bila didalamnya terdapat visualisasi yang khusus ditujukan untuk wisatawan, sehingga wisatawan mau berkunjung ke objek-objek wisata tersebut.

Buku yang dirancang menggunakan visualisasi yang menarik dan mudah dimengerti agar memiliki daya tarik tersendiri oleh masyarakat. Seperti *layout* yang akan ditampilkan, tipografi yang mudah dibaca dan dimengerti, warna yang memperkuat pesan serta gambar-gambar berupa foto yang menarik dan jelas. Melalui proses abstraksi yang terdiri dari upaya memahami tujuan komunikasi, melakukan identifikasi sehingga mampu menggambarkan keindahan dan keunikan masing-masing objek wisata yang dapat memberikan gambaran mengenai keindahan di Kota Padang sendiri. Kriteria buku objek wisata Kota Padang adalah sebagai berikut :

Ukuran : 17 x 24 cm
Halaman : 85 halaman termasuk *cover* depan dan belakang
Bahan : *Art Paper*
Warna : *Fullcolour*
Teknis media : *Print out digital*.

2. Konsep Kreatif

a. Tipografi

Tipografi yang digunakan pada Buku Objek Wisata Kota Padang, menggunakan tipografi yang tingkat keterbacaannya yang baik dan jelas agar informasi yang disampaikan dapat dimengerti dan dipahami oleh *user*. Sebab itu penulis memilih beberapa tipografi berikut:

a. *Arial*

ABCDEFGHIJKLMN
OP
abcdefghijklmnop
1234567890

b. *Arno Pro*

*ABCDEFGHIJKLMN
OP
abcdefghijklmnop
1234567890*

c. *Gabriola*

ABCDEFGHIJKLMN
OP
abcdefghijklmnop
1234567890

d. *Garamond Bold*

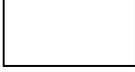
**ABCDEFGHIJKLMN
OP
abcdefghijklmnop
1234567890**

Contoh pesan verbal yang terdapat dalam media *mug* “ Jelajahi Kota Bengkoang” pesan tersebut menggunakan jenis huruf *Garamond Bold*. Sedangkan pada baju dan *X-Banner* “ *Rancak* alamku, *Rancak* Nagariku” menggunakan jenis huruf *Gabriola*.

b. Warna

Warna-warna yang dipakai dalam perancangan buku objek wisata Kota Padang adalah warna yang sesuai dengan keadaan Kota Padang. Warna-warna yang dipakai tersebut seperti terdapat pada symbol *Marawa*, yaitu merah, kuning dan hitam.

Tabel 1 : Tabel warna CMYK (*Cyan (light blue) , Magenta (pinky red), Yellow dan Black*)

warna	C	M	Y	K
	0 %	100 %	100 %	0 %
	100 %	0 %	100 %	0 %
	0 %	100 %	0 %	0 %
	100 %	100 %	0 %	0 %
	0 %	0 %	0 %	100 %
	0 %	0 %	0 %	0 %

Tabel 2 : Tabel warna CMYK (*Cyan (light blue) , Magenta (pinky red), Yellow dan Black*)

warna	R	G	B
	255	0	0
	0	255	0
	225	255	0
	0	0	255
	0	0	0
	255	255	255

c. Gambar

Berikut adalah beberapa contoh pesan visual yang terdapat dalam perancangan buku objek wisata Kota Padang:



Gambar 1
Mobil yang Dimodifikasi Menyerupai Kereta Api
Sumber: Ria Sofiana



Gambar 2
Objek Wisata Lubuk Tempurung
Sumber Koleksi: Dinas Kebudayaan Pariwisata Kota Padang



Gambar 3
Objek Wisata Danau Cimpago
Sumber: Ria Sofiana

Background adalah sebagai dasar, penambahan, atau permulaan dari proses *layout*. Tanpa adanya sebuah *background*, maka desain *layout* buku tidak menarik. Berikut merupakan contoh *background* yang digunakan dalam buku.



Gambar 4
Kulit Kayu *Background* dalam Perancangan Buku Objek Wisata Kota Padang
Sumber: Internet



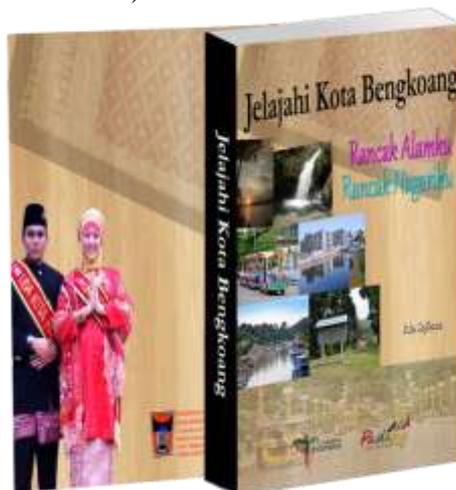
Gambar 5
Selendang *Background* dalam Perancangan Buku Objek Wisata Kota Padang
Sumber Koleksi: Kebudayaan dan Pariwisata Sumatera Barat UPTD Museum Adityawarman

d. Layout

Layout merupakan bagian penting dalam perancangan buku objek wisata Kota Padang. Desain *layout* dirancang dengan menarik dan disesuaikan dengan target audien (masyarakat). Visual, tipografi dan warna merupakan bagian penting dalam sebuah *layout*. Ketiganya saling berkaitan, jika tidak ada salah satu diantaranya maka *layout* tidak akan menjadi sempurna. Dengan demikian untuk perancangan buku objek wisata Kota Padang diperlukan penggabungan antara visual, tipografi dan warna dalam *layout*nya.

3. Final Desain

Media Utama (*Cover Buku*)



Halaman isi



Halaman 1-2



Halaman 3-4



Halaman 5-6



Halaman 7-8



Halaman 9-10



Halaman 11-12



Halaman 13-14



Halaman 15-16



Halaman 17-18



Halaman 19-20



Halaman 21-22



Halaman 23-24



Halaman 25-26



Halaman 27-28



Halaman 29-30



Halaman 31-32



Halaman 33-34



Halaman 35-36



Halaman 37-38



Halaman 39-40



Halaman 41-42



Halaman 43-44



Halaman 45-46



Halaman 47-48



Halaman 49-50



Halaman 51-52



Halaman 53-54



Halaman 55-56



Halaman 57-58



Halaman 59-60



Halaman 61-62



Halaman 63-64



Halaman 65-66



Halaman 67-68



Halaman 69-70



Halaman 71-72



Halaman 73-74



Halaman 75-76



Halaman 77-78



Halaman 79-80



Halaman 81-82



Halaman 83

D. Kesimpulan dan Saran

Perancangan buku objek wisata Kota Padang ini merupakan informasi bagi masyarakat Kota Padang ataupun luar Kota Padang, dan merupakan promosi wisata bagi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Padang sebagai instansi pemerintah yang mengelola tempat-tempat wisata. Buku ini berisikan sejumlah informasi mengenai tempat-tempat objek wisata beserta lokasi dan keunikannya. Didalamnya terdapat prinsip desain, unsur desain, tipografi, gambar, warna dan *layout* yang disesuaikan dengan teori tersebut sehingga buku ini menarik untuk dibaca masyarakat.

Diharapkan dengan adanya perancangan buku ini dapat memberikan informasi kepada masyarakat Kota Padang ataupun luar Kota Padang bahwa begitu banyak objek wisata yang ada di Kota Padang yang dapat dijadikan tujuan rekreasi bersama keluarga dan teman-teman. Sehingga tercapainya tujuan pemerintah Kota Padang untuk menjadikan Kota Padang sebagai tujuan wisata di pulau Sumatera bagian barat.

Catatan: artikel ini disusun berdasarkan karya akhir penulis dengan pembimbing I Drs. Ariusmedi, M. Sn dan pembimbing II Ishakawi, S. Pd, M. Ds.

Daftar Rujukan

Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kota Padang 2013

Kusrianto, Andi.2007.*Pengantar DesainKomunikasi Visual*. Yogyakarta: ANDI.

Rustan, Suriyanto.2009.*Layout Dasar dan Penerapannya*.Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Yin, K, Robert.2013. *Studi Kasus Desain dan Metode*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

http://en.wikipedia.org/wiki/Five_W%27s (online) 6 Juli 2013.