

**PERANCANGAM MEDIA PROMOSI PARIWISATA KOTA SOLOK
DALAM BENTUK MEDIA CETAK BALIHO**

¹SheannyOcmiSakti, ²heldi, ³yahya

**Program Studi Desain Komunikasi Visual
FBS Universitas Negeri Padang
Email: sheanny.os@gmail.com**

Abstract

Design objective is to improve the local investment Solok City, Promoting Solok City as a tourist destination city, As well as providing information and communication to the public in the city and outside the city Solok Solok Billboards using print media, the process of designing a procedural oriented information provision on society. In the design of a media campaign Solok City Tourism is in need of primary data and secondary data and then the data that has been obtained is analyzed using SWOT method. Designing generate major media ie print media and billboard media campaign supporting the main features such as posters, stickers, calendars, pins, shirts, umbrellas, banners, wall clocks and mugs.

Kata Kunci: Perancangan Media Promosi Pariwisata kota Solok dalam Bentuk Baliho

A. Pendahuluan

Kota Solok merupakan salah satu Kota yang berada di Provinsi Sumatera Barat, Indonesia. Dengan lahan yang sangat strategis, karena terletak pada lintasantar 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

¹ Mahasiswa penulis Karya Akhir Prodi Desain Komunikasi Visual untuk wisuda periode September 2012

² Pembimbing I, dosen FBS Universitas Negeri Padang

³ Pembimbing II, dosen FBS Universitas Negeri Padang

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).

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 Bareh* yang di patenkan menjadi *Ikon* Kota Soloksaat ini oleh Pemerintah Daerah.

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,tradisibudaya seperti *bararak*, *transportasitraditionalseperti* 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 *lansuang inyiak gulambai* ada juga batu *lasuang Baiduang*keistimewaan batu iniadalah 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).

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, berisipesan atau informasi gambar dan kata-kata dipasang di tempatterbuka 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).

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“.

Dalam pembuatan Baliho ini dibutuhkan data-data untuk perancangan iklan Pariwisata Kota Solok ini adalah: Data Primeryaitu data yang didapatkan dari Dinas Pariwisata Kota Solok dan Data Sekunder yaitu dokumentasidengan menggunakan *camera digital*untukmemuat fakta dan mengumpulkan beberapa contoh brosur atau *catalog* yang berkaitan dengan sejarah dan budaya Kota Solok, Data yang didapat Karenanya diperlukan Metode pemecahan masalah yaitu analisa SWOT.

Menurut Schuler (2002:170) swot adalah: (singkatan bahasa Inggris dari “kekuatan”/*strengths*, “kelemahan” / *weaknesses*, “kesempatan”/*opportunities*, dan “ancaman”/*threats*) swot adalah metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam suatu proyek atau suatu spekulasi bisnis. Proses ini melibatkan penentuan tujuan yang spesifik dari spekulasi bisnis atau proyek dan mengidentifikasi faktor

internal dan eksternal yang mendukung dan yang tidak dalam mencapai tujuan tersebut.

Melalui pendekatan kreatif diharapkan Perancangan Media Promosi Pariwisata Kota Solok dalam bentuk Media cetak Baliho ini, telah ada juga yang di publikasikan dalam media cetak atau melalui media-media interaktif lainnya namun tidak selalu sesuai dengan kriteria media promosi. Tentang hal yang dimaksud melainkan banyak yang hanya berupa himbauan-himbauan melalui radio-radio lokal atau melalui selebaran-selebaran yang sering tidak efektif dan kurang sesuai dengan kaedah-kaedah yang ada pada media promosi.

Menyikapi hal yang jadi permasalahan tersebut maka pendekatan kreatif yang dilakukan untuk mendekati fungsi keefektifan sebuah media promosi.

Richarrd (2002:14) dalam bukunya menjelaskan :

Promosi adalah suatu usaha dari pemasaran dalam menginformasikan dan mempengaruhi orang atau pihak lain sehingga tertarik untuk melakukan transaksi atau pertukaran produk barang atau jasa yang dipasarkannya.

Ada pun tujuan dari promosi adalah

1. Menyebarkan informasi produk kepada target pasar potensial
2. Untuk mendapatkan kenaikan penjualan dan profit
3. Untuk mendapatkan pelanggan baru dan menjaga kesetiaan pelanggan
4. Untuk menjaga kestabilan penjualan ketika terjadi lesu pasar
5. Membedakan serta mengunggulkan produk dibanding produk pesain
6. Membentuk citra produk di mata konsumen sesuai dengan yang diinginkan.

Menciptakan media promosi yang di sesuaikan dengan fungsinya, keterkaitan fungsi tentunya memilih audien, media publikasi, dan sejenis

pesan yang di sampaikan.Maka diperlukan suatu pendekatan kreatif untuk merancang bagaimana penyampaian pesan yang akan disampaikan dengan mempertimbangkan Tujuan kreatif yakni dapat menciptakan iklan yang efektif dan efisien, kemudian Startegi kreatif merupakan konsep dan penerapan desain, berdasarkan data-data yang telah diperoleh dari hasil riset seluruh aspek untuk memaksimalkan daya tarik visual.Perancangan iklanmelalui media cetak ini menggunakan bahasa formal yaitu bahasa Indonesia, dan dalam perancangan pesan verbal juga menggunakan *headline dan subheadline* yang dapat dimengerti masyarakat. Sedangkan Pesan visual yang disampaikan adalah berupa pesan yang berisi gambar atau foto.

B. Pembahasan

1. Konsep Perancangan

a. Konsep Visual

Dalam perancangan media promosi Pariwisata Kota Solok ini ada beberapa unsur-unsur yang dipergunakan, meliputi gambar dan teks yang digabungkan untuk menciptakan suatu kesatuan yang baru, tidak kaku dan lebih mudah dimengerti oleh target sasaran. Media ini digunakan agar semua masyarakat Kota Solok maupun di luar Kota Solok dapat mengetahui objek-objek wisata dan budaya yang ada di Kota Solok.

Media utama yang di gunakan berupa media cetak Baliho. Media cetak ini dalam penyampaian pesannya sangat terperinci dibandingkan media elektronik yang mengutamakan kecepatan,Baliho dapat terlihat

dengan jelas dari jarak jauh, mampu menjangkau sasaran luas dalam waktu singkat, dapat menumbuhkan rasa kagum dan kebanggaan. Dan juga bertujuan untuk meningkatkan investasi daerah Kota Solok dan perusahaan. Media cetak diterapkan pada produk atau jasa yang diproduksi akan bagus dan berkualitas.

Dalam penerapannya pada media pendukung lainnya mengutamakan pada keseimbangan *layout* (tata letak), artinya bagaimana mendisplay huruf dan gambar pada media pendukung mengacu kepada prinsip-prinsip dan unsur-unsur desain, komposisi keseimbangan baik menentukan tata letak huruf gambar dan perpaduan warna supaya terkesan tidak berat sebelah dan menekankan objek visual, dalam hal ini adalah ilustrasi yang di sampaikan supaya lebih komunikatif dan jelas informasinya.

Gaya dan kesan, dalam perancangan penulis menggunakan konsep yang naturalis, sederhana (simpl) dan dinamis sehingga komunikatif dan tidak berbelit-belit. Sedangkan tipografi mengacu kepada penggunaan huruf (*font*) yang memiliki keterbacaan yang jelas dan bisa di terapkan ke berbagai media yang di perlukan, kemudian Ilustrasi.

a. Konsep Verbal

pesan verbal yang di kemukakan adalah himbauan kepada masyarakat luas bahwa Kota Solok tidak hanya sebagai Kota Beras yang selama ini di ketahui secara umum oleh masyarakat. Tapi Kota Solok juga mempunyai

obyek-obyek wisata, budaya, transportasi tradisional yang sampai saat ini masih berfungsi sebagai angkutan umum, tradisi yang masih banyak belum dipublikasikan. Sesuai dengan *subheadline* yang dikemukakan merupakan ajakan kepada masyarakat didalam maupun di luar Kota Solok supaya mengenali dan mencintai budaya yang ada dan ikut melestarikannya.

2. Proses Penciptaan

Media utama dalam promosi ini adalah baliho, dalam perancangan Promosi Pariwisata Kota Solok icon yang ditampilkan dalam proses perancangan promosi adalah Kota Solok sebagai Kota Beras dengan obyek-obyek wisata yang sudah banyak di kenal oleh masyarakat luas di dalam maupun di luar daerah Kota Solok di antaranya adalah tempat-tempat rekreasi seperti Pulau Belibis, Bumi Perkemahan Ampang Kualo, Gelanggang Pacuan Kuda, Taman Kota, Pasar Tradisional, Bangunan Bersejarah, Stasiun Kereta Api, Musik Traditional, Tari Tradisional.

a. *Headline dan Subheadline*

Disini ada beberapa alternatif desain baliho dengan Headline yang sama tapi subheadlinenya saja yang berbedadiantaranya :

1) Headline : Solok Kota Beras

Subheadline : *Rancaknyo Nagari Awak.*

Disini subheadline memiliki arti bahwa sebenarnya Kota Solok adalah Kota yang indah yang memiliki keindahan yang tak kalah menariknya dari obyek-obyek wisata di daerah lain, dengan menggunakan bahasa

daerah agar citra minang masi tampak kental dan mewakili Kota Solok.

2) Headline : Solok Kota Beras

Subheadline :*Mari Lihat Negeri Kita.*

Sedangkan subheadline yang kedua berisi tentang ajakan kepada audience di dalam maupun di luar Kota Solok untuk datang berkunjung untuk melihat negeri kita yang tak kalah indahny dari obyek-obyek wisata daerah lain, subheadline ini juga cocok dengan target audience di luar Kota Solok dan sekitarnya yang bersifat umum.

3) Headline : Solok Kota Beras

Subheadline :*Look At My Future*

Berisi tentang ajakan kepada audience di dalam maupun di luar Kota Solok untuk datang berkunjung untuk melihat negeri kita yang tak kalah indahny dari obyek-obyek wisata daerah lain, subheadline ini Hampir sama dengan makna subheadline no dua tapi menngunakan bahasa inggris yang lebih bersifat internasioal.

b. Tipografi

Alternative huruf yang digunakan dalam proses perancangan pariwisata Kota Solok adalah :

Model huruf :

ARIAL

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Model huruf :

Brush-Script

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

Digunakan dalam perancangan ini antara lain :

Model huruf :

ARIAL

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

(Jelas, mudah di baca, tegas)

Model huruf :

Monotype Corsiva

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

(jelas, tegas, tapi memiliki serif pada huruf-hurufnya)

Model huruf :

Brush-Script

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

(jelas, tekstur bersambung memiliki keindahan yang halus)

c. Warna

Warna yang digunakan dalam aplikasi software komputer untuk perancangan promosi pariwisata Kota Solok diantaranya :

Table 1 : Teknik Warna CMYK perancangan promosi pariwisata Kota Solok.

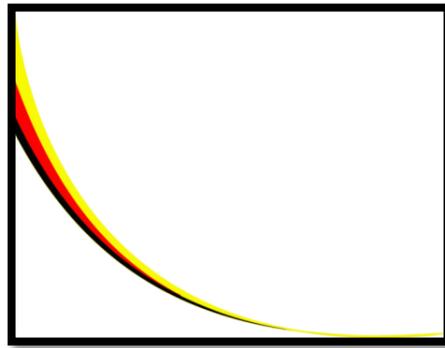
No.	Warna	C	M	Y	K
1.		0	0	0	98
2.		30	100	0	0
3.		88	0	0	0
4.		0	0	97	0
5.		0	0	0	0

Tabel 2 : Teknik warna RGB perancangan promosi pariwisata Kota Solok.

No.	Warna	R	G	B
1.		50	88	0
2.		86	00	20
3.		00	0	80
4.		0	76	80
5.		0	0	0

Demikian teknik penggunaan warna dalam mengaplikasikan pada software komputer untuk mempromosikan pariwisata Kota Solok, baik dari media utama maupun media pendukung dari pariwisata ini.

d. Ikon/Visual yang ditampilkan



Gambar 5
Lambang Tigo Tungku Sajarangan symbol dari Ranah Minang
Oleh : Sheanny Ocmi Sakti

Gambar diatas adalah lambang *Tigo tungku Sajarangan* adalah lambang Marawa melambangkan tiga wilayah adat di minangkabau yang dinamakan Luhak Nan Tigo.

- 1) Warna kuning, melambangkan *Luhak Nan Tuo* (Luhak yang Tua, yaitu daerah Tanah Datar).
- 2) Warna merah, melambangkan *Luhak Nan Tangah* (Luhak yang Tengah, daerah Agam).

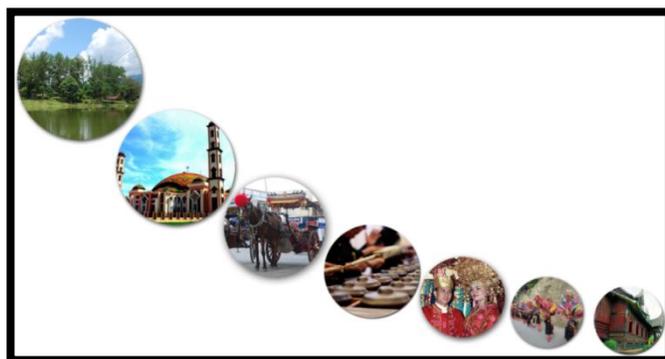
3) Warna hitam, melambangkan *Luhak nan Bungsu* (Luhak yang Bungsu, yaitu daerah 50 Kota).

Selain itu ketiga warna tersebut juga melambangkan pola kepemimpinan minangkabau yaitu yang disebut "*Tungku Tigo Sajarangan, Tali Tigo Sapilin*", terdiri dari Niniak Mamak, Alim Ulama, Cadiak Pandai.



Gambar 6
Ikon Identitas Kota Solok
Oleh : Sheanny Ocmi Sakti

Gambar di atas adalah Ikon identitas Kota Solok yang melambangkan Kota Solok sebagai *Kota Bareh*

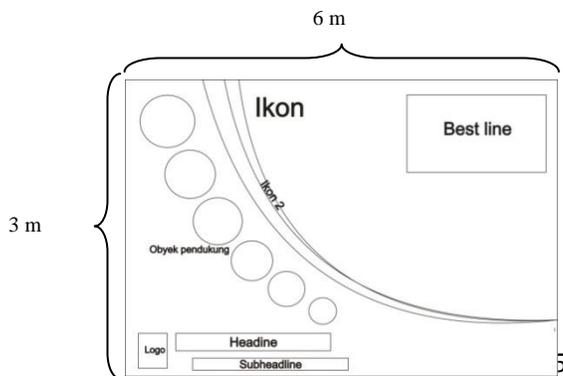


Gambar 9
 Obyek-obyek Pendukung
 Oleh : sheanny Ocmi Sakti

Diatas adalah obyek-obyek media pendukung yang di tampilkan pada media utama dan media pendukung. Pertama pada bagian atas adalah salah satu tempat wisata di Kota Solok Danau Pulau Belibis, kedua Masjid Raya Kota Solok masyarakat Kota Solok menyebutnya dengan Masjid Agung yang baru siap di renovasi pada awal tahun 2012 yang kini dinobati sebagai masjid termegah se sumatera barat, katiga adalah transportasi tradisional *Bendi* yang masi di gunakan oleh masyarakat Kota Solok, yang ke empat musik tradisioanal *Talempong*, yang kelima pakaian adat minang pada upacara pernikahan *Suntiang*, yang ke enam adalah kebudayaan *Bararak* dari rumah mempelai wanita kerumah *induk bako*, yang terakhir adalah rumah adat minang *rumah gadang*.

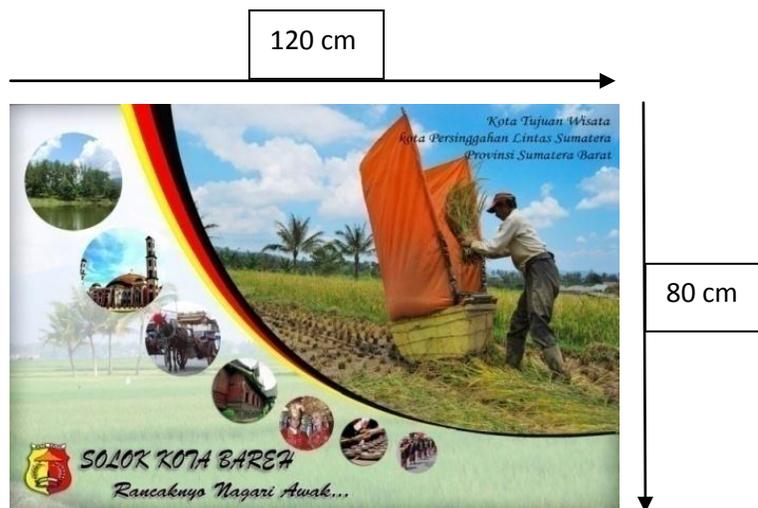
e. Layout Kasar

Perancangan *layout* kasar Baliho



f. Layout Komprehensif

Perancangan *layout* komprehensif Baliho



g. Final Desain

Final desain Baliho



C. Kesimpulan dan saran

1. Kesimpulan

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

- a. Promosi yang menarik perhatian menggunakan media outdoor, seperti baliho, karena adanya renovasi pembaharuan dari Kota Solok.
- b. Membuat rancangan promosi bagi pariwisata yang sedang terkendala yaitu ketidak tahuan masyarakat setempat dan apa saja media pendukung dari Kota Solok tersebut.
- c. 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.

2. Saran-saran

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

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

Catatan: Artikel ini disusun berdasarkan karya akhir penulis dengan Pembimbing I Ir. Drs. Heldi, M.Si.dan Pembimbing II Dr. Yahya, M.Pd

Daftar Pustaka

Buku Sanitasi Putih Pemerintah Daerah Kota Solok Tahun 2010

Kotler dan Amstrong. 2006. Promosi Sebuah Perusahaan. Bandung :Rosda Karya

Richarrd. 2002. *Materi Promosi*. Penerbit CV. Kita, Surabaya

Schuler (2002:170) Pengertian SWOT,Surabaya:Yudistira