

PROMOSI OBJEK WISATA PANTAI COROCOK PAINAN  
PESISIR SELATAN (PESEL) DAN SEKITARNYA DALAM BENTUK AUDIO VISUAL

Hedo Putra<sup>1</sup>, Ady Rosa<sup>2</sup>, Idran Wakidi<sup>3</sup>  
Program Studi Desain Komunikasi Visual  
Fakultas Bahasa Dan Seni  
Universitas Negeri Padang  
email : [edo- dkv@yahoo.com](mailto:edo-dkv@yahoo.com)

**Abstract**

Completion of course visual communication design, fine art by the author, after considering the capabilities and weaknesses, the authors are more interested in choosing courses work late, because trends I like to practice courses that could provoke creativity, compared with a theoretical activities and keseharian author of more dominated by the activities of the practice. Themes raised in this final work is the promotion of coastal attractions corocok Painan south coast and surrounding areas in the form of audio visual, originated from the interest the authors listened Painan city's attractions can be seen from the electronic media, print media and other media that makes the author so anxious to raise campaign lunge attraction corocok Painan south coast beaches and surrounding areas in the work of a writer working on the end in the form of audio visual. Later in this final work containing about promotional profile corocok Painan attractions and surrounding beaches, ranging from the history, vision, mission, and goals, as well as the benefits wisara. supporting medium, such as key chains, pins, digital print T-shirts, calendars, mugs, clocks, pens, stickers, and x banner.

Kata kunci : Wisata, Audio, Visual.

A. Pendahuluan

Kota Painan adalah Ibukota Kabupaten Pesisir Selatan sekaligus ibu kota Kecamatan IV Jurai, jaraknya dari kota Padang hanya  $\pm$  75 Km. Pantai Corocok Painan terletak disebelah Barat kota Painan, berjarak kira - kira 2 km dari pasar Painan.

---

<sup>1</sup> Mahasiswa penulis karya akhir prodi Desain komunikasi visual untuk wisuda september 2012.

<sup>2</sup> Pembimbing I, dosen FBS Universitas Negeri Padang.

<sup>3</sup> Pembimbing II, dosen FBS Universitas Negeri Padang.

Pantai sangat terkenal di Sumatera Barat maupun Indonesia, pantai Corocok jika dibandingkan, dengan pantai Semenanjung Kra yang terletak di Malaysia, maka pantai Corocok Painan lebih indah menurut wisatawan yang berkunjung ke pantai tersebut.

Sumatera Barat, satu provinsi di pesisir pantai Barat Sumatera memang identik dengan sejumlah objek wisata pantai. Hampir seluruh kabupaten di sepanjang pantai tersebut, memiliki pantai yang indah mempesona serta punya keunikan tersendiri.

Kota Painan memiliki objek wisata yaitu Pantai Corocok Painan, Batu Kereta, Pulau Cingkuk, Bukit Langkisau dan Sebuah Air terjun yang indah yaitu Air terjun Timbulun. Sarana pariwisata di pantai Corocok nagari Painan, seperti hotel, wisma (Tempat Penginapan), restoran (Tempat makan, kafe (Tempat nongkrong), rental perahu (hiburan), toko cendramata (Tempat berbelanja), masjid (Tempat sholat), gazebo (jembatan penyebrangan), serta area kemping, jembatan apung dan pentas apung. Sarana pariwisata secara umum disediakan oleh masyarakat nagari Painan, khususnya masyarakat kampung Painan Selatan dan Pemerintah Kabupaten (Pembkab) setempat.

Gazebo-gazebo dan jembatan apung merupakan sarana yang juga menambah daya pikat dari pantai Corocok Painan. Jembatan yang terbuat dari kayu yang pondasinya terbuat dari semen dilapisi dengan aspal beton. Memanjang dari tepi pantai Corocok Painan menjorok ke laut, sampai ke pulau batu Kereta. Di setiap persimpangan jembatan didirikan gazebo tempat bersantai, menikmati pantai Corocok Painan.

Fasilitas pendukung lainnya seperti, sarana kemping, yang terdapat pada salah satu sudut pantai Corocok Painan, yang menjorok ke dalam atau ingin langsung ke pulau Cingkuk. Pentas terapung bisa digunakan pada saat kegiatan kesenian atau festival band. Sewa perahu boat dapat mengantarkan untuk keliling pulau batu Kereta atau pulau Cingkuk.

Dalam kawasan objek wisata pantai Corocok Painan juga terdapat sebuah pulau batu Karang yang tersambung dengan ujung bukit Langkisau, yaitu pulau batu Kereta. Dahulu

pulau batu Kereta dapat dicapai hanya pada saat air pasang surut, akan tetapi sejak dibangunnya jembatan oleh pihak masyarakat Pemuda Kabupaten (Pemkab) Pesisir Selatan pulau batu Kereta. Sekitar 200 meter ke barat pantai Corocok Painan terletak sebuah pulau kecil yang bersejarah, yaitu pulau Cingkuk, Pantai Corocok Painan juga dekat dengan dua pulau, pulau batu Kereta dan pulau Cingkuk.

Sejarah pertama kali Portugis menjejakkan kakinya di Pesisir pulau Sumatera adalah di pulau Cingkuk. Disamping benteng Portugis tersebut, satu hal yang menjadi buah pikir di akhir tulisan ini, adalah bagaimana membangkit sesuatu yang hilang di pulau Cingkuk sebagai saksi perjuangan anak Pesisir itu. ( Yusrizal 2008 : 5 ).

Monumen yang amat relevan dibangun adalah “ Museum dan Tugu Saksi Anak Pesisir” monument ini, sejarah penting Pesisir Selatan dibasis pulau Cingkuk. Pulau Cingkuk tidak saja, bukti bisu sejarah tetapi, menyimpan semangat perjuangan rakyat. Menurut, *Dr. Mestika Zed*, (tahun 2000, hal 14).

Dalam kaitannya meninggalkan memori kolektif sebagai kelompok masyarakat yang senasib dan sepenanggungan. Menurut DPRD Kota Painan 1992-1997.(1997:65). Wisata Batu Kereta adalah Wisata dimana menjadi lambang Kota Painan, sehingga Painan sering juga disebut Kota terbersih dan wisatanya yang indah, didirikan pada tahun 1926 oleh masyarakat Painan. Dari puncak Langkisau, dapat menikmati keindahan alam sekitar Kota Painan yang dikelilingi oleh lautan luas yang menambah indahnya lokasi tersebut.

Menurut, Pemerintah Daerah (Perda) No.2 tahun 1995. Bukik Langkisau ini, dahulunya dikenal dengan nama Gunung Gadang kemudian berubah nama menjadi bukik Langkisau. Dengan Pemerintah Daerah (Perda) No. 2 tahun 1995 diberi nama puncak Bukik Langkisau. Di bangun pada tahun 1900 dengan nama *Stormpart* di atas oleh Bukit Langkisau yang dijadikan sebagai objek wisata oleh masyarakat Painan.

Berdasarkan pengamatan yang dilakukan dalam “ *Promosi Objek Wisata Pantai Corocok Painan Pesisir Selatan (PESSEL) dan Sekitarnya* “, dirancang dalam bentuk *Audio Visual (Promosi)* yang mana dapat diperlihatkan atau dirancang. Sebuah media promosi yang berisi tentang profil daerah kota Painan, profil tentang wisata Sejarah, Budaya, Religi, Pendidikan, Olahraga, Rekreasi, Kuliner, dan Kerajinan Tangan.

Menurut, Verdhira (2009 : 14). Dipantai Corocok Painan dikenal nama *Madam Van Kampen*, perempuan asal Portugis yang meninggalkan prasastinya disalah satu pulau diPantai Corocok Painan, Kabupaten Pesisir Selatan (Pessel), Sumatera Barat. Dipos kan oleh *Osra auto rental Padang dan Pariwisata Sumatera barat*.

Bertitik tolak dari setiap masalah yang dikemukakan dalam latar belakang masalah itu kemudian ditulis dalam identifikasi masalah :

1. Kota Painan memiliki nilai sejarah berkaitan perang Pauh 28 April 1666. Esensi ketersentakan adalah sebuah kesadaran sejarah kota Painan dalam memperkuat Politik Strategi (Polstra), pembangunannya dengan mengalihkan perhatian ke potensi laut sebagai aset penting menyosong hari depan otonomi daerah.
2. Kota Painan memiliki potensi pada bangunan bersejarah seperti monumen (tugu) perjuangan anak pesisir, museum dan patung Puti Pulau dengan ekspresi senyum dan ramah yang fungsinya untuk menyambut pengunjung.
3. Kurangnya perhatian masyarakat Painan tentang kawasan wisata yang terdapat di kota Painan. Banyak masyarakat yang mengetahui apa saja objek wisata yang terdapat baik di kota Painan sendiri atau daerah lain.
4. Kurangnya promosi tentang pariwisata kota Painan, baik wisata sejarah, budaya, religi, kuliner, rekreasi, olahraga, pendidikan, dan kerajinan tangan. Umumnya dalam bentuk cd interaktif. Selama ini promosi yang dilakukan lewat media elektronik seperti radio lokal dan media cetak seperti brosur, leaflet, dsb.

Sesuai dengan identifikasi masalah yang telah dikemukakan, untuk mempromosikan daerah wisata kota Painan maka dibuat **“Promosi Objek Wisata Pantai Corocok Pesisir Selatan (Pessel) dan Sekitarnya ”** profil daerah kota Painan dan Profil Dinas Pariwisata dan Kebudayaan kota Painan dalam bentuk **Audio Visual (Promosi)**.

1. Adapun tujuan perancangan ini sebagai berikut :

a. Media Promosi (Audio Visual)

Media audio visual adalah media yang penyampaian pesannya dapat diterima oleh indera pendengaran dan indera pengelihatan, akan tetapi gambar yang dihasilkannya adalah gambar diam atau sedikit memiliki unsure gerak. Media audio visual yang berisi : Profil daerah kota Painan, profil Dinas Pariwisata dan Kebudayaan kota Painan, dan objek-objek pariwisata baik wisata sejarah, budaya, religi, pendidikan, olahraga, rekreasi, kuliner, dan kerajinan tangan.

b. Media cetak/Pendukung

Sebagai media untuk memperkuat dari media Promosi tersebut, seperti Gantungan Kunci, Pin, Print digital Baju Kaos, Kalender, Gelas/Mug, Jam dinding, Stiker, Pena, dan X Banner.

Media audio visual adalah media yang penyampaian pesannya dapat diterima oleh indera pendengaran dan indera pengelihatan, akan tetapi gambar yang dihasilkannya adalah gambar diam atau sedikit memiliki unsure gerak.

Teknologi audio visual merupakan cara menghasilkan atau menyampaikan materi dengan menggunakan mesin-mesin mekanis dan elektronik untuk menyajikan pesan-pesan audio dan visual.

Ciri-ciri teknologi media audio visual :

a. Bersifat linear.

- b. Menyajikan visualisasi yang dinamis.
- c. Digunakan dengan cara yang telah ditetapkan sebelumnya oleh perancang atau pembuatannya.

Media Audio -Visual adalah media yang mempunyai unsur suara dan unsur gambar. Jenis Media ini mempunyai kemampuan yang lebih baik, karena meliputi kedua jenis media yaitu Media Audio dan Media Visual.

Dilihat dari segi keadaannya, media audio-visual dibagi menjadi :

- Audio-visual Murni yaitu unsure suara maupun unsure gambar berasal dari suatu sumber.
- Audio-visual tidak murni yaitu unsure suara dan gambarnya berasal dari sumber yang berbeda.

Setiap media pembelajaran mempunyai kelebihan dan kekurangan yang antara lain, memperjelas penyajian pesan agar tidak terlalu bersifat verbalistis dan kelemahan pada media audio visual adalah terlalu menekankan pada penguasaan materi dari pada proses pengembangannya. Media sebenarnya akan sangat membantu dalam mewujudkan tujuan pendidikan meskipun banyak kekurangan yang ada di dalamnya.

### **1. Pengertian Desain Komunikasi Visual (DKV).**

Menurut kajian Ilmu Desain Komunikasi Visual diartikan sebagai : Desain yaitu rancangan, Komunikasi yaitu hubungan sedangkan, Visual yaitu Gambar, maka dapat uraikan yaitu Suatu rancangan yang mempunyai hubungan dengan gambar. Menurut, ([http://id.wikipedia.org/wiki/Seni\\_grafis](http://id.wikipedia.org/wiki/Seni_grafis)).

Desain Komunikasi Visual istilah ini terdiri dari tiga kata, disain diambil dari kata “*designo*” (Itali) yang artinya gambar. Sedang dalam bahasa Inggris disain diambil dari bahasa Latin *designare* yang artinya merencanakan atau merancang. Dalam dunia seni rupa istilah disain dipadukan dengan reka bentuk, reka rupa, rancangan atau sketsa ide ([http://id.wikipedia.org/wiki/Seni\\_grafis](http://id.wikipedia.org/wiki/Seni_grafis)).

Kata komunikasi berasal dari kata *Communication = Communis = Commo* = yang berarti umum atau bersama. Kemudian komunikasi di anggap sebagai proses pencapaian suatu

kesamaan (*commonness*) atau sesuatu kesatuan pemikiran antara pengirim (komunikator) dan penerima (komunikan) (Kusrianto,2006:4).

Beberapa definisi komunikasi dalam ([http://adiprakoso.blogspot.com /2008/09/pengertian\\_komunikasi.html](http://adiprakoso.blogspot.com/2008/09/pengertian_komunikasi.html)) (*online*) di akses tanggal 9 Juni 2009).

Menurut (1). *Everet M. Rogers* Komunikasi adalah Proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada suatu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku. sedangkan, Menurut; (2). *Gerald R. Miller* : Komunikasi terjadi ketika suatu sumber menyampaikan suatu pesan kepada penerima dengan niat yang disadari untuk mempengaruhi perilaku penerima. Penurut ; (3) *Carld R. Miller* : Komunikasi adalah proses yang memungkinkan seseorang (komunikator) menyampaikan rangsangan (biasanya lambang-lambang verbal) untuk mengubah perilaku orang lain (*komunikate*).

Berangkat dari paradigma *Lasswell, Effendy*, kata visual bermakna segala sesuatu yang dapat dilihat dan di respon oleh indera penglihatan yaitu mata. Berasal dari kata Latin *videre* yang artinya melihat yang kemudian di masukkan ke dalam bahasa Inggris visual.

Jadi, Disain Komunikasi Visual dapat diartikan sebagai seni menyampaikan pesan (*arts of commmunication*) dengan menggunakan bahasa rupa (*visual language*) yang disampaikan melalui media berupa desain yang bertujuan menginformasikan, mempengaruhi hingga merubah perilaku target *audience* sesuai dengan tujuan yang diinginkan.

## 2. Peranan Komunikasi

Menurut, Deddy Mulyana, (2005: 5-30) dalam ilmu komunikasi dijelaskan

Dalam ([http://adiprakoso.blogspot.com/2008/09/pengertian\\_komunikasi.html](http://adiprakoso.blogspot.com/2008/09/pengertian_komunikasi.html)) (*online*) diakses tanggal 9 juni 2009). Dalam kehidupan bermasyarakat komunikasi sangat berperan penting dalam proses interaksi oleh sebab itu komunikasi memiliki peranan yang penting, menjelaskan :

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 orang lain.

Sebagai komunikasi ekspresif, komunikasi berfungsi untuk menyampaikan perasaan - perasaan (emosi). Perasaan-perasaan tersebut terutama dikomunikasikan melalui pesan-pesan non verbal. 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 non verbal.

Sebagai komunikasi ritual, suatu komunitas sering melakukan upacara-upacara berlainan sepanjang tahun dan sepanjang hidup, yang disebut para *antropolog* sebagai *rites of passage*, mulai dari upacara kelahiran, sunatan, ulang tahun, pertunangan, siraman, pernikahan, dan lain-lain.

Sebagai komunikasi instrumental, komunikasi instrumental mempunyai beberapa tujuan umum, yaitu : menginformasikan, mengajar, mendorong, mengubah sikap, menggerakkan tindakan, dan juga menghibur. Sebagai instrumen, komunikasi digunakan untuk menciptakan dan membangun hubungan, namun juga untuk menghancurkan hubungan tersebut.

Dapat di simpulkan Komunikasi adalah Proses penyampaian suatu pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberi tahu atau untuk mengubah sikap, pendapat, atau perilaku, baik langsung secara lisan, maupun tak langsung melalui media.

Dalam proses komunikasi akan lebih baik jika menampilkan tampilan visual yang tepat dan mudah dimengerti, oleh sebab itu dibutuhkan komunikasi visual untuk menggambarkan maksud yang dituju.

Dalam Ilmu komunikasi menjelaskan, komunikasi visual adalah : Menurut, ([http://sadedadilila.wordpress.com/2010/03/21/teori - dasar - komunikasi - visual/](http://sadedadilila.wordpress.com/2010/03/21/teori-dasar-komunikasi-visual/) yang di akses tanggal 4 mai 2010), Komunikasi visual merupakan sebuah rangkaian proses penyampaian kehendak atau maksud tertentu kepada pihak lain dengan penggunaan media penggambaran yang hanya terbaca oleh indera penglihatan. Komunikasi visual mengkombinasikan seni, lambang, tipografi, gambar, desain grafis, ilustrasi, dan warna dalam penyampaianannya.

### **3. Prinsip - Prinsip Disain.**

Dalam ilmu komunikasi Visual, prinsip – prinsip disain harus di terapkan :

Menurut, ([http://sadedadilila.wordpress.com/2010/03/21/teoriprinsip-prinsip disain/](http://sadedadilila.wordpress.com/2010/03/21/teoriprinsip-prinsip-disain/) yang di akses tanggal 6 mei 2010) Disain mensyaratkan susunan dan kelola dalam sebuah perencanaan komposisi yang serasi dan seimbang oleh karena itu prinsip-prinsip dalam tata rupa dan disain grafis memegang peranan penting dalam menata dan menyusun elemen dasar disain, prinsip itu terdiri dari :



a. Kesatuan (*Unity*)

Kesatuan merupakan salah satu prinsip dasar tata rupa yang sangat penting. Tidak adanya kesatuan dalam sebuah karya rupa akan membuat karya tersebut terlihat berceraai - berai yang mengakibatkan karya tersebut tidak nyaman di pandang. Prinsip ini sesungguhnya adalah prinsip hubungan. Salah satu atau beberapa unsur rupa mempunyai hubungan (warna, raut, arah, dll), maka kesatuan telah tercapai.

b. Keseimbangan (*Balance*)

Karya seni dan disain harus memiliki keseimbangan agar nyaman dipandang dan tidak membuat gelisah. Seperti halnya jika kita melihat pohon atau bangunan yang akan roboh, kalau merasa tidak nyaman dan cenderung gelisah. Dalam bidang seni keseimbangan ini tidak dapat diukur tapi dapat dirasakan, yaitu suatu keadaan dimana semua bagian dalam sebuah karya tidak ada yang saling membebani.

c. Proporsi (*Proportion*)

Proporsi termasuk prinsip dasar tata rupa untuk memperoleh keserasian. Untuk memperoleh keserasian dalam sebuah karya diperlukan perbandingan - perbandingan yang tepat. Pada dasarnya proporsi adalah perbandingan matematis dalam sebuah bidang.

d. Irama (*Rhythm*)

Irama adalah Pengulangan gerak yang teratur dan terus menerus. Dalam bentuk - bentuk alam bisa kita ambil contoh pengulangan gerak pada ombak laut, barisan semut, gerak dedaunan, dan lain - lain. Prinsip irama sesungguhnya adalah hubungan pengulangan dari bentuk - bentuk unsur rupa.

e. Dominasi (*Domination*)

Dominasi merupakan salah satu prinsip dasar tata rupa yang harus ada dalam karya seni dan disain. Dominasi berasal dari kata *Dominance* yang berarti keunggulan. Sifat unggul dan istimewa ini akan menjadikan suatu unsur sebagai penarik dan pusat perhatian.

Dalam dunia disain, dominasi sering juga disebut *Center of Interest*, *Focal Point* dan *Eye Catcher*. Dominasi mempunyai beberapa tujuan yaitu untuk menarik perhatian, menghilangkan kebosanan dan untuk memecah keteraturan, (<http://www.ahli-disain.com/prinsip-tata-rupa-dan-disaingrafis.html>).

#### **4. Fungsi Promosi**

Menurut *Shimp* (2000:7) Promosi memiliki lima fungsi yang sangat penting bagi suatu perusahaan/lembaga.

##### a. Memberikan Informasi (*Informing*)

Promosi membuat konsumen sadar akan produk-produk baru, mendidik mereka tentang berbagai fitur dan manfaat merek, serta memfasilitasi penciptaan citra sebuah perusahaan yang menghasilkan produk atau jasa. Promosi menampilkan peran informasi bernilai lainnya, baik untuk merek yang diiklankan maupun konsumennya, dengan mengajarkan manfaat - manfaat baru dari merek yang telah ada.

##### b. Membujuk (*Persuading*)

Media promosi atau iklan yang baik akan mampu mempersuasi pelanggan untuk mencoba produk dan jasa yang ditawarkan. Terkadang persuasi berbentuk mempengaruhi permintaan primer, yakni menciptakan permintaan bagi ke seluruh kategori produk. Lebih sering, promosi berupaya untuk membangun permintaan sekunder, permintaan bagi merek perusahaan yang spesifik.

##### c. Mengingat (*Reminding*)

Iklan menjaga agar merek perusahaan tetap segar dalam ingatan para konsumen. Saat kebutuhan muncul, yang berhubungan dengan produk dan jasa yang diiklankan, dampak promosi di masa lalu memungkinkan merek pengiklan hadir di benak konsumen.

Periklanan lebih jauh di demonstrasikan untuk mempengaruhi pengalihan merek dengan mengingatkan para konsumen yang akhir-akhir ini belum membeli merek yang tersedia dan mengandung atribut - atribut yang menguntungkan.

d. Menambah nilai (*Adding Value*)

Terdapat tiga cara mendasar di mana perusahaan bisa memberi nilai tambah bagi penawaran - penawaran mereka, inovasi, penyempurnaan kualitas, atau mengubah persepsi konsumen. Ketiga komponen nilai tambah tersebut benar - benar independen. Promosi yang efektif menyebabkan merek dipandang lebih elegan, lebih bergaya, lebih bergengsi, dan bisa lebih unggul dari tawaran pesaing.

e. Mendampingi upaya - upaya lain dari perusahaan (*Assisting*)

Periklanan merupakan salah satu alat promosi. Promosi membantu perwakilan penjualan. Iklan mengawasi proses penjualan produk-produk perusahaan dan memberikan pendahuluan yang bernilai bagi wiraniaga sebelum melakukan kontak personal dengan para pelanggan yang prospektif.

## **B. Pembahasan**

Berdasarkan pembahasan yang dilakukan, maka penulis mencoba membahas tentang "*Promosi Objek Wisata Pantai Corocok Painan “,Pesisir Selatan (Pessel) dan Sekitarnya* di rancang dalam bentuk *Audio Visual* yang memuat materi sebuah media promosi yang berisi tentang profil daerah kota Painan, profil tentang wisata sejarah, budaya, religi, pendidikan, olahraga, rekreasi, kuliner, dan kerajinan tangan.

Orisinalitas menyangkut bahwa masalah yang diangkat adalah sesuatu yang faktual dan bukan mengada - ada, serta pemecahan masalah yang di kemukakan betul - betul baru, jauh dari duplikasi atau penjiplakan.

Pembuatan karya dilakukan untuk menyajikan informasi yang memberikan gambaran mengenai tempat wisata bersejarah di kota Painan, tempat wisata bersejarah

disajikan secara khusus oleh Dinas wisata dan budaya kota Painan, hasil wawancara dengan Bpk. Ismadi (2008:4) bidang pariwisata di kantor Dinas wisata dan budaya kota Painan jam 09.00 pagi pada tanggal 20, bulan Januari, 2012.

Media utama akan menggunakan font dari latar belakang yang tegas kuat dan kokoh seperti font **“Times New Roman”** dengan bentuk yang memiliki pinggir - pinggir yang lurus yang menurut pendisain melalui font ini pesan visual yang akan disampaikan dapat meyakinkan target *audience*.

Dengan tingkat ilustrasi yang berbeda akan membuat media promosi ini akan semakin menarik. Font (huruf) jenis **“Times New Roman”** akan digunakan pada disain media pendukung lainnya karena font (huruf).

Font ini, menciptakan nuansa lembut karena bagian sudut - sudut pada huruf tidak terlihat tajam/sedikit melengkung dan dengan font (huruf) agak tebal akan terlihat tegas dan canggih.

Dengan karya ini, diharapkan wisatawan mengetahui tempat-tempat wisata bersejarah dan gambaran tentang tempat - tempat wisata bersejarah tersebut di kota Painan. Sehingga menjadikan kota Painan sebagai daerah kunjungan wisata utama dipulau Sumatra. Karya ini disusun dalam bentuk yang sederhana, diharapkan dapat menjadi panduan dalam penulisan karya orisinal, karya penulis yang dapat dipertanggung jawabkan kebenarannya.

- a. Gantungan kunci  
Final desain



Ukuran Gantungan Kunci :

- b. Pin  
Final desain



Ukuran Pin :

- c. Digital baju kaos

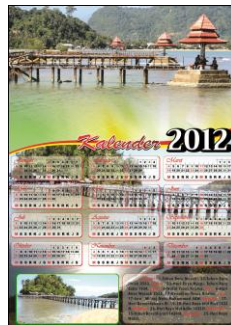


Tampak Depan

Tampak Belakang

Ukuran Baju Kaos : M, L, S, XL

- d. Kalender

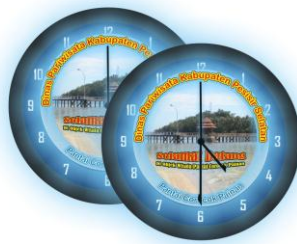


Ukuran Kalender : A3

- e. Gelas (Mug)



F. Jam dinding



G. Stiker



Ukuran Stiker :

H. Pena



Ukuran Pena :

I. X banner



Ukuran X - Banner : 160 X 60

### C. Simpulan

Dari beberapa proses atau tahap yang dilakukan, mulai dari pencarian ide hingga laporan karya akhir yang bertemakan “*Promosi Objek Wisata Pantai Corocok Painan Pesisir Selatan (PESSEL) dan Sekitarnya dalam bentuk Audio Visual (Promosi)*”, telah dihasilkan berbagai bentuk media promosi, sehingga dapat disimpulkan sabagai berikut:

- a. Media promosi ini yang bertujuan untuk mempromosikan tempat wisata bersejarah kota Painan telah dapat diwujudkan sesuai dengan kelompok tempat wisata bersejarah yang dibuat berdasarkan hasil penelitian kelapangan sesuai dengan tujuan penciptaan.
- b. Dalam laporan karya akhir ini, mengalami pengelompokan tempat wisata secara khusus, yakni tempat wisata bersejarah yang dapat mempermudah wisatawan mencari tempat tujuan wisatanya.
- c. Laporan karya akhir ini, ditunjang dengan adanya informasi - informasi dari bagian kepariwisataan kota Painan, buku - buku dan bimbingan serta arahan dari dosen pembimbing.
- d. Proses penciptaan laporan karya akhir ini, membutuhkan sarana dan prasarana yang memadai serta langkah - langkah yang sesuai dengan prosedur pembuatan laporan karya akhir yang telah ditentukan dan juga informasi dari dinas wisata dan budaya kota Painan yang semuanya telah diperoleh.

- e. Pesan visual yang akan disampaikan akan melalui pemilihan yang sangat matang, sehingga pesan visual yang di gunakan benar - benar mampu mencapai maksud dan tujuan dari perancangan.
- f. Untuk mewujudkan isi pesan nantinya akan ditampilkan sebuah pesan visual yang mampu mewakili kata “indah” dan kemudian di tambah dengan pesan visual lain yang mampu mewakili kata “keindahan” yang kemudian dipadukan menjadi satu. sehingga tercipta sebuah disain yang mampu menjelaskan suatu pesan visual yang indah jadi keindahan.
- g. Pesan visual yang akan digunakan adalah berupa sebuah keindahan yang tercermin dalam waktu memandang keindahan wisata di pantai Corocok Painan dengan berbagai sarana tempat rekreasi dan sarana olahraga.
- h. Mewujudkan isi pesan nanti akan di tampilkan foto - foto tempat wisata bersejarah kota Painan dengan di beri bunga - bunga dan cahaya - cahaya pada latar belakangnya yang bermakna tempat wisata bersejarah ini, namanya akan harum dan bersinar/dikenal.
- i. Pesan visual juga akan disampaikan melalui pemilihan foto - foto untuk media *adv print* ini akan dicari dan dipilih foto yang sekiranya mampu mewakili keberadaan dari tempat wisata bersejarah.
- j. Sesuai dengan tema tempat wisata bersejarah kota Painan maka dalam kenyataannya, tempat ini akan memperlihatkan dan dapat menanamkan nilai - nilai sejarah kepada pengunjung dengan mempertimbangkan juga adat dan kebudayaan setempat serta hal - hal yang dilarang.
- k. Warna pada pesan visual akan didukung oleh warna - warna yang menjangkau cara berbeda - beda dan memberikan perasaan yang berbeda pada masing - masing warna yang di munculkan.



1. Oleh karena itu, warna utama akan ditampilkan dari tiga warna, yaitu : biru, merah dan kuning serta diikuti warna - warna dalam jenis yang sama untuk keseluruhan media adv print ini yang dibuat secara konsisten.

**Catatan :** artikel ini disusun berdasarkan karya akhir penulis dengan pembimbing I Drs. Ady Rosa, MSn. Dan Pembimbing II Drs. Idran Wakidi.

### **Daftar Rujukan**

- Dr. Mestika, zed. 2000. Pulau Cingkuk  
Dinas Pariwisata kota Painan (Pessel).  
DPRD kota Painan 1992 – 1997. Batu kereta.  
Dinas Pariwisata kota Painan (Pessel).  
Deddy, Mulyana, (2005: 5-30). Ilmu komunikasi Dalam  
(<http://adiprakoso.blogspot.com/2008/09/pengertian-komunikasi.html>) (online diakses tanggal 9 juni 2009).  
Dalam Ilmu komunikasi. (<http://sadidadalila.wordpress.com/2010/03/21/teori-dasar-komunikasi-visual/>) yang di akses tanggal 4 mai 2010).  
Dominasi. (<http://www.ahli-disain.com/prinsip-tata-rupa-dan-disaingrafis.html>).  
Ismadi. 2008. Profil Dinas Pariwisata dan kebudayaan kota Painan.  
Dinas Wisata dan Budaya kota Painan.  
Kajian Ilmu Desain Komunikasi Visual. ([http://id.wikipedia.org/wiki/Seni\\_grafis](http://id.wikipedia.org/wiki/Seni_grafis)).  
Kusrianto, 2006. Definisi komunikasi dalam (<http://adiprakoso.blogspot.com/2008/09/pengertian-komunikasi.html>) (online) di akses tanggal 9 Juni 2009).  
Pemerintah daerah No. 2 1995. Bukik Langkisau.  
Dinas Pariwisata dan Kebudayaan kota Painan.  
Prinsip - Prinsip Disain. (<http://sadidadalila.wordpress.com/2010/03/21/teoriprinsip-prinsip-disain/>) yang di akses tanggal 6 mei 2010).  
*Shimp* (2000:7). Fungsi Promosi. Perusahaan/lembaga  
Verdhira. 2009. *Madam Van Kampen*.  
Dipos oleh Osra Auto rental Padang dan Pariwisata Sumatera barat.  
Yusrizal. 2008. Pulau Cingkuk 2008. Statistik Pulau Cingkuk 2008.  
Dinas Pariwisata dan Kebudayaan kota Painan (Pessel).