

**PERANCANGAN VISUAL *BRANDING* PROMOSI WISATA PAINAN
KABUPATEN PESISIR SELATAN SUMATERA BARAT**



Oleh:

VIKI MAULANA FEBRIANTO

PROGRAM STUDI PENDIDIKAN SENI RUPA

JURUSAN SENI RUPA

FAKULTAS BAHASA DAN SENI

UNIVERSITAS NEGERI PADANG

Wisuda Periode Maret 2018

PERSETUJUAN PEMBIMBING

**PERANCANGAN VISUAL *BRANDING* PROMOSI WISATA PAINAN
KABUPATEN PESISIR SELATAN SUMATERA BARAT**

Viki Maulana Febrianto

Artikel ini disusun berdasarkan laporan karya akhir Perancangan Visual Branding Promosi Wisata Painan Kabupaten Pesisir Selatan Sumatera Barat untuk persyaratan wisuda periode Maret 2018 dan telah diperiksa/disetujui oleh kedua pembimbing.

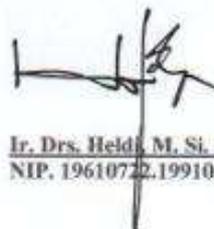
Padang, Januari 2018

Pembimbing I,



Drs. Suib Awwas, M.Pd
NIP. 19591212.198602.1.00 1

Pembimbing II,



Ir. Drs. Heldi, M. Si, Ph.D
NIP. 19610722.199103.1.001

Abstrak Berbahasa Indonesia

Abstrak

Painan kabupaten pesisir Selatan yang terletak di pesisir pantai ini banyak menyimpan potensi wisata terutama wisata bahari. Permasalahan yang dihadapi belum optimalnya promosi informasi komunikasi kepariwisataan di Painan. Untuk itu perlu di bangun *visual branding* identitas Wisata Painan, perancangan visual branding ini bertujuan mempromosikan Wisata Painan, serta meningkatkan citra wisata Painan. Metodologi perancangan ini menggunakan Mind Mapping. Sedangkan pendekatan analisis menggunakan pendekatan analisis SWOT untuk mencari kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam pengembangan visual branding Wisata Painan.

visual branding wisata Painan ini diaplikasikan pada media utama yaitu manual book, dan stationery set. Media pendukung berupa X- Banner, Jam Dinding, stiker, gantungan kunci, kaos, mug, media pendukung ini juga berfungsi sebagai media promosi wisata Painan.

Abstrak Berbahasa Inggris

Abstract

Painan South coastal district located on the coast of this lot save the tourism potential, especially marine tourism. The problem faced is not yet optimal promotion of information communication tourism in Painan. For that need to be built visual branding Painan Tourism identity, visual branding design is aimed at promoting Painan Tour, as well as enhance the image of Painan tourism. This design methodology uses Mind Mapping. While the analytical approach using the SWOT analysis approach to find the strengths, weaknesses, opportunities, and threats in visual paint branding Painan Tourism.

visual branding Painan tourism is applied to the main media that is manual book, and stationery set. Supporting media in the form of X-Banner, Wall Clock, sticker, keychain, T-shirt, mug, supporting media also serves as a tourism promotion media Painanpromosi wisata Painan.

Kata kunci : Visual Branding, Wisata Painan, Pantai Selatan, Desain, Logogram.

PERANCANGAN VISUAL *BRANDING* PROMOSI WISATA PAINAN KABUPATEN PESISIR SELATAN SUMATERA BARAT

Viki Maulana Febrianto¹, Suib Awrus², Haldi³
Program Studi Seni Rupa
FBS Universitas Negeri Padang
Email: Viki Maulana@yahoo.com

Abstract

Painan South coastal district located on the coast of this lot save the tourism potential, especially marine tourism. The problem faced is not yet optimal promotion of information communication tourism in Painan. For that need to be built visual branding Painan Tourism identity, visual branding design is aimed at promoting Painan Tour, as well as enhance the image of Painan tourism. This design methodology uses Mind Mapping. While the analytical approach using the SWOT analysis approach to find the strengths, weaknesses, opportunities, and threats in visual paint branding Painan Tourism.

visual branding Painan tourism is applied to the main media that is manual book, and stationery set. Supporting media in the form of X-Banner, Wall Clock, sticker, keychain, T-shirt, mug, supporting media also serves as a tourism promotion media Painanpromosi wisata Painan.

Kata kunci : Visual Branding, Wisata Painan, Pantai Selatan, Desain, Logogram.

A. PENDAHULUAN

Provinsi Sumatra Barat menyimpan berbagai kekayaan alam, wisata, dan budaya yang unik. Salah satunya Painan kabupaten Pesisir Selatan. Tidak ada data yang pasti siapa yang memberi nama Painan. Namun menurut masyarakat setempat, nama Painan berasal dari kata *Paik Nian* dalam bahasa minang yang berarti "Pahit Sekali". Kata "*paik nian*" sendiri diperkirakan berasal dari ucapan masyarakat pendatang yang merasakan pahitnya kehidupan di daerah Painan pada

¹ Mahasiswa penulis Tugas Akhir Prodi Pendidikan Seni Rupa untuk wisuda periode Maret 2018

² Pembimbing I, dosen FBS Universitas Negeri Padang

³ Pembimbing II, dosen FBS Universitas Negeri Padang

masa dahulunya. Painan kabupaten Pesisir Selatan ini dijuluki dengan julukan “Negeri Sejuta Pesona” dimana setiap sudut daerahnya hampir memiliki wisata yang amat memukau mata para pengunjunnya.

Berdasarkan hasil wawancara dengan bapak Zefnihan Piliang. A P, M.Si selaku Dinas Parawisata Painan pada 5 September 2017, Painan memiliki banyak potensi-potensi yang bisa diunggulkan mulai dari produk pertanian, hasil nelayan, pendidikan, wisata sampai produk industri. Painan memiliki potensi kuat di bidang industri parawisata dikarenakan Painan dijuluki sebagai negeri sejuta pesona yang mampu memanjakan mata para wisatawan. Painan memiliki 24 destinasi wisata baik itu wisata alam, maupun wisata kebudayaan dan sejarah. Beberapa objek wisata unggulan Painan seperti: 1) Panorama Bukit Teluk Kabung, perbatasan kabupaten Pesisir Selatan-Kota Padang, 2) Kawasan Wisata Mandeh, kecamatan Koto XI Tarusan, 3) Pantai Batu Kalang, kecamatan Koto XI Tarusan, 4) Jembatan Akar, kecamatan IV Nagari Bayang Utara, 5) Air Terjun Bayang Sani (Welkum, bekas pemandian zaman Belanda), kecamatan Bayang, 6) Pantai Carocok, Painan, 7) Air Terjun Timbulun, Painan, 8) Pulau Cingkuik (terdapat benteng portugis).

Potensi wisata Painan belum begitu banyak diketahui dan dikenal, promosi wisata melalui *website*, media cetak, cd wisata dan iklan dalam siaran radio, upaya promosi dan publikasi yang selama ini dilakukan lewat media tersebut belum optimal sehingga ikut mempengaruhi pencapaian target tidak hanya itu wisata Painan belum memiliki identitas tersendiri sebagai pembanding dari wisata lain khususnya Sumatera barat”.

Penilaian masyarakat terhadap suatu daerah sangat ditentukan oleh adanya upaya-upaya untuk mempromosikan peluang investasi yang ada di daerah yang bersangkutan, Untuk meningkatkan penempatan (*positioning*) dari masyarakat terhadap wisata Painan, serta meningkatkan citra wisata Painan agar dikenal masyarakat luas, maka perlu adanya upaya memperkenalkan daerahnya sendiri kepada masyarakat Painan sendiri ataupun masyarakat luar daerah, melalui penggalian potensi dalam industri wisata di setiap wilayah di Painan. Di samping itu perlu adanya suatu media yang komunikatif, efisien, dan membangun persepsi positif terhadap wisata Painan.

A. Metode Perancangan

Mind Mapping Teori ini mempermudah mendapatkan informasi yang dibutuhkan, teori ini akan mengumpulkan informasi tersebut di dalam otak, dan akan dikeluarkan kembali melalui visual. Menurut Prayudi (2008:15),”*mind mapping* merupakan teori yang paling baik untuk membantu proses berfikir otak secara teratur karena menggunakan teknis grafis yang berasal dari pemikiran manusia yang bermanfaat untuk menyediakan kunci-kunci universal sehingga membuka potensi otak”. Menurut Sudrajat (2013:1), *mind mapping* mempunyai tiga komponen utama yaitu:

1. Topik sentral : Pokok atau fokus pikiran atau isu yang hendak dikembangkan dan diletakkan sebagai pohon.
2. Topik utama: Level pikiran lapis kedua sebagai dari topik sentral dan diletakkan sebagai cabang yang melingkari pohon.
3. Sub Topik: level pemikiran lapis ketiga sebagai bagian dari cabang dan diletakkan sebagai ranting dan begitu seterusnya.

Berdasarkan penjelasan di atas *Mind mapping* sangat bermanfaat untuk mengorganisasikan informasi yang dibutuhkan. *Mind mapping* mempunyai lapisan utama atau lapisan pusat dan lapisan level pikiran dibawahnya yang perlu dikembangkan untuk mendapatkan sesuatu yang dibutuhkan. Menggunakan *mind mapping* akan memunculkan yang tak terpikirkan selama ini untuk memunculkan ide yang tak biasa. *Mind mapping* sangat efektif digunakan karena mempermudah memunculkan informasi yang satu dengan yang lainnya untuk memunculkan ide.

B. Perancangan Brand

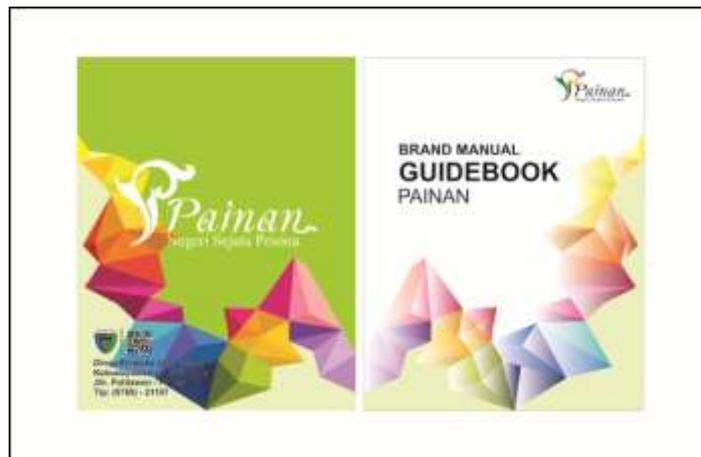
Perancangan logo ini penulis angkat dari penyederhanaan bentuk objek wisata yang ada di wisata Painan kabupaten Pesisir Selatan Sumatera Barat. Penyederhanaan dari wisata pantai carocok Painan, Pulau Cingkuak Painan, Bukit Langkisau Painan, dan Pemandian Air terjun timbulun Painan. Bentuk dari visual *identity* wisata Painan ini adalah modren dan tradisional dengan pendekatan wisata Painan. Identitas visual ini menggunakan *logogram*, *logotype*, dan *tagline* Pengambilan data visual dari wisata Painan dan *mind mapping*, kemudian penulis mengolah menggunakan *software* pada komputer. Untuk perancangan visual branding promosi wisata Painan kabupaten Pesisir Selatan Sumatera Barat, penulis menambahkan sebuah *tagline* ”Negeri sejuta pesona” yang berarti Painan memiliki wisata yang menyimpan berjuta keindahan alam, dan Masyarakatnya yang ramah.

Tulisan brand Painan menggunakan huruf Bell MT yang telah dimodifikasi sendiri sesuai dengan karakter *logogram*. Bagian penulisan *tagline* penulis menggunakan huruf “times new roman”. Huruf ini memiliki menampilkan

citra tegas dan klasik, Logo yang terpilih dari alternatif lain selanjutnya menggunakan warna biru, orange, hijau dan coklat. Logo yang memiliki makna tersendiri bagi wisata Painan. Warna biru pada logogram memberikan kesan Komunikasi, kebijakan, perlindungan, inspirasi spiritual, tenang, kelembutan, dinamis, air, kreativitas, cinta, kedamaian, kepercayaan, kepandaian, panutan, kekuatan dari alam, kestabilan, kepercayaan diri, kesadaran, pesan, ide, berbagi, idealisme, persahabatan dan harmoni. Warna orange merupakan symbol dari petualangan, optimisme, percaya diri dan kemampuan dalam bersosialisasi. Warna hijau adalah warna yang identik dengan alam dan mampu memberi suasana yang santai. Berdasarkan cara pandang ilmu psikologi warna hijau sangat membantu seseorang yang berada dalam situasi tertekan untuk menjadi lebih mampu dalam menyeimbangkan emosi dan memudahkan keterbukaan dalam berkomunikasi. Warna Coklat melambangkan persahabatan, kejadian yang khusus, bumi, pemikiran yang materialis, kedamaian, produktifitas, praktis, kerja keras, dan menimbulkan kesan modrn.

A. Media Utama

Manual Book

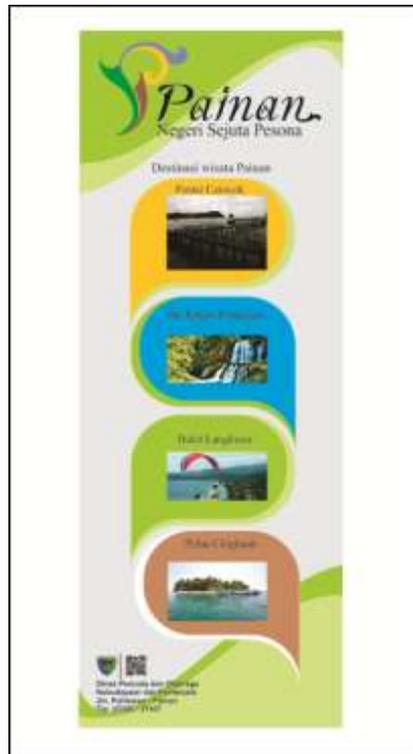


Gambar : 1
Manual Book
Sumber: Viki Maulana Febrianto

Final desain *manual book*. Desain ini dipilih karena lebih menarik dan menggunakan warna-warna yang ada pada Wisata Painan. Kumpulan dari warna yang ada di Cover Manual Book ini yaitu dari gabungan warna yang ada pada logogram.

B. Media Pendukung

a. X-Banner



Gambar : 2

Final Desain X-Banner

Sumber: Viki Maulana Febrianto

Final desain X-Banner yang terpilih. X-Banner sangat efektif sebagai media promosi, pada bagian depan X-Banner ini terdapat beberapa foto wisata yang ada di painan, foto dari wisata inilah yang penulis visualisasikan menjadi sebuah *brand* yang terdapat pada bagian atas X-Banner.

b. Jam Dinding



Gambar : 3
Final Desain Jam Dinding
Sumber: Viki Maulana Febrianto

Final desain logo pada jam dinding ini sesuai dengan arahan Dinas Pariwisata, logo terletak pada bagian atas jam, jam dinding biasanya dapat dipergunakan sebagai pajangan atau hiasan pada dinding sehingga bisa menarik perhatian audience.

c. Baju



Gambar : 4
Final Desain Baju
Sumber: Viki Maulana Febrianto

Final desain pada baju yang dipilih berdasarkan arahan Dinas Pariwisata. Desain logo pada baju ini dibuat dengan menggunakan teknik bordir yang menampilkan kesan timbul pada logo, baju yang memiliki logo Painan ini para pemakainya secara tidak langsung sudah mempromosi wisata painan.

d. **Gantungan Kunci**



Gambar : 5
Final Desain Gantungan Kunci
Sumber: Viki Maulana Febrianto

Final desain gantungan kunci ini dipilih sesuai dengan saran dan arahan Dinas Pariwisata. Gantungan kunci ini sangat simpel berbentuk segi panjang, dapat digunakan untuk hiasan kunci rumah maupun kunci kendaraan. Secara tidak langsung gantungan kunci ini dapat dibawa kemana saja sehingga bisa menarik perhatian *audience*.

e. Stiker



Gambar : 6
Final Desain Stiker
Sumber: Viki Maulana Febrianto

Final desain stiker yang terpilih berdasarkan arahan Dinas Pariwisata. Desain stiker ini dipilih karena *simple* dan menggunakan *background* berwarna putih sehingga lebih jelas terlihat pada benda yang ditempel stiker ini. Stiker sangat mudah dijadikan sebagai media promosi karena pengaplikasiannya cukup di tempel pada media.

f. Topi



Gambar : 7
Final Desain Topi
Sumber: Viki Maulana Febrianto

Final desain pada topi ini lah yang oleh Dinas Pariwisata, sebagian orang topi digunakan sebagai asesoris dan melindungi diri dari terik matahari, logo pada topi ini terletak pada bagian depan sehingga jelas terlihat dan menarik perhatian *audience*.

g. Totebag



Gambar : 8
Final Desain Totebag
Sumber: Viki Maulana Febrianto

Final desain pada totebag ini di pilih sesuai dengan arahan *owner* pada totebag ini logo di letakan pada bagian tengah sehingga lebih jelas terlihat dan menarik perhatian *audience*.

h. Mug



Gambar : 9

Final Desain Mug

Sumber: Viki Maulana Febrianto

Desain yang terpilih oleh *owner*, Mug adalah alat untuk minum sejenis cangkir yang digunakan untuk meminum minuman panas, seperti kopi, dan teh. Mug yang berwarna putih lebih menonjolkan logo sehingga lebih menarik perhatian para audience.

C. Kesimpulan dan Saran

Berdasarkan dari hasil dan pembahasan Perancangan *visual branding* Wisata Painan. Penulis mengambil kesimpulan dalam kegiatan *branding* ini, seperti menentukan identitas visual karena Wisata Painan belum memiliki identitas Visual. Pengumpulan data pada identitas visual sangat penting dilakukan karena sebagai pedoman dan acuan dalam perancangan identitas visual.

Perancangan identitas visual khususnya Wisata Painan memiliki berbagai makna dan arti dari identitas visual Wisata Painan. Perancangan logo Wisata Painan menggunakan *logogram, logotipe dan tagline* yang memiliki makna bagi Wisata Painan perancangan logo Wisata Painan penulis peroleh ide dari proses *mind mapping*

Catatan : artikel ini disusun berdasarkan laporan karya akhir penulis dengan pembimbing I Drs. Suib Awrus, M.Pd. dan pembimbing II Ir. Drs. Heldi, M. Si. Ph.D

Daftar Rujukan

Sudrajat. 2013. *Mind mapping*. Yogyakarta: ANDI YOGYAKARTA.