

BAB V

PENUTUP

Kesimpulan

Sebagai salah satu kota pelabuhan tua di Indonesia, kota Pontianak Kalimantan Barat menyimpan banyak keunikan nilai kesenian tradisional dari banyaknya etnis yang berdomisili di sana. Hal ini didukung oleh letak geografis daerah yang dilintasi oleh dua sungai sehingga membelah kota menjadi dua bagian besar. Faktor – faktor dari alam maupun dari hasil perkembangan kebudayaan etnis – etnis yang mendiami tempat itu membuat kota ini memiliki potensi yang sangat besar untuk dikembangkan sebagai kota wisata air dan kota budaya. Hal ini telah dilakukan oleh negara lain seperti negara Malaysia yang mengembangkan kota Sarawak dengan promosi wisata airnya yang diakui oleh mata internasional sebagai proyek *waterfront city* yang sukses.

Pariwisata atau turisme adalah suatu perjalanan yang dilakukan untuk rekreasi atau liburan, dan juga persiapan yang dilakukan untuk aktivitas ini. Seorang wisatawan atau turis adalah seseorang yang melakukan perjalanan paling tidak sejauh 80 km (50 mil) dari rumahnya dengan tujuan rekreasi, merupakan definisi oleh Organisasi Pariwisata Dunia¹.

Sebagai salah satu usaha pengembangan pariwisata kota Pontianak, ada beberapa kebudayaan lokal yang menarik untuk dipromosikan dalam ,misalnya saja Perang

¹.wikipedia.org/wiki/Pariwisata

Meriam Karbit dan Kriang Bandong pada masa bulan Ramadhan, , Atraksi Naga dan Barongsai setiap perayaan imlek, *Robo – Robo* yang dilaksanakan setiap minggu kedua bulan maret, Naek dango atau Gawai Dayak yang dilaksanakan setiap akhir masa panen. Perencanaan dan perancangan kali ini bermaksud merangkum seluruh event tersebut yang selalu terpisah – pisah menjadi suatu kesatuan rangkaian *event* dalam festival budaya Kalimantan Barat melalui suatu event yang diberi nama Festival Kebudayaan Kalimantan Barat 2010. Rangkaian Festival Budaya ini akan menjadi *Pilot Project* bagi *event* pengembangan potensi wisata yang berikutnya serta turut mendukung dalam program tahun kunjungan Kalimantan Barat 2010².

Dari perencanaan dan perancangan Festival Kebudayaan Kalimantan Barat ini profil atau image yang ingin ditampilkan adalah suatu citra baik terhadap pariwisata di Kalimantan Barat yang sangat khas dengan berbagai adat istiadat yang menarik dan beragam. Hal ini juga dapat menjadi suatu langkah awal pengenalan pariwisata di Kalimantan Barat yang memiliki begitu banyaknya sumber daya alam, pantai, desa wisata yang masih natural. Pada perancangan kali ini Festival akan dipusatkan pada satu area yaitu di Alun-alun kota Pontianak, Kotamadya Pontianak. Hal ini dikarenakan luas dari tempat serta letak yang sangat strategis di tengah-tengah kota dan langsung menghadap ke Sungai Kapuas sebagai salah satu simbol kota Pontianak dan Kalimantan Barat. Keberadaan perencanaan dan perancangan festival ini diharapkan dapat menjadi suatu program pariwisata dimana semua itu dapat menghasilkan *income* bagi pemerintah daerah dan Negara. Perancangan ini juga diharapkan dapat menjadi salah satu titik tumbuh perkembangan pariwisata di Indonesia khususnya Kalimantan Barat.

www.kalbar.go.id/berita.php?id=14

Kalimantan Barat merupakan salah satu provinsi terbesar di Indonesia yang sedang berkembang disegala sector termasuk pariwisata dan budaya. Pada setahun terakhir banyak sekali kasus atas klaim budaya yang terjadi dengan negara-negara tetangga, hal ini memicu pemerintah lebih menjaga dan melestarikan kebudayaan yang ada di Indonesia ini, hal ini dikarenakan suatu kebudayaan juga dapat menarik wisatawan dan menjadi asset devisa. Kita ambil contoh, tattoo tapping tradisional etnis Dayak yang menggunakan dua buah kayu sebagai alat tattoo, cukup menarik minat para wisatawan dan pecinta seni tattoo diluar negeri.

Kebudayaan di Kalimantan Barat dengan event-eventnya dapat dikatakan sangat menarik untuk para wisatawan , namun pada kenyataannya berbalik arah dikarenakan tidak adanya promosi yang dilakukan. Dunia pariwisata dan kebudayaan di Kalimantan Barat sebenarnya tidak kalah menarik dibanding didaerah lain seperti di Bali, KalTim, Lombok, dan sebagainya. Namun pengolahan dan pengoptimalannya saja yang dirasa kurang. Perancangan sebuah festival yang secara langsung mengeksplorasi kekayaan budaya di Kalimantan Barat dari etnis-etnis yang ada dirasa cukup membuat suatu perbaikan agar dikenal oleh para wisatawan dan kebudayaan tersebut lebih terjaga.

Untuk mengatasi hal tersebut maka diperlukan suatu perancangan promosi yang dibuat dalam bentuk festival dengan paduan pemasaran dengan segi jual kebudayaan, history dan kehidupan disana sangatlah tepat. Dalam perancangan ini aspek promosi yang digunakan terutama adalah aspek periklanan yang diharapkan dapat meningkatkan kesadaran dan aspek baruan informasi yang menyertainya sehingga wisatawan dapat dengan mudah berekreasi dan mengikuti festival secara keseluruhan.

Periklanan dianggap sangat penting dilakukan sebagai salah satu bentuk usaha memperkenalkan kebudayaan dan wisata yang ditawarkan dalam festival. Pada proses perancangan ini yang ingin ditonjolkan adalah keberagaman budaya dan wisata dalam sebuah festival kebudayaan Kalimantan Barat dengan pengembangan visual yang lebih terbuka, menerima dan menonjolkan sisi keindahan dari etnis-etnis yang ada. Tema ini akan diterapkan kedalam semua desain baik verbal maupun visual. Secara keseluruhan keseragaman letak, unsure warna, ilustrasi, dan tipografi sehingga promosi yang dirancang memiliki unsure kesinambungan satu media dengan yang lain. Dilain sisi diharapkan dapat memberikan manfaat secara lebih baik serta dapat bertindak sebagai daya tarik tersendiri dan tersegmentasi dalam benak konsumen melalui berbagai media yang ada.

Saran

Agar perancangan promosi Festival Kebudayaan Kalimantan Barat 2010 ini dapat terlaksana maka diperlukan sebuah bentuk sosialisasi agar informasi ini dapat diterima secara meluas oleh para audience yang dituju dan melakukan kerjasama yang baik dengan pihak yang terkait.

Kalimantan Barat mempunyai daya tarik tersendiri secara eksotik dalam dunia pariwisata dan kebudyaannya, untuk itu diperlukan suatu perancangan yang dapat mengeksplorasi kekayaan kebudayaan itu semua, oleh sebab itu sebuah perancangan memerlukan analisa media yang tepat bagi audience yang dituju. Berbagai media yang dipakai diharapkan dapat mengjangkau tujuan perancangan yang diinginkan.

DAFTAR PUSTAKA

J.U. Lontaan. *Sejarah Hukum Adat Dan Adat Istiadat Kalimantan Barat*. Jakarta. Percetakan BUMIRESTU. 1975

Wally Olins, *Corporate Identity : Making Business Strategy Visible Through Design*, Boston, HBS Press, 1989.

Drs. Sadjiman Ebdi Sanyoto, *Dasar – dasar Tata Rupa dan Desain*, Arti Bumi Intaran, Yogyakarta. 2005,

David E. Carter, *Corporate Identity Manual*, New York, Art Director Book Company, 1981.

Marius P. Angipora,. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Raja Grafindo Persada. Cetakan Pertama. Jakarta. 1999.

Drs. Oka. A. Yoeti. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung, Penerbit Angkasa, 1985.

JJ. Spillane. *Ekonomi Pariwisata Sejarah dan Prospeknya*. Yogyakarta, Penerbit Kanisius. 1991.

E.A. Chalik., *Dasar-Dasar Pengetahuan Pariwisata*. Jakarta. Penerbit Yayasan Bhakti Membangun, 1979.

http://id.wikipedia.org/wiki/Kalimantan_Barat

<http://www.kalbar.go.id/>

<http://melayuonline.com/culture/>

