

**PERANCANGAN MEDIA PROMOSI OBYEK
WISATA TAMBANG SAWAHLUNTO**



Oleh :

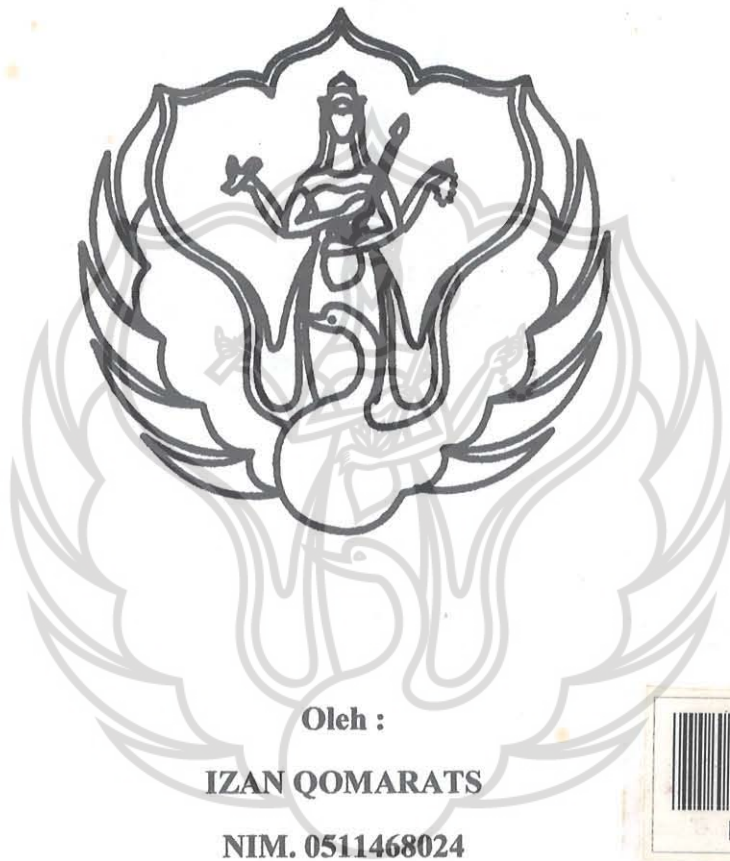
IZAN QOMARATS

NIM. 0511468024

**TUGAS AKHIR PROGRAM STUDI S-1 DISAIN
JURUSAN DISAIN KOMUNIKASI VISUAL FAKULTAS SENI RUPA
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA**

2010/2011

**PERANCANGAN MEDIA PROMOSI OBYEK
WISATA TAMBANG SAWAHLUNTO**



Oleh :

IZAN QOMARATS

NIM. 0511468024

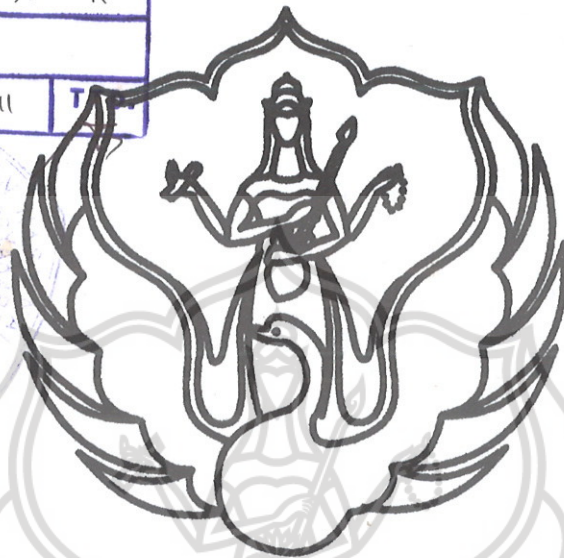


KT013798

**TUGAS AKHIR PROGRAM STUDI S-1 DISAIN
JURUSAN DISAIN KOMUNIKASI VISUAL FAKULTAS SENI RUPA
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
2010/2011**

**PERANCANGAN MEDIA PROMOSI OBYEK WISATA
TAMBANG SAWAHLUNTO**

UPT PERPUSTAKAAN ISI YOGYAKARTA		
INV.	3574/H/S/2011	
KLAS		
TERIMA	23-5-2011	T



KARYA DESAIN

Oleh :

IZAN QOMARATS

NIM. 0511468024

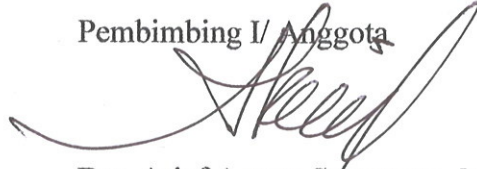
**TUGAS AKHIR PROGRAM STUDI S-1 DISAIN
JURUSAN DISAIN KOMUNIKASI VISUAL FAKULTAS SENI RUPA
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA**

2011

Tugas Akhir Disain berjudul:

PERANCANGAN MEDIA PROMOSI OBYEK WISATA TAMBANG SAWAHLUNTO diajukan oleh Izan Qomarats, NIM 0511468023, Program Studi Disain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta, telah disetujui Tim Pembina Tugas Akhir pada tanggal 12 April 2011 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima.

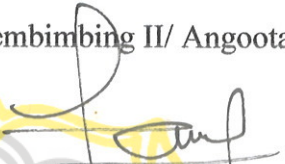
Pembimbing I/ Anggota



Drs. Arief Agung Suwasono, M.Sn

NIP. 19671116 199303 1 001

Pembimbing II/ Anggota



M. Faizal Rochman, S.Sn, M.T

NIP. 19780221 200501 1 002

Cognate/ Anggota

P. Gogor Bangsa, S.Sn, M.Sn

NIP. 19700106 200801 1 017

KPS. Disain Komunikasi Visual/
Anggota

Drs. Hartono Karnadi, M.Sn

NIP. 19650209 199512 1 001

Ketua Jurusan Disain/ Ketua/ Anggota



Drs. Lasiman M.Sn

NIP. 19570513 198803 1 001

Dekan Fakultas Seni Rupa
Institut Seni Indonesia Yogyakarta

Dr. Suastiwi, M.Des

NIP. 19590802 198803 2 002



PERSEMBAHAN

Karya ini dipersembahkan untuk :

Ibu dan Ayahku tercinta, yang telah mencurahkan segala cinta dan

kasih sayang yang tiada tara kepadaku...

Adikku Jade dan Wuffi, balap wak lai???

KATA PENGANTAR

Segala Puji dan Syukur Kehadirat Allah SWT, Tuhan yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang dan Shalawat beserta Salam Untuk Rasulullah SAW atas terselesaikannya Tugas Akhir ini dengan baik, sebagai salah satu persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana S-1 pada Program Studi Disain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta.

Terwujudnya penulisan ini, tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, untuk itu Penulis mengucapkan banyak Terimakasih kepada :

1. Bapak Drs. Arief Agung Suwasono, M.Sn selaku Dosen Pembimbing I.
2. Bapak M. Faizal Rochman, S.Sn, M.T selaku Dosen Pembimbing II dan Dosen Wali.
3. Bapak Drs. Hartono Karnadi, M.Sn, selaku Ketua Program Studi Disain Komunikasi Visual Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
4. Bapak Drs. Lasiman M.Sn, selaku Ketua Jurusan Disain Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
5. Segenap keluarga besar dosen Program Studi Disain Komunikasi Visual Institut Seni Indonesia Yogyakarta, atas begitu banyak ilmu yang telah diberikan.
6. Dinas Pariwisata Kota Sawahlunto yang telah mendukung Penulis untuk melaksanakan penelitian.

7. Ibu dan Ayah tercinta di Padangpanjang, atas doa, cinta, kasih sayang, kesabaran, perhatian serta dorongan semangat yang tulus ikhlas dan tiada henti. *I Love U more than everything in this world....*
8. Adikku tercinta Amry Diza Jade, bantuan dan do'amu begitu berarti... si Bungsu Wuffiqo Alkistduem, terima kasih atas do'amu.
9. Uda Indra Dodi, Ma Bro Aris, Uda Joko, Uda Wido, Mba' Aiyus, Ika dan Ganis terimakasih atas do'a dan dorongan semangat dari kalian.
10. Keluarga besar Om Yusman, Om Arlan dan Om Yetmon.
11. Om Kamal di Padang, terimakasih atas kameranya.
12. Keluarga besarku di Batu Ajung, Dharmas Raya, Bukittinggi dan Talawi, atas do'a dan perhatiannya.
13. Mas Dhani. Terima kasih atas doanya mas... Aku lulus..
14. Bu Menik dan Mba' yu Widy.
15. Mitsubishi Lancerku, *keep rockin d Street White... yooo hoo..*
16. Diskomotion crew, Rion dan Ato'. Bantuan kalian luar biasa berarti, *maturnuwun sanget...*
17. Sewon United crew; *Ma men* Iqbal, Faisal, Harry, Wahyu, Arif, Nanda, Uda Radian, Uda Tom, Uda David, Dian Uch, Ni Uun, Nian dan semua yang tidak bisa disebutkan satu persatu.
18. Teman-teman seperjuanganku "Kotak Pensil 05".
19. Ibu Yuli dan dek Norma, di kost-kostan *rock n roll*.

20. Sahabatku Muhammad Iqbal, Faisal Azhari, dan Indah Qurrotaaini, atas kesediaan kalian untuk mendengar semua keluh kesahku.
21. Ansie Mirsa Ferdiane, walau sesaat, tapi semua tentangmu tak akan pernah kulupa ☺.
22. Seluruh keluarga besar Mahasiswa DKV Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
23. Kepada semua teman dan pihak yang tidak tersebut diatas, mohon maaf dan terimakasih banyak.

Penulis menyadari bahwa semuanya masih jauh dari sempurna, untuk itu diharapkan kritik dan saran dari segenap pembaca terhadap tulisan dan karya ini. Semoga Karya Tugas Akhir ini dapat memberikan manfaat yang berarti. Amin.

Yogyakarta, 12 Mei 2011

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERSEMABAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR SKEMA	xiii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Batasan Masalah	4
D. Tujuan Perancangan	4
E. Manfaat Perancangan	5
F. Lingkup Perancangan	5
G. Metode Perancangan	6
H. Langkah Perancangan	7
I. Tahap Kesimpulan	9

BAB II IDENTIFIKASI

A. Identifikasi Data	11
1. Lokasi Objek Wisata Tambang Sawahlunto	11
2. Sejarah Kota Sawahlunto	14
3. Profil Pengelola Objek Wisata Sawahlunto	16
4. Tata Letak dan Fasilitas Objek Wisata Sawahlunto ...	17
B. Analisis Data	48
1. Strength (kekuatan)	48
2. Weakness (kelemahan)	50
3. Opportunities (kesempatan)	50
4. Threats (ancaman)	51
C. Kesimpulan Analisis Data	51

BAB III KONSEP PERANCANGAN

A. Sintesis	53
1. Tujuan dan Strategi Pemasaran	53
a. Tujuan Pemasaran	53
b. Strategi Pemasaran	53
2. Tujuan dan Strategi Promosi	54
a. Tujuan Promosi	55
b. Strategi Promosi	55
3. Tujuan dan Strategi Periklanan	56
a. Tujuan Periklanan	57
b. Strategi Periklanan	57
B. Perencanaan Media	59
1. Tujuan Media Utama	60
2. Strategi Media	62
3. Program Media	67
C. Konsep Kreatif	71

1. Tujuan Kreatif	72
2. Strategi Kreatif	73
a. Isi Pesan	74
b. Bentuk Pesan	74
c. Strategi Visual	75
3. Program Kreatif	76
a. Pra Produksi	76
b. Produksi	81
c. Pasca Produksi	81

BAB IV VISUALISASI DESAIN

A. Tujuan Tata Desain	86
B. Program Tata Desain	86
1. Media Utama	86
a. Motion Graphic	86
1. Tema Pokok	86
2. Sinopsis	87
3. Script	88
4. Unsur Visual	88
5. Musik Latar (back sound)	91
6. Storyboard	92
b. Website	101
2. Media Pendukung	103
1. Alternatif Headline	
2. Rough Layout Media Pendukung	
3. Final Desain Media Pendukung	

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	122
B. Saran	123

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. Peta Wilayah Kota Sawahlunto	12
Gambar 2. Kantor B. A UPO	18
Gambar 3. Hotel Ombilin	19
Gambar 4. Mesjid Agung dan menaranya	21
Gambar 5. Mesjid Agung tampak depan	21
Gambar 6. Rumah Pek Sin Kek	22
Gambar 7. Gedung Koperasi	23
Gambar 8. Gedung Pusat Kebudayaan Sawahlunto	24
Gambar 9. Silo (Kawasan Saringan)	25
Gambar 10. Sekolah Santa Lucia	26
Gambar 11. Gereja Santa Barbara	27
Gambar 12. Museum Gudang Ransoem	27
Gambar 13. Peralatan memasak.....	29
Gambar 14. <i>Steam Generator</i>	30
Gambar 15. Cerobong asap tungku uap.....	31
Gambar 16. Museum Kerata Api Sawahlunto.....	32
Gambar 17. Benda-benda Koleksi Museum Kereta Api.....	33
Gambar 18. Benda-benda Koleksi Museum Kereta Api.....	33

Gambar 19. Mak Itam (tampak depan).....	34
Gambar 20. Mak Itam (tampak belakang).....	35
Gambar 21. Taman Makan Prof. M. Yamin, SH.....	36
Gambar 22. Makan Prof. M. Yamin, SH.....	37
Gambar 23. Makan Prof. M. Yamin, SH dan Ayahanda beliau.....	37
Gambar 24. Lubang Mbah Soero.....	38
Gambar 25. Anak tangga untuk menuruni Lubang Mbah Soero.....	39
Gambar 26. Saluran Oksigen sebagai standar keselamatan.....	40
Gambar 27. Suasana di dalam Lubang Mbah Soero.....	40
Gambar 28. Gerbang depan Taman Satwa Kandi.....	41
Gambar 29. Wisata air di Taman Satwa kandi.....	42
Gambar 30. Permainan <i>flyingfox</i> di Taman Satwa Kandi.....	43
Gambar 31. Kebun Binatang mini di Taman Satwa Kandi.....	43
Gambar 32. Salah satu koleksi satwa Taman Satwa Kandi.....	44
Gambar 33. Gerbang depan Waterboom Sawahlunto.....	45
Gambar 34. Kesejukan alam di Waterboom Sawahlunto.....	46
Gambar 35. <i>Sliding</i> arena di Waterboom Sawahlunto.....	46
Gambar 36. Arena <i>sliding</i> di puncak bukit.....	47
Gambar 37. Arena <i>sliding</i> untuk dewasa.....	47
Gambar 38. Font Alba Matter.....	80

Gambar 39. Font Arial Black.....	80
Gambar 40. Font Blades.....	80
Gambar 41. Halaman Awal <i>Website</i>	101
Gambar 42. Halaman Home <i>Website</i>	102
Gambar 43. Halaman Obyek Wisata <i>Website</i>	102

DAFTAR SKEMA

	Halaman
Skema Perancangan Media Promosi Obyek Wisata Tambang Sawahlunto.....	10

DAFTAR TABEL

	Halaman
Keunggulan Objek Wisata Sawahlunto.....	56

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Lembar Konsultasi Pembimbing

Lampiran 2. Poster Pameran Tugas Akhir

Lampiran 3. Katalog Pameran Tugas Akhir

Lampiran 4. Foto Dokumentasi Suasana Pameran Tugas Akhir

BAB I

PENDAHULUAN



A. Latar Belakang Masalah

Sawahlunto, mungkin belum banyak dari kita yang pernah mendengar atau bahkan berkunjung ke kota yang dijuluki Kota Tambang ini. Letaknya sekitar dua setengah jam menempuh perjalanan darat dari Kota Padang yang merupakan Ibukota Provinsi Sumatera Barat. Dari segi Geografisnya, Kota Sawahlunto merupakan sebuah daerah yang dikelilingi bukit-bukit hijau yang sangat sejuk, pemandangannya begitu indah, serta didukung dengan keramah-tamahan penduduknya yang merupakan gabungan dari beberapa suku dan etnis di Indonesia, seperti Minangkabau, Batak, Jawa, dan etnis Tiong Hua.

Ditinjau dari segi sejarahnya, Kota Sawahlunto merupakan kawasan penambangan batubara terbesar di Indonesia selain di Bukit Asam Sumatera Selatan. Kota ini menghasilkan ribuan ton batubara setiap harinya, penambangan tersebut dimulai pada saat Indonesia masih dijajah oleh Belanda, tambang terbesar di Sawahlunto mulai dibuka pada tahun 1891 dan dibangun pada tahun 1898 dengan nama Lorong Mbah Soero, para pekerja Tambang ini merupakan narapidana yang dibawa oleh Belanda dari Pulau Jawa, dan dipekerjakan secara paksa. Istilah bagi para pekerja tersebut adalah "Manusia Rantai". Posisi dari Lorong Mbah Soero

ini sangat dekat dengan Sungai Batang Lunto yang membawa dampak buruk bagi lingkungan serta tambang itu sendiri, artinya lorong yang digali dengan susah payah dan sangat dalam dulunya sempat ditutup pada tahun 1932, karena dirembesi air yang berasal dari resapan air tanah. Lorong Mbah Soero kemudian direnovasi dengan cara menutupi sebagian dindingnya dengan beton.

Setelah zaman kemerdekaan Tambang Batubara Mbah Soero kembali dibuka untuk tujuan penyelidikan, namun kondisi yang sama di tahun 1932 kembali terjadi, artinya penambangan tetap tidak bisa dilakukan karena rembesan air yang masih terjadi. Akhirnya Lorong Mbah Soero saat ini hanya menjadi saksi bisu kekejaman Belanda terhadap ribuan jiwa rakyat Indonesia yang menjadi pekerja paksa di dalamnya.

Setelah Tambang Batubara Sawahlunto mengalami *vacum* dalam waktu yang cukup lama, maka pada tanggal 26 Juni 2007 Pemerintah Kota Sawahlunto berniat untuk menjadikan kawasan penambangan Batubara ini menjadi kawasan wisata bernuansa budaya dan sejarah. Bangunan-bangunan tua peninggalan Belanda yang berada di pusat Kota Sawahlunto ditata kembali dan dijadikan sebagai pusat informasi kebudayaan dan sejarah Kota Sawahlunto. Dan akhirnya proses renovasi berhasil dirampungkan pada akhir Desember 2007, kemudian pada tanggal 23 April 2008 Obyek Wisata Tambang Sawahlunto diresmikan oleh Dirjen Pariwisata.

Berangkat dari pemikiran inilah, maka Obyek Wisata Tambang Sawahlunto perlu mendapatkan sebuah promosi yang baik dan efektif, karena kota Sawahlunto merupakan salah satu aset penting dalam sejarah berdirinya Republik Indonesia. Mengingat sasaran utama dari promosi ini adalah generasi muda, maka promosi ini harus diaplikasikan kedalam media yang menarik, dan *motion graphic* sebagai media promosi bisa menjadi solusinya. *Motion graphic* adalah sebuah bagian dari desain grafis yang pada abad awal abad ke-20 dipergunakan untuk menampilkan judul dari sebuah film. Dalam perkembangannya *motion picture* ini telah mengambil tempat tersendiri dalam pembuatan sebuah film dan mulai dikenal dengan istilah *motion graphic*. *Motion graphic* tidak lagi hanya mempergunakan text sebagai media berekspresi oleh para desainer, akan tetapi juga mempergunakan bentuk-bentuk berupa bidang dan gambar. Berbagai metode yang dipergunakan dalam meggerakkan unsur-unsur yang ada di dalam *motion graphic* dapat mewakili maksud atau arti yang ingin dicapai oleh desainer. Oleh karena itulah *motion graphic* mampu menarik perhatian *audience* melebihi media-media konvensional yang telah ada.

Media ini juga mampu menyampaikan pesan dengan lebih efektif karena *motion graphic* bersifat dinamis dan tidak menimbulkan efek membosankan. Dengan pengaplikasian *motion graphic*, bukan berarti media-media konvensional seperti poster, baliho atau spanduk dan

berbagai macam merchandise tidak dipergunakan lagi. Semua media konvensional tersebut akan mejadi media pendukung dalam promosi Obyek Wisata Tambang Sawahlunto.

B. Rumusan Masalah

Bagaimana cara mempromosikan keberadaan Obyek Wisata Tambang Sawahlunto agar lebih dikenal oleh publik.

C. Batasan Masalah

Merancang media promosi berupa *Motion Graphic* dan *Website* sebagai media utama yang bertujuan untuk memperkenalkan Obyek Wisata Tambang Sawahlunto kepada publik, serta dapat meningkatkan jumlah Wisatawan yang akan berkunjung ke obyek wisata ini.

D. Tujuan Perancangan

Memberikan informasi kepada *target audience* tentang potensi wisata yang ada di Kota Sawahlunto sebagai Obyek Wisata Tambang Berbudaya.

E. Manfaat Perancangan

1. Manfaat untuk mahasiswa

Manfaat yang bisa diperoleh dari perancangan desain komunikasi visual ini bagi mahasiswa adalah menambah pengetahuan tentang bagaimana merancang sebuah desain komunikasi visual yang

komunikatif, artistic, atraktif serta efektif dan mempunyai latar belakang pemikiran serta konsep yang baik.

2. Manfaat untuk pengelola Obyek Wisata Tambang Sawahlunto

Dengan adanya perancangan media promosi yang baru untuk Obyek Wisata Tambang Sawahlunto, diharapkan mampu menarik minat wisatawan untuk berkunjung ke Sawahlunto serta memberikan informasi yang jelas mengenai Obyek Wisata Tambang Sawahlunto kepada para wisatawan.

3. Manfaat untuk wisatawan

Melalui media promosi ini wisatawan bisa memperoleh informasi tentang Obyek Wisata Tambang Sawahlunto, agar pengalaman berwisata yang didapatkan oleh wisatawan di Sawahlunto benar-benar berbeda dengan obyek wisata lainnya.

F. Lingkup Perancangan

Promosi Obyek Wisata Tambang Sawahlunto akan diaplikasikan melalui perancangan Motion Graphic sebagai media utama, dengan durasi kurang lebih tiga puluh detik. Didalamnya akan dipaparkan gambar-gambar mengenai obyek wisata yang ada di Sawahlunto. Disamping itu media luar ruang seperti spanduk, baliho dan poster juga akan dirancang sebagai media pendukung dari promosi Obyek Wisata Tambang Sawahlunto.

G. Metode Perancangan

Untuk memperoleh hasil perancangan media promosi yang komunikatif dan efektif, maka diperlukan sebuah metode yang baik untuk mewujudkannya.

Metode Perancangan media promosi Obyek Wisata Tambang Sawahlunto dikelompokkan menjadi empat tahap, yaitu :

1. Tahap Observasi (pengumpulan data)

Tahap ini meliputi pengumpulan data tentang seluruh aspek yang berkaitan dengan Obyek Wisata Tambang Sawahlunto, baik data mengenai sejarah Obyek Wisata Tambang Sawahlunto, data mengenai posisi geografis, data pengelola, data potensi produk, dan lain sebagainya. Semua data tersebut diperoleh dari Dinas Pariwisata Kota Sawahlunto sebagai pengelola. Berbagai data lain seperti foto diperoleh dengan cara melakukan dokumentasi langsung ke Obyek Wisata Tambang Sawahlunto.

Disamping itu, informasi atau data dari internet juga sangat membantu untuk tahap observasi ini. Semua data diatas digunakan sebagai acuan perancangan media promosi Ojek Wisata Tambang Sawahlunto.

2. Tahap *Interview* (wawancara)

Pada tahap ini metode pengumpulan data dilakukan dengan mewawancarai langsung pengelola Obyek Wisata Tambang Sawahlunto, masyarakat sekitar, serta yang paling penting pengunjung dari obyek wisata ini. Hal ini perlu dilakukan untuk memperoleh gambaran pasti mengenai Obyek wisata Tambang Sawahlunto, terkait dengan berbagai kelebihan dan kekurangan yang dimilikinya.

3. Tahap Analisis (pembahasan)

Pada tahap ini data-data yang telah didapat, dianalisa kembali dengan menggunakan metode analisis SWOT. Hal ini bertujuan agar media promosi yang dirancang dapat berkomunikasi dengan baik kepada *audience*.

4. Tahap pembuatan karya (art work)

Tahap ini merupakan tahap akhir apabila semua data dan ide serta konsep dirasa sudah layak untuk diracik menjadi sebuah karya.

H. Langkah Perancangan

1. Pendahuluan

Pendahuluan adalah tahap perancangan paling awal. Hal-hal yang mendasar tentang perancangan Motion Graphic Sebagai Media

Promosi Obyek Wisata Tambang Sawahlunto akan dibahas dalam bab ini.

2. Identifikasi Data

Identifikasi data merupakan proses pengumpulan data baik verbal maupun visual. Proses pengumpulan data ini dilakukan dengan cara melakukan observasi langsung ke Obyek Wisata Tambang Sawahlunto dan mewawancarai pihak pengelola mengenai semua hal yang berkaitan dengan Obyek Wisata Tambang Sawahlunto.

3. Konsep Desain

Konsep desain merupakan titik awal yang menentukan arah dari perancangan media promosi Obyek Wisata Tambang Sawahlunto.

Pada tahap ini teori-teori mengenai perancangan media promosi Obyek Wisata Tambang Sawahlunto akan dipaparkan dan diulas secara lebih mendalam, agar tercipta sebuah karya yang komunikatif.

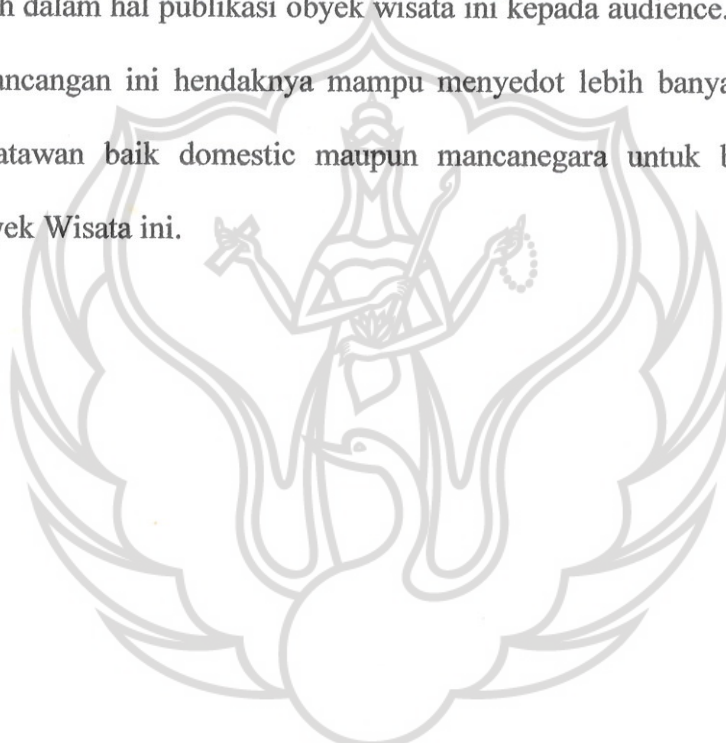
4. Perancangan Kreatif

Perancangan kreatif merupakan semua kegiatan yang berhubungan dengan pembuatan karya atau eksekusi. Kegiatan tersebut antara lain, menentukan jenis motion seperti apa yang akan diaplikasi ke dalam media, pembuatan story board sampai dengan pengolahan data visual yang telah ada menjadi sebuah motion yang komunikatif. Dalam perancangan kreatif, akan dibuat beberapa

alternative desain, yang nantinya akan diseleksi kembali untuk menentukan motion yang terbaik untuk diproses lebih lanjut.

I. Tahap Kesimpulan

Melalui perancangan motion graphic sebagai media promosi obyek wisata tambang Sawahlunto, diharapkan mampu memberi manfaat yang lebih dalam hal publikasi obyek wisata ini kepada audience. Lebih dari itu perancangan ini hendaknya mampu menyedot lebih banyak lagi jumlah wisatawan baik domestic maupun mancanegara untuk berkunjung ke Obyek Wisata ini.



SKEMA PERANCANGAN

Perancangan Media Promosi Obyek Wisata Tambang Sawahlunto

