

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat dan berkat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir dengan judul “Perancangan Promosi Wisata Tinggi Raja di Sumatera Utara”. Maksud dan tujuan dari penulisan laporan tugas akhir ini adalah untuk memenuhi persyaratan meraih gelar sarjana desain di Fakultas Kreatif Industri Universitas Telkom Bandung jurusan Desain Komunikasi Visual.

Penulis juga menyadari bahwa penulis adalah seorang manusia yang tak luput dari kesalahan, sehingga selama melaksanakan penelitian dan pembuatan pengantar karya tugas akhir, penulis memiliki kekurangan maka dengan segala rasa hormat penulis ingin mengucapkan terimakasih antara lain kepada :

1. Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan berkat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini.
2. Kedua Orang Tua, Saudara dan Keluarga yang senantiasa berdoa dan memberi semangat serta dukungan kepada penulis.
3. Bapak Dr. Didit Widiatmoko Drs.,M.Sn. selaku ketua program studi DKV Sekolah Industri Kreatif Universitas Telkom.
4. Ibu Siti Desintha S.Sn, M.Sn sebagai dosen pembimbing Tugas Akhir penulis.
5. Pada dosen DKV TCIS yang telah memberikan ilmu pengetahuan penulis selama dibangku kuliah.
6. Bapak Gandara Permana S.Sn, Bapak Ilhamsyah S.Sn, M.Ds, Ibu Ira Wirasari S.Sos, M.Ds, Bapak Jerry Dounald S.Sn, M.Sn, Sonson Nurusholih S.Sn, Sri Nurbani Spd selaku dosen penguji yang membantu dalam membimbing dan memberi solusi Tugas Akhir.
7. Bapak Rizal Edy Pradja Saragih kepala dinas pariwisata Simalungun.
8. Eko Pramudita yang telah mendukung dan memberi semangat dalam penegerjaan Tugas Akhir ini.

9. Andryana, Christine Hannaully, Dewi Maulana, Leony Marintar, Muel, Siska Williyana, Priyono, dan Ratih membantu dalam pengerjaan Tugas Akhir.
10. Catherine Adriana, Dewi Afrina, Ditha Primantari, Elvin Mavina, Fadil dan Ristauli Octavia Haloho, kalian paling pengertian selalu.
11. Kepada teman-teman seangkatan yang telah mendoakan serta memberi dukungan dalam menyelesaikan Tugas Akhir.
12. Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang banyak membantu selama ini.

Demikianlah ucapan terima kasih yang penulis sampaikan, mohon maaf sebesar-besarnya jika ada kesalahan atau kata-kata yang kurang berkenan pada penulisan pengantar karya tugas akhir ini. Untuk itu penulis mengharapkan saran yang dapat membangun guna sempurnanya penulisan ini agar lebih bermanfaat bagi semua pihak.

Bandung, Juli 2014

Immelda Tumanggor

DAFTAR ISI

ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR BAGAN	xiv

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Permasalahan	3
1.2.1. Identifikasi Masalah	3
1.2.2. Rumusan Masalah	3
1.3 Batasan Masalah	4
1.4 Manfaat Perancangan	4
1.5 Tujuan Perancangan	4
1.6 Metode Penelitian	4-5
1.7 Metode Perancangan.....	5-6
1.8 Kerangka Perancangan	7
1.9 Sistematika Penulisan.....	8

BAB II DASAR TEORI

2.1 Komunikasi	9
2.1.1 Pengertian Komunikasi.....	9
2.1.2 Proses Komunikasi	9
2.2 Promosi.....	10
2.2.1 Pengertian Promosi.....	10
2.2.1.1 Fungsi Promosi	11
2.2.1.2 Tujuan Promosi.....	11
2.2.2 Strategi Promosi	12
2.2.2.1 Tahap dalam strategi promosi.....	12

1. Periklanan	13
2. Penjualan.....	13
3. Publisitas.....	13
4. Promosi	13
2.2.2.2 Media Promosi.....	13-14
2.3 Fotografi	14
2.3.1. Pengertian Fotografi	14
2.3.1.1. Jenis-jenis Fotografi	14
2.3.1.2 Mode Pemotretan.....	14-15
2.4 Desain Komunikasi Visual	15
1. Layout.....	15-19
2. Bentuk.....	20
3. Warna.....	20-21
4. Typografi	21
5. Tekstur	21
2.5 Strategi Media	22-23
2.7. AISAS	23
2.8. Pariwisata	24-25

BAB III DATA DAN ANALISA

3.1 Data Perusahaan	26
3.1.1 Tugas, Fungsi dan Tujuan	27
3.1.2 VISI dan MISI	27
3.1.3 Potensi	28
3.2 Objek Wisata Tinggi Raja	28-29
3.3 Tinjauan Khusus Masalah	30
3.3.1 Data Teknis Wisata Kawah Putih Tinggi Raja.....	30-36
3.3.2 Segmentasi.....	36-37
3.3.3 Akses Transportasi	37
3.3.4 Data Pembanding.....	37-38
3.4 Keadaan Sosial Budaya pada Kawasan Tinggi Raja.....	38
3.5 UU No 5 Tahun 1990	39

3.6	Data Kuisisioner	39-44
3.7	Analisis SWOT	44-45
3.6.1	SWOT Tinggi Raja	45-47
3.6.2	Kerangka Berpikir	48
BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN		
4.1	Konsep Perancangan	49
4.1.1	Strategi Komunikasi	49
4.2	Strategi Kreatif	50
4.2.1	Metode AISAS	50
4.2.2	Timeline	51
4.3	Studi Kasus dalam Perancangan Promosi Wisata Tinggi Raja	52
4.4	Strategi Desain	55
4.5	Strategi Media	55
4.5.1	Media yang Digunakan	55
1.	Media Utama	55
2.	Media Pendukung	55
4.6	Strategi Visual	56
4.6.1	Konsep Jenis Huruf	56
4.6.2	Konsep Bentuk	58
4.6.2.1	Logo	58
4.6.2.2	Konsep Warna	60
4.6.2.3	Konsep Gaya Visual	60
4.7	Hasil Perancangan	61
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		
4.1	Kesimpulan	50
4.2	Saran	50
DAFTAR PUSTAKA		51
LAMPIRAN		51

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1	Logo Dinas Pariwisata Kabupaten Simalungun	26
Gambar 3.2	Kawah Putih	33
Gambar 3.3	Kawah Putih	33
Gambar 3.4	Air Terjun	34
Gambar 3.5	Air Soda.....	37
Gambar 4.1	<i>Font Southern Aire Personal Use</i>	56
Gambar 4.2	<i>OnlyFont Gill Sans Ultra Bold</i>	56
Gambar 4.3	<i>Font Brush Script MT</i>	57
Gambar 4.4	<i>Font Times New Roman</i>	57
Gambar 4.5	Elemen Visual Logo	58
Gambar 4.6	Proses Desain Logo	59
Gambar 4.7	Logo.....	60
Gambar 4.8	Warna	60
Gambar 4.9	<i>Booth</i>	61
Gambar 4.10	Brosur	62
Gambar 4.11	Poster	62
Gambar 4.12	<i>X-banner</i>	63
Gambar 4.13	<i>Merchandise</i>	63

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Kuisisioner jenis kelamin	39
Tabel 3.2	Kuisisioner status pekerjaan	39
Tabel 3.3	Kuisisioner suka berwisata	40
Tabel 3.4	Kuisisioner pilihan tempat wisata yang dipilih	40
Tabel 3.5	Kuisisioner tujuan berwisata	40
Tabel 3.6	Kuisisioner kapan biasanya berkunjung	40
Tabel 3.7	Kuisisioner waktu berkunjung.....	40
Tabel 3.8	Kuisisioner lamanya berada diobjek wisata	41
Tabel 3.9	Kuisisioner alasan plihan menginap jika lebih dari sehari	41
Tabel 3.10	Kuisisioner total biaya yang digunakan	42
Tabel 3.11	Kuisisioner sarana transportasi yang digunakan	42
Tabel 3.12	Kuisisioner mengetahui Tinggi Raja	42
Tabel 3.13	Kuisisioner tertarik mengunjungi	43
Tabel 3.14	Kuisisioner tertarik membeli souvenir	43
Tabel 3.15	Kuisisioner souvenir yang dibeli saat berkunjung.....	43
Tabel 3.16	Kuisisioner berkunjung bersama siapa	43
Tabel 3.17	Kuisisioner SWOT	45-47
Tabel 4.1	Metode AISAS.....	50
Tabel 4.2	<i>Time line</i>	51
Tabel 4.3	Studi Kasus dalam Perancangan Promosi Wisata Tinggi Raja.....	52

DAFTAR BAGAN

Bagan 1.1	SWOT	7
Bagan 2.1	Elemen Komunikasi.....	9
Bagan 3.1	Berangka Berpikir.....	43