

PERANCANGAN MEDIA PROMOSI OBJEK WISATA JAMBI PARADISE DALAM BENTUK AUDIO VISUAL

Agung Kurniawan ¹⁾, Riki Iskandar ²⁾, Melisa Suardi ³⁾

Fakultas Desain Komunikasi Visual, Universitas Putra Indonesia YPTK Padang

Email : 18ak.99@gmail.com

Abstrak

This final assignment is entitled Designing Promotional Media for the Jambi Paradise Tourist Attraction. Promotional media from the Jambi Paradise tourist area is still less effective. Therefore, communicative promotional media was created so that the public could find out information about the Jambi Paradise area and then visit the area. This design uses communication theory, design, layout and color. Therefore, in this design, effective and efficient verbal and visual messages, taglines and application media will be emphasized. The media design is Promotional Media. Media applications include promotional videos, posters, stickers, pins, entry bracelets, t-shirt screen printing, x-banners, booklets and banners. All of this media is part of the process of designing promotional media and information for the Jambi Paradise area.

Kata kunci : Perancangan, Media Promosi, Objek Wisata Jambi Paradise, Audio Visual.

PENDAHULUAN

Jambi merupakan salah satu Provinsi di pulau Sumatera. Lokasinya berada tepat di pesisir timur pulau Sumatera. Sama seperti provinsi lainnya di pulau Sumatera, Jambi juga menawarkan berbagai objek wisata menarik untuk dikunjungi. Selama ini Jambi terkenal dengan Kota Melayu, namun ternyata provinsi ini juga memiliki banyak tempat-tempat wisata yang bernuansa alam maupun buatan. Untuk wisata alam, Jambi punya Gunung Kerinci dan Candi Muaro. Sedang untuk wisata buaatannya, Jambi punya Jambi Paradise, objek wisata di Jambi yang kekinian.

Jambi Paradise terletak di simpang Acai, sungai Gelam, Kota Jambi. Objek wisatanya menawarkan berbagai keindahan alam dan aktivitas wisata seru, mulai dari bermain perahu, *flying fox*, memberi makan ikan di danau dan bermain petak umpet di zona labirin. Untuk berwisata ke Jambi Paradise, dari Bandara Sultan Thaha, objek wisata ini berjarak 7,5 Km dengan waktu tempuh kurang lebih 10 menit melalui Jalan Soekarno-Hatta. Masuk ke objek wisata ini, anda dikenakan tiket masuk Rp. 30.000 pada hari biasa dan Rp. 30.000 pada hari libur. Waktu kunjungannya dari pukul 09.00 – 22.00 WIB.

Memasuki Jambi Paradise, anda akan disambut dengan lorong dari tumbuhan merambat dengan burung dan ayam yang dipelihara di sisi kanan dan kirinya. Lorong sepanjang 30 meter ini merupakan salah satu tempat yang *instagramable* di Jambi Paradise. Anda bisa berswafoto sepuasnya di lorong ini. Tidak jauh dari lorong tersebut, terlihat untai bambu di sisi kanan dan kiri yang memberikan kesejukan saat duduk dibawahnya. Sedangkan pada bagian atasnya, terdapat jembatan gantung yang membentang. Jambi Paradise ini memiliki wahana wisata utama berupa wisata air yang cukup luas, dengan desain utama berupa danau kecil yang mengelilingi daratan di tengahnya. Jika sudah lelah berkeliling, anda

dapat menyewa saung di sekitar tepi danau untuk menikmati makanan ringan atau sekedar minum es kelapa muda.

Selain berkeliling dan berfoto di spot-spot *instagramable*, anda juga bisa mencoba berbagai wahana menarik di Jambi Paradise. Anda bisa mencoba *flying fox* yang merupakan *flying fox* terpanjang di Jambi dengan harga tiket Rp. 30.000 per orang. Persis disamping *flying fox*, ada pula sepeda gantung gantung. Anda bisa menguji adrenalin anda dengan menaiki sepeda gantung ini, tiketnya seharga Rp. 30.000. Bagi anda yang ingin olah raga, anda juga bisa sewa sepeda listrik di Jambi Paradise untuk berkeliling areal wisata ini. Jika ingin lebih seru, bisa juga menyewa motor ATV yang lokasinya tidak jauh dari pintu masuk Jambi Paradise.

METODE PENELITIAN

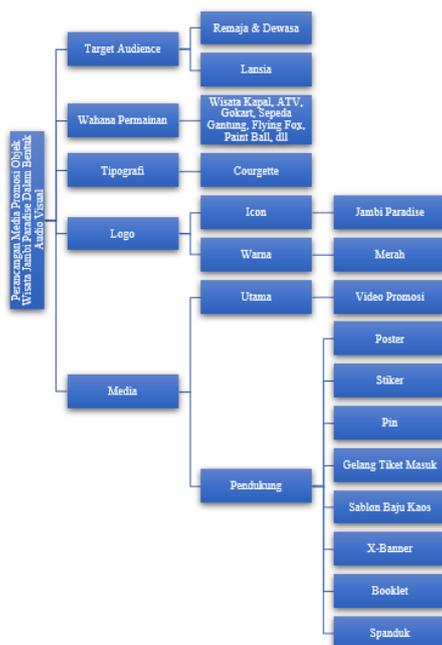
A. Observasi

Metode observasi pada pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mendatangi secara langsung ke Objek Wisata Jambi Paradise Dalam Bentuk Audio Visual dan melihat wahana atau fasilitas apa saja yang ada di dalam Objek Wisata Jambi Paradise dan juga mencari beberapa referensi dari internet untuk memperkuat data yang ada untuk mendapatkan data yang benar.

B. Wawancara

Wawancara dilakukan untuk mendapatkan informasi tentang wisata. Data-data yang dianggap penting dalam tahap perancangan video. Karna tidak semua data yang dijelaskan oleh penulis, maka penulis melakukan pencarian data tambahan meliputi data, buku referensi, catalog, dan *browsing* guna melengkapi informasi-informasi yang penting untuk membantu penulis.

C. Brainstorming



Gambar 1 : Flowcart Brainstorming

D. Analisis Data

1. Kekuatan (*Strength*)

Kekuatan pada Objek Wisata Jambi Paradise mempunyai wahana lengkap lengkap.

2. Kelemahan (*Weakness*)

Kelemahan Objek Wisata Jambi Paradise ini adalah Kurang nya promosi terhadap wisata jambi paradise secara luas Di Jambi, dan Media masih kurang atau tidak ada sehingga kurangnya menarik perhatian *audience*, yaitu berupa Media Elektronik (Video).

3. Peluang (*Opportunity*)

- a. Dapat mempromosikan video tersebut kepada masyarakat Kota Jambi.
- b. Dengan adanya Video Promosi, Dapat menunjangi Formasi lebih sampai kepada masyarakat.
- c. Dapat membantu Mempromosikan Objek Wisata Jambi Paradise kepada khalangan masyarkat Kota Jambi.

4. Ancaman (*Threat*)

Ancaman Dengan kondisi Objek Wisata Jambi Paradise yang masih banyak dari masyarakat yang belum terlalu Mengenal Objek Wista Jambi Paradise.

HASIL DAN DISKUSI

Untuk hasil dari video promosi ini berupa dari produksi ke pasca produksi dengan langkah-langkah, yaitu memulai dengan *take* video dari berbagai lokasi-lokasi tersebut serta cari posisi dengan rekaman gambar yang bagus dan jelas.



Gambar 2 : Suasana Kota Jambi



Gambar 3 : Wisata Lorong Bambu



Gambar 4 : Wisata Instalasi Kapal



Gambar 5 : Wisata *Flying Fox*



Gambar 6 : Wisata Sepeda Gantung



Gambar 7 : Wisata ATV



Gambar 8 : Wisata *Paint Ball*



Gambar 9 : Wisata *Gokart*

KESIMPULAN

Dari perancangan video promosi wisata kawasan Objek Wisata Jambi Paradise ini, video promosi merupakan media utama yang digunakan untuk mempromosikan kawasan Jambi Paradise. Video promosi Jambi Paradise adalah tayangan pendek yang berdurasi 04:01 detik yang dibuat khusus sebagai media promosi, dengan tujuan mempengaruhi pendapat publik sesuai dengan keinginan iklan. Dengan menggabungkan unsur audio dan visual yang mengacu pada konsep perancangan dan melalui proses produksi, video promosi ini berperan secara efektif sebagai alat promosi dengan tujuan menyampaikan pesan kepada target audience. Media pendukung dibuat dalam bentuk media cetak (*print ad*). Penerapan layout atau tata letak media pendukung sesuai dengan prinsip-prinsip desain agar mendapat hasil yang baik.

Media pendukung juga berperan dalam mendukung media utama agar tujuan yang diberikan kepada target audience tersampaikan.

Dengan demikian perancangan video promosi wisata kota Jambi Paradise dalam bentuk audio visual dan media pendukungnya bisa menjangkau audience nya yaitu para pengunjung (turis) yang akan berwisata ke kawasan Jambi Paradise.

BIBLIOGRAFI

- [1] Agus, M. Harjana.2023. Komunikasi Visual dan Interpersonal.
- [2] Bintari, B B.2011. Informasi Visual dalam arsitektur rupa ruang kota. JURNAL ARSITEKTUR, 1(2)
- [3] Kusrianto.2007. Pengantar Desain Komunikasi Visual. Yogyakarta
- [4] Kusrianto, Adi.2007. Pengantar Desain Komunikasi Visual. Yogyakarta: Andi.
- [5] Sachari, Agus. 2005. Metodologi Penelitian Budaya Rupa. Jakarta: Erlangga.
- [6] Ni Nyoman Sriwitari, I Gusti Nyoman Widnyana.2014. Desain Komunikasi Visual, Jurusan Desain Komunikasi Visual, Universitas Pendidikan Ganesha.
- [7] Supriyono, Rachmat.2010. Desain Komunikasi Visual. Yogyakarta: Andi
- [8] Saputra, Defrizal.2011.Video Iklan Layanan Masyarakat Pelatihan Loka Bina Karya Dinas Sosial dan Tenaga Kerja Kota Padang. Padang: UNP.
- [9] Usman, Hardius.2020. *ISLAMIC MARKETING* Sebuah Pengantar. Depok: Rajawali Pers.

UCAPAN TERIMAKASIH

Puji Syukur saya ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas berkat izin dan rahmat serta karuni-Nya penulis telah dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul “Perancangan Media Promosi Objek Wisata Jambi Paradise”. Tulisan ini merupakan laporan dari perancangan Media Promosi Jambi Paradise yang dibuat sesuai dengan struktur perancangan dalam sebuah desain.

Penyelesaian laporan Tugas Akhir ini tidak luput dari bantuan segenap orang-orang yang tulus. Penulis menyadari tanpa ada bantuantuan tersebut penulisan laporan karya akhir ini tidak akan terwujud. Maka dalam hal ini penulis mengucapkan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada :

1. Ibu Dr. Hj. Zemi Melmusi, MM, Ak, CA, selaku Ketua Yayasan Universitas Putra Indonesia “YPTK” Padang.
2. Bapak Dr. Sarjon Defit, S.Kom., M.Sc, selaku Rektor Universitas Putra Indonesia “YPTK” Padang.
3. Bapak Dr. Riki Iskandar, S.Ds., M.Sn. selaku Dekan Fakultas DKV Universitas Putra Indonesia “YPTK” Padang.
4. Ibu Dr. Widia Marta, S.Ds., M.Sn., selaku Wakil Dekan I Fakultas DKV Universitas Putra Indonesia “YPTK” Padang.
5. Bapak Dr. Robby Usman, S.Ds., M.Sn., selaku Wakil Dekan II Fakultas Desain Komunikasi Visual Universitas Putra Indonesia “YPTK” Padang.
6. Bapak Dr. Tedi Wiraseptia, S.Ds., M.Ds., selaku Wakil Dekan III Fakultas Desain Komunikasi Visual Universitas Putra Indonesia “YPTK” Padang.
7. Ibu Dr. Melisa Suardi, S.Ds., M.Sn., selaku Ketua Prodi Fakultas DKV Universitas Putra Indonesia “YPTK” Padang.
8. Bapak dan Ibu Dosen Jurusan Desain Komunikasi Visual Universitas Putra Indonesia “YPTK” Padang yang telah membantu dalam penulisan Karya Akhir ini yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu.
9. Rekan-rekan di Fakultas Desain Komunikasi Visual Universitas Putra Indonesia “YPTK” Padang.
10. Kedua Orang Tua yang telah memberikan dukungan penuh sehingga dapat menyelesaikan laporan ini.

Penulis menyadari dalam menyelesaikan Karya Akhir ini, hasilnya masih jauh dari kesempurnaan. Untuk itu penulis sangat mengharapkan saran-saran dan kritikan dari pembaca demi untuk kesempurnaan Karya Akhir ini.