

PERANCANGAN MEDIA PROMOSI DESTINASI WISATA DI PULAU SIMEULUE

TOURISM DESTINATION PROMOTION MEDIA DESIGN ON SIMEULUE ISLAND

Bayu Riski Alafanta¹, Wirania Swasty² dan Patra Aditia³

^{1,2,3}Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom Bandung, jalan telekomunikasi, Terusan Buah Batu Bandung 40257

Bayuriskialafanta@gmail.com¹ Wirania@telkomuniversity.ac.id² Patraditia@telkomuniversity.ac.id³

Abstrak : Pembangunan sektor pariwisata bertujuan untuk memperkuat kontribusinya dalam ekonomi, menciptakan lapangan kerja, dan memperkaya pendapatan masyarakat serta daerah. Pulau Simeulue, dengan pesona alamnya yang memukau, menawarkan pengalaman tak terlupakan dengan pantai pasir putih, air laut yang bening, dan ombak tinggi yang menarik peselancar dari segala penjuru dunia. Namun, kemajuan pariwisata di Kabupaten Simeulue terkendala oleh tantangan serius. Kesadaran rendah akan potensi pariwisata dan kurangnya informasi menjadi hambatan utama. Dengan populasi hampir 94,368 jiwa, menggerakkan pengembangan destinasi wisata di wilayah ini semakin rumit. Tujuan penelitian ini adalah menyusun strategi promosi yang dapat mengatasi kendala tersebut. Melalui metode observasi, wawancara, dan studi pustaka, data dikumpulkan dan dianalisis menggunakan matriks perbandingan. Dengan *tagline* "Carving Memories on a Hidden Paradise Island". Hasilnya adalah rancangan media promosi beragam, dari brosur hingga media sosial Instagram, dengan harapan meningkatkan pengetahuan tentang keindahan Pulau Simeulue dan mendorong pertumbuhan ekonomi lokal. Diinginkan pula agar Pulau Simeulue menjadi tujuan yang dikenal luas, baik secara lokal maupun internasional, serta memberikan manfaat berkelanjutan bagi masyarakat setempat.
Kata kunci: promosi, merek destinasi, Pulau Simeulue.

Abstract : The development of the tourism sector aims to strengthen its contribution to the economy, create jobs and enrich community and regional income. Simeulue Island, with its stunning natural charm, offers an unforgettable experience with white sand beaches, clear sea water and high waves that attract surfers from all over the world. However, tourism progress in Simeulue Regency is hampered by serious challenges. Low awareness of tourism potential and lack of information are the main obstacles. With a population of almost 94,368 people, driving the development of tourist destinations in this region is increasingly complicated. The aim of this research

is to develop a promotional strategy that can overcome these obstacles. Through observation, interviews and literature study methods, data was collected and analyzed using a comparison matrix. With the tagline "Carving Memories on a Hidden Paradise Island". The result is a variety of promotional media designs, from brochures to Instagram social media, with the hope of increasing knowledge about the beauty of Simeulue Island and encouraging local economic growth. It is also desired that Simeulue Island become a widely known destination, both locally and internationally, and provide sustainable benefits for the local community.

Keywords: *promotion, destination branding, Simeulue Island.*

PENDAHULUAN

Pembangunan Sektor kepariwisataan bertujuan untuk meningkatkan kepariwisataan sebagai sektor pendukung yang mendorong kegiatan perekonomian, termasuk kegiatan sektor lain yang terkait, sehingga dapat membuka lapangan kerja, menurut (Syaifulloh dan Wibowo 2016), pendapatan masyarakat, pendapatan daerah dan negara serta penerimaan devisa meningkat melalui pembangunan dan pengusaha. Berbagai peluang wisata nasional. Secara umum, perkembangan industri pariwisata diharapkan dapat membawa beberapa manfaat, seperti peningkatan pertumbuhan urbanisasi karena pembangunan infrastruktur, fasilitas wisata di wilayah sebuah daerah.

Perkembangan pariwisata di Kabupaten Simeulue menghadapi beberapa kelemahan, terutama dalam kurangnya kesadaran masyarakat terhadap potensi pariwisata. Dengan populasi penduduk mencapai sekitar 94,368 jiwa, (Simeulue 2014), minimnya informasi menjadi kendala yang signifikan dalam menggerakkan perkembangan objek wisata di daerah tersebut. Keberlangsungan kerap kali terhambat oleh penumpukan wisatawan pada lokasi tertentu saja. Untuk mengatasi permasalahan ini dan menjadikan Kabupaten Simeulue sebagai destinasi wisata yang lebih dioptimalkan, peran pemerintah perlu diperkuat sebagai agen motivasi bagi masyarakat setempat. Salah satu langkah strategis adalah meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap potensi destinasi pariwisata melalui peran aktif pemerintah dalam

menciptakan sinergi antara masyarakat dan instansi pariwisata. Harapannya, langkah ini dapat merangsang pengembangan lebih lanjut dan penggunaan maksimal destinasi pariwisata yang ada di Kabupaten Simeulue.

Sementara itu, keterbatasan dalam promosi destinasi wisata Pulau Simeulue menjadi hambatan utama dalam menarik perhatian wisatawan lokal dan internasional. Untuk mengatasi tantangan ini, diperlukan perancangan media promosi yang lebih efektif agar dapat mengangkat potensi pariwisata Pulau Simeulue secara lebih optimal dan bersaing secara global. Langkah-langkah strategis dalam pengembangan media promosi yang lebih canggih dan berdaya saing diharapkan dapat membantu menarik perhatian wisatawan, meningkatkan kunjungan, dan memberikan dampak positif bagi perkembangan sektor pariwisata di Pulau Simeulue.

Setelah melakukan pengamatan awal, terlihat bahwa sebagian besar pengunjung yang datang ke Pulau Simeulue adalah dari berbagai kalangan usia, mulai dari kaum muda hingga orang dewasa. Mereka datang untuk melarikan diri sejenak dari rutinitas pekerjaan atau tugas sekolah, mencari ketenangan dan kesegaran di destinasi wisata yang tersedia di Pulau Simeulue. Namun, dalam percakapan dengan tim Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Simeulue, yang bertanggung jawab atas pariwisata dan kebudayaan di daerah tersebut, terungkap bahwa kepadatan pengunjung hanya terjadi di beberapa lokasi wisata karena minimnya informasi yang tersedia mengenai destinasi lain di Pulau Simeulue. Hal ini menyoroti pentingnya penyebaran informasi yang lebih luas tentang pesona-pesona tersembunyi Pulau Simeulue.

Keterbatasan dalam promosi destinasi wisata Pulau Simeulue menjadi hambatan utama dalam menarik perhatian wisatawan lokal dan internasional. Untuk mengatasi tantangan ini, diperlukan perancangan media promosi yang lebih efektif agar dapat mengangkat potensi pariwisata Pulau Simeulue secara

lebih optimal dan bersaing secara global. Langkah-langkah strategis dalam pengembangan media promosi yang lebih canggih dan berdaya saing diharapkan dapat membantu menarik perhatian wisatawan, meningkatkan kunjungan, dan memberikan dampak positif bagi perkembangan sektor pariwisata di Pulau Simeulue.

Dalam era digital saat ini, penggunaan media promosi harus sesuai dengan kebutuhan dan perilaku konsumen karena media ini bukan hanya alat untuk memberi tahu pelanggan tentang produk, tetapi juga sarana untuk membangun hubungan jangka panjang dengan konsumen. (Kotler and Keller 2016). Keterbatasan dalam upaya promosi destinasi wisata Pulau Simeulue dapat menjadi hambatan utama dalam menarik perhatian wisatawan lokal maupun internasional. Oleh karena itu, diperlukan perancangan media promosi yang efektif untuk mengangkat potensi pariwisata Pulau Simeulue agar dapat bersaing.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian pada perancangan ini melalui Observasi metode pengumpulan data yang menggunakan pengamatan langsung, (Riyanto 2010, 96). Dalam melakukan penelitian ini penulis mengamati secara langsung subjek penelitian yakni destinasi wisata yang ada di Simeulue, pihak pengelola pariwisata yaitu Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Simeulue dan juga Masyarakat lokal.

Menurut (Moleong dan J 2017) Penjelasan Wawancara adalah percakapan dengan tujuan tertentu. Diskusi dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara mengajukan pertanyaan kepada narasumber yang menjawab pertanyaan. Sumber informasi lain yang berkaitan dengan pencarian informasi, pencarian teori, dan penulisan teori diperoleh melalui penelitian literatur. Tinjauan

literatur adalah teknik pengumpulan data yang melibatkan studi kritis terhadap buku, literatur, catatan, dan laporan terkait masalah yang akan dipecahkan (Nazir 2013). Sastra dipelajari melalui buku dan majalah di Internet.

HASIL DAN DISKUSI

Berdasarkan analisis data yang telah disusun, fokus utama adalah merancang strategi promosi yang tepat guna untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang keindahan destinasi pariwisata Simeulue. Dengan membidik terutama pada audiens muda, berusia 18 hingga 35 tahun, yang menjadi target utama dalam penelitian ini.

Pulau Simeulue menawarkan beragam destinasi menarik, mulai dari pantai yang memesona, air terjun yang menakjubkan, hingga pegunungan yang menawan. Setiap destinasi menawarkan pengalaman yang unik, memungkinkan pengunjung untuk memilih sesuai dengan preferensi mereka. Meskipun pantai menjadi daya tarik utama, potensi dari destinasi lain seperti air terjun dan pegunungan tidak boleh diabaikan.

Dalam proses perancangan media promosi, merancang berbagai media cetak dan online yang dirancang khusus untuk mendukung promosi destinasi pariwisata Simeulue. Tagline yang di usulkan, "*Carving Memories on a Hidden Paradise*", dipilih untuk menyoroti bahwa Pulau Simeulue adalah tempat yang masih belum banyak diketahui oleh banyak orang. Tagline ini diharapkan dapat membangkitkan rasa ingin tahu dan keinginan untuk menjelajahi keindahan yang belum terungkap secara luas. Dengan demikian, melalui strategi promosi ini, kami bertujuan untuk meningkatkan kesadaran tentang destinasi pariwisata Simeulue secara signifikan.

Perancangan ini didukung oleh media utama yang berupa Brosur dan Wayfinding, dan media pendukung seperti X-Banner, Poster, Sosial Media, Tiket, dan *Merchandise*.

Dalam perancangan ini terdapat, *Photography* representasi yang memperlihatkan secara visual keindahan dari wisata yang ada di Pulau Simeulue, lalu *Typography* melalui pemilihan jenis huruf, ukuran, dan tata letak yang tepat, upaya menciptakan pengalaman visual yang memikat, meningkatkan daya tarik materi promosi, serta memberikan kesan yang mendalam kepada audiens, Warna bisa memberi kesan sebuah desain menjadi lebih hidup, untuk bisa ikut serta membangun hirarki, menggarisbawahi pesan penting, dan memperkuat sisi emosional pada desain, Layout merupakan wujud dari konfigurasi teks, gambar dan elemen visual lainnya dalam desain yang menyerupai hasil tampilan akhir, (Wibowo, Aditia and Swasty 2016).

HASIL PERANCANGAN

Supergraphic



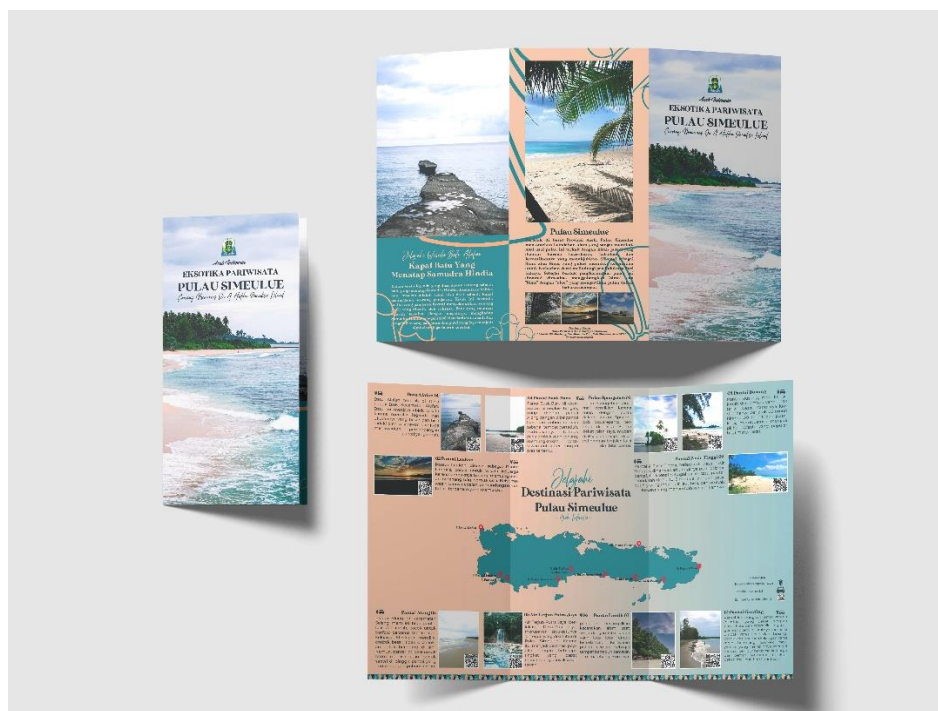
Gambar 1 Supergraphic

Sumber : Dokumentasi Pribadi

Brosur

Brosur *Trifold* berukuran A4 (21x29,7) menawarkan pengalaman promosi yang komprehensif dengan kemampuannya untuk dilipat menjadi tiga bagian. Dalam

bentuk yang praktis ini, brosur menjadi media yang sangat efektif untuk menghadirkan informasi mendalam mengenai destinasi pariwisata di Pulau Simeulue. Dengan kombinasi gambar yang memukau, deskripsi yang menggugah minat, dan tata letak yang menarik, brosur ini menjadi sarana yang mengundang dan merangsang minat calon pengunjung untuk menjelajahi keindahan pulau tersebut.



Gambar 2 Poster

Sumber : Dokumentasi Pribadi

Wayfinding

Sistem *Wayfinding* ini berperan sebagai penunjuk arah yang membimbing perjalanan menuju berbagai destinasi pariwisata di Pulau Simeulue. Menggunakan bahan utama berupa kayu, sistem ini tidak hanya memadukan kekuatan dan keindahan, tetapi juga memberikan sentuhan alami yang selaras dengan lingkungan sekitar.

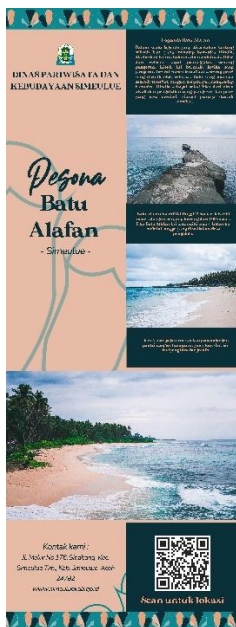


Gambar 3 Wayfinding

Sumber : Dokumentasi Pribadi

X-Banner

Banner dengan ukuran 60x160cm ini menjadi sarana yang efektif untuk mengkomunikasikan informasi menarik seputar pariwisata di Pulau Simeulue. Dengan dimensi yang cukup besar, banner dapat menampilkan gambar-gambar yang mengesankan dan merinci informasi yang dapat memikat perhatian calon pengunjung. Pemilihan ukuran yang sesuai memastikan bahwa pesan pariwisata dapat diperhatikan dengan jelas, sementara desain visual yang menarik akan meningkatkan daya tariknya.



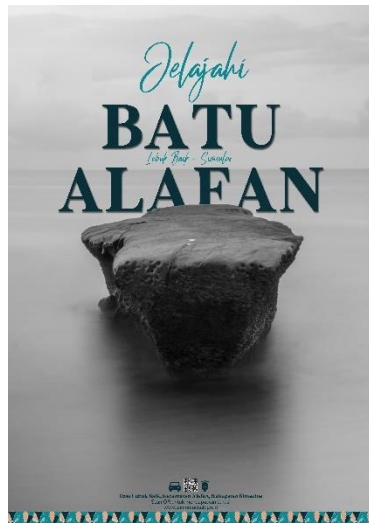


Gambar 4 X-Banner

Sumber : Dokumentasi Pribadi

Poster

Sebagai media promosi, poster menonjolkan efektivitasnya dalam menyebarkan informasi atau pesan ke berbagai lapisan masyarakat ketika dipasang di tempat umum. Dengan ukuran standar A4 dan A3, poster menjadi alternatif yang praktis dan mudah ditempatkan di berbagai titik strategis. Kemampuan poster untuk menjangkau khalayak dengan luas menjadikannya pilihan yang efisien, memberikan keunggulan sebagai alat promosi yang dapat mencapai target audiens secara lebih optimal.



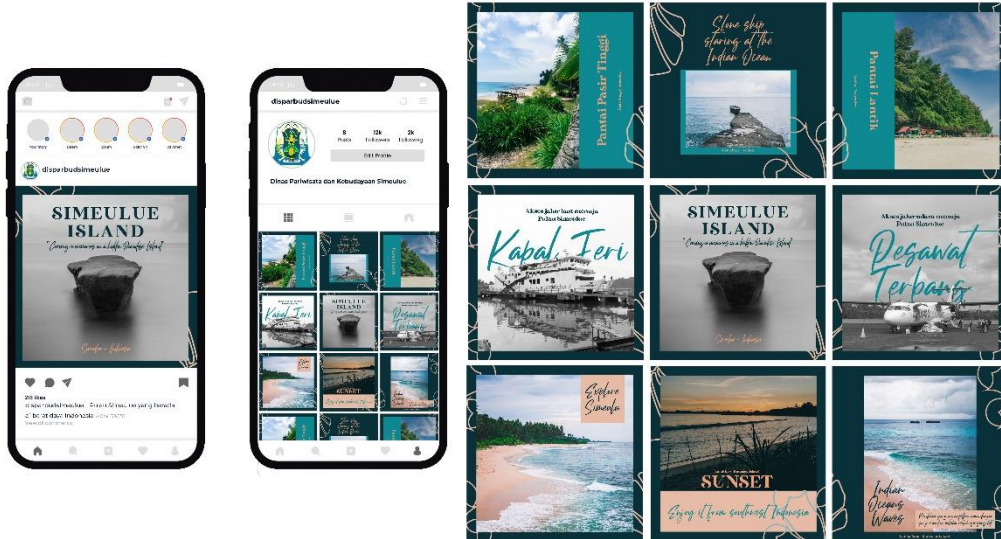
Gambar 5 Poster

Sumber : Dokumentasi Pribadi

Sosial Media Instagram

Feed Instagram ini menonjolkan fokus utama pada fotografi lanskap sebagai cara untuk menarik perhatian, dengan penekanan menyertakan penjelasan yang relevan mengenai kontennya.

Sosial Media



Gambar 6 Feed Instagram

Sumber : Dokumentasi Pribadi

Tiket



Gambar 7 Ticket

Sumber : Dokumentasi Pribadi

Merchandise

Merchandise tidak hanya berperan sebagai produk promosi, melainkan juga sebagai instrumen yang efektif dalam menciptakan keterlibatan langsung dengan merek, sambil tetap memenuhi fungsi sebagai alat promosi.

Keychain



Gambar 8 Merch Keychain

Sumber : Dokumentasi Pribadi

Totebag



Gambar 9 Merch Totebag

Sumber : Dokumentasi Pribadi

Sticker



Gambar 10 Merch Sticker

Sumber : Dokumentasi Pribadi

KESIMPULAN

Kesimpulan dari penulisan tugas akhir berjudul "Perancangan Media Promosi Destinasi Wisata di Pulau Simeulue" menyoroti permasalahan yang signifikan terkait kurangnya optimalisasi media promosi untuk destinasi pariwisata di Pulau Simeulue. Keadaan ini mengakibatkan minimnya kesadaran masyarakat lokal dan sekitarnya mengenai potensi pariwisata yang dimiliki oleh pulau tersebut. Keterbatasan informasi yang hanya mengandalkan metode *word of mouth* (WOM) menyebabkan terbatasnya jangkauan pesan.

Untuk mengatasi kendala tersebut, diperlukan pendekatan yang lebih holistik dengan memanfaatkan media konvensional dan digital. Perancangan media promosi disesuaikan dengan tujuan sasaran dan pesan yang ingin disampaikan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Simeulue. Melalui

tahapan pengumpulan data, analisis, dan penerapan identitas visual, strategi ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan pengetahuan mengenai destinasi pariwisata Simeulue.

Media promosi yang dihasilkan dari tugas akhir ini menggunakan pendekatan sinergi dengan memanfaatkan berbagai jenis media. Upaya ini dimaksudkan untuk menarik perhatian dan minat calon wisatawan dari berbagai lapisan masyarakat. Dengan pemanfaatan media secara bersinergi, diharapkan informasi dapat disampaikan secara kontinu kepada calon wisatawan. Harapannya, destinasi pariwisata di Pulau Simeulue dapat memperoleh perhatian lebih besar, baik dari masyarakat lokal maupun wisatawan dari luar, sehingga dapat mendukung pertumbuhan dan perkembangan yang lebih pesat.

Dalam upaya perancangan media promosi untuk Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Simeulue, disadari akan kebutuhan akan perbaikan dan pembaruan guna mencapai hasil yang lebih memuaskan. Oleh karena itu, beberapa saran diajukan untuk menyempurnakan perancangan di masa yang akan datang. Pertama, diperlukan pemahaman yang lebih mendalam melalui analisis yang teliti terhadap target sasaran, bertujuan untuk mengoptimalkan penggunaan media promosi secara lebih tepat. Kedua, perlu penyelidikan lebih lanjut terhadap penggunaan *copywriting* yang dapat menangkap sisi emosional calon wisatawan dengan lebih baik, dan hal ini harus disesuaikan dan diperhatikan dengan lebih rinci pada tahap implementasinya. Ketiga, diperlukan penelusuran referensi visual yang lebih intensif guna memastikan bahwa perancangan mencapai tingkat optimalitas yang lebih tinggi. Upaya meningkatkan pelaksanaan kegiatan pemasaran secara menyeluruh di semua aspek juga menjadi fokus, dengan tujuan untuk memberikan keterkaitan yang lebih baik antara berbagai media yang digunakan.

DAFTAR PUSTAKA

- Fill, Chris, Graham Hughes, dan Sarah De Francesco. 2013. "Advertising Strategy, Creativity, and Media." *Pearson*.
- Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. 2016. "Marketing Management." *Pearson*.
- Majestic, Banyuwangi. 2022. *Selamat! Sektor Pariwisata Banyuwangi Kembali Terima Penghargaan Bergengsi*. 23 Juni. <https://www.banyuwangitourism.com/news/selamat-sektor-pariwisata-banyuwangi-kembali-terima-penghargaan-bergengsi>.
- Moleong, dan Lexy J. 2017. *Metologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nazir, Moh. 2013. *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Prideaux, Bruce, Gianna Moscardo, dan Laws Eric. 2005. "Managing Tourism and Hospitality Services;" *CABI*.
- Riyanto, Yatim. 2010. *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Surabaya: SIC.
- Simeulue, Badan Pusat Statistik Kabupaten. 2014. *Banyaknya Penduduk Menurut Agama dan Kecamatan*. <https://simeuluekab.bps.go.id/indicator/12/54/1/banyaknya-penduduk-menurut-agama-dan-kecamatan.html>.
- Syaifulloh, Muhammad, dan Basuki Wibowo. 2016. "Pemanfaatan Benda Cagar Budaya Sebagai Potensi Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif Bagi Masyarakat Sekitar Di Kota Pontianak Kalimantan Barat." *Sejarah, Budaya, dan Pengajarannya*.
- Wibowo, Eko Cahyo Kusumo, Patra Aditia, dan Wirania Swasty. 2016. "Buku Panduan Pariwisata Kabupaten Klaten."