

# PERANCANGAN ZINE SEBAGAI MEDIA INFORMASI WISATA

## BAHARI DI KOTA PARIAMAN

Hazkal Fajar<sup>1</sup>, Idhar Resmadi<sup>2</sup> Asep Kadarisman<sup>3</sup>, marga tidak disingkat, 12 pt)

<sup>1,2,3</sup> *Desain Komunikasi Visual, Universitas Telkom, Jl. Telekomunikasi No. 1, Bandung Terusan Buahbatu - Bojongsoang, Sukapura, Kec. Dayeuhkolot, Kabupaten Bandung, Jawa Barat 40257*  
hazkalfajar@student.telkomuniversity.ac.id

**Abstrak :** Penelitian ini membahas minimnya informasi pariwisata yang menarik dan komunikatif untuk Kota Pariaman, sebuah kota yang berkembang pesat di Sumatera Barat dengan potensi signifikan dalam wisata bahari, kuliner, dan budaya, namun sebagian besar belum dikenal oleh masyarakat luar. Upaya promosi saat ini kurang optimal, dengan informasi yang tersebar dan tidak disajikan dalam format visual yang menarik bagi generasi muda yang cenderung menyukai konten visual. Studi ini bertujuan untuk merancang zine sebagai panduan wisata bahari Kota Pariaman yang visual, menarik, dan terstruktur, guna meningkatkan aksesibilitas informasi wisata bagi wisatawan melalui media cetak yang *engaging* dan mudah dipahami. Dengan menggunakan pendekatan penelitian kualitatif, data dikumpulkan melalui observasi, wawancara terstruktur, kuesioner, dan studi literatur. Proses perancangan menggunakan metodologi *design thinking*. Temuan penelitian menunjukkan bahwa minimnya informasi wisata yang menarik dan komunikatif berdampak pada wisatawan, khususnya generasi muda. Zine yang dirancang ini menawarkan solusi alternatif yang efektif dan relevan, menyajikan konten personal, kreatif, dan visual secara ringkas dan menarik, khususnya bagi audiens muda. Pada akhirnya, zine ini berfungsi tidak hanya sebagai alat promosi tetapi juga sebagai media edukasi dan dokumentasi, menyatukan berbagai potensi daerah melalui desain komunikasi visual, sehingga memperkuat citra Kota Pariaman sebagai destinasi unggulan di Sumatera Barat. Kata kunci: ilmiah, jurnal, panduan, tulisan

**Kata kunci :** Pariaman, Wisata Bahari, Zine

**Abstract :** *This research addresses the lack of attractive and communicative tourism information for Kota Pariaman, a rapidly developing city in West Sumatra with significant potential in marine tourism, culinary, and culture, but largely unknown to outsiders. Current promotional efforts are suboptimal, with information scattered and not presented in a visually engaging format appealing to younger generations who prefer visual content. This study aims to design a zine as a visually appealing and structured nautical tourism guide for Kota Pariaman, enhancing information accessibility for tourists through engaging print media. Employing a qualitative research approach, data was collected via observation, structured interviews, questionnaires, and literature review. The design process utilized methodology. The findings indicate that the existing minimal and*

*unengaging tourism information significantly impacts tourists, especially youth. The designed zine offers an effective and relevant alternative, presenting personal, creative, and visual content concisely and attractively, specifically for younger audiences. Ultimately, this zine serves not only as a promotional tool but also as an educational and documentation medium, consolidating the region's diverse potential through visual communication design, thereby strengthening Pariaman's image as a premier destination in West Sumatra*

**Keywords :** *Nautical Tourism, Pariaman, Zine.*

## **PENDAHULUAN**

Kota Pariaman di Sumatera Barat, yang terkenal dengan wisata baharinya seperti Pantai Gandoriah, Pulau Angso Duo, dan Pantai Kata. Selain itu, Pariaman memiliki kekayaan budaya pesisir yang khas, mulai dari tradisi Tabuik, Batik Sampan, Sulaman Naras, hingga kuliner khas yang menjadi daya tarik wisatawan. Potensi ini menjadikan Pariaman sebagai salah satu destinasi yang mampu menggabungkan pesona alam dan kekayaan budaya dalam satu rangkaian wisata.

Namun, di tengah perkembangan teknologi dan media digital, penyajian informasi mengenai wisata Pariaman masih terbelang konvensional dan kurang menarik, terutama bagi generasi muda. Media informasi yang ada cenderung formal, terfragmentasi, dan belum memanfaatkan kekuatan visual secara optimal. Fenomena ini selaras dengan Diperlukan sebuah terobosan untuk menjembatani kekayaan budaya ini dengan dunia Generasi Z. Zine, sebagai media cetak alternatif yang bersifat independen dan ekspresif, menawarkan potensi besar. Zine memungkinkan penyampaian gagasan dengan pendekatan visual yang personal dan eksperimental (Resmadi, 2021). Akibatnya, potensi wisata yang besar belum sepenuhnya diiringi oleh media informasi yang komunikatif dan relevan dengan tren konsumsi informasi saat ini.

Kondisi tersebut menuntut adanya media informasi yang tidak hanya menyampaikan data, tetapi juga mampu membangun keterhubungan

emosional dan menggugah minat audiens. Zine, sebagai media cetak independen yang bersifat eksperimental dan personal, menawarkan fleksibilitas visual dan kebebasan berekspresi yang dapat menjembatani kebutuhan ini (Resmadi, 2021). Dengan karakteristiknya yang mengutamakan narasi visual, zine berpotensi menjadi media yang efektif untuk mengemas informasi wisata bahari Kota Pariaman dengan cara yang kreatif, relevan, dan mudah diterima oleh generasi muda.

Oleh karena itu, penelitian ini berfokus pada perancangan zine sebagai media informasi wisata bahari Kota Pariaman. Tujuannya adalah merancang media cetak grafis yang mampu mengemas potensi wisata bahari secara visual dan naratif, memperkuat identitas lokal, serta mendukung upaya pelestarian dan penyebaran informasi mengenai kekayaan alam dan budaya Kota Pariaman.

## **METODE PENELITIAN**

Dalam penelitian ini peneliti menerapkan metode kualitatif.

Metode pengumpulan data yang dilakukan ialah:

1. **Observasi** : Penelitian ini menerapkan metode observasi partisipatif dan non-partisipatif yang bertujuan untuk melihat dan mengamati bagaimana kehidupan sosial masyarakat Kota Pariaman dengan begitu peneliti dapat memaknai dan mempelajari tindakan sosial selama di Kota Pariaman.
2. **Wawancara** : Dilakukan wawancara yang bersifat semi-terstruktur, dengan narasumber yaitu Ahli Muda Ekonomi Kreatif Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Pariaman, Budayawan Lokal, dan Mantan Duta Wisata Kota Pariaman sebagai upaya pengumpulan informasi wisata di Kota Pariaman saat ini.



*Gambar 1 Wawancara dengan Ahli Muda Ekonomi Kreatif Disbudpar Kota Pariaman*

*sumber: Dokumentasi Penulis*



*Gambar 2 Wawancara Budayawan Lokal Pariaman*

*Sumber : Dokumentasi Penulis*



*Gambar 3 Wawancara dengan mantan Duta Wisata Kota Pariaman*

*Sumber : Dokumentasi Penulis*

- 3. Kuisioner :** Melakukan pengumpulan data kualitatif dari 67 responden Generasi Muda melalui platform Google Forms. Ditujukan untuk

mengumpulkan bukti mengenai informasi wisata bahari di Kota Pariaman.

4. **Studi Literatur** : Melakukan studi terhadap media utama yang digunakan dan teori-teori desain serta data objek penelitian yaitu informasi mengenai wisata bahari di Kota Pariaman. Media studinya ialah buku, jurnal, dan artikel internet.

## **HASIL DAN DISKUSI**

Zine yang dikembangkan dalam penelitian ini dirancang sebagai media informasi yang menyoroti potensi wisata bahari Kota Pariaman dengan pendekatan visual eksperimental yang selaras dengan preferensi generasi muda. Perancangan memanfaatkan prinsip desain komunikasi visual seperti kesatuan, kontras, keseimbangan, ritme, dan tipografi untuk menciptakan tampilan yang dinamis dan menarik. Konten disusun dalam format narasi ringkas yang dipadukan dengan fotografi destinasi, ilustrasi, peta wisata, serta elemen grafis yang merefleksikan identitas budaya pesisir Pariaman.

Hasil survei menunjukkan bahwa mayoritas responden berusia 18–30 tahun menilai zine ini lebih personal, atraktif, dan mudah diingat dibandingkan bentuk media informasi wisata yang biasa mereka temui. Visual yang disajikan dinilai mampu menumbuhkan rasa penasaran dan memperkaya wawasan tentang Pariaman. Materi yang dihadirkan meliputi sejarah singkat kota, daftar destinasi pantai dan pulau, tradisi lokal seperti Tabuik, Batik Sampan, Sulaman Naras, serta rekomendasi kuliner khas.

## **KONSEP PESAN**

Konsep pesan yang ingin disampaikan dalam perancangan zine ini berpusat pada pengalaman wisata di Kota Pariaman dan peningkatan akses informasi mengenai pariwisata Kota Pariaman. Zine ini dirancang dengan

pendekatan naratif melalui sudut pandang pengalaman wisatawan, sehingga informasi yang disampaikan terasa lebih personal dan emosional. Tujuannya adalah untuk menunjukkan bahwa wisata bahari dan budaya di Kota Pariaman tidak hanya menyajikan keindahan visual, tetapi juga menyimpan pengalaman pribadi yang membekas bagi wisatawan.

### **KONSEP MEDIA**

Dalam perancangan ini dikategorikan menjadi 2 media yaitu media utama dan media pendukung. Media utama yang digunakan dalam perancangan ini adalah Travel Zine. Selain itu, hal yang menarik dari media zine ialah “sentuhan” personal perancang zine, seperti pengaplikasian ilustrasi, atau berbagai kerajinan tangan (Resmadi,2021).

### **KONSEP KREATIF**

Perancangan ini menggunakan pendekatan kreatif SCAMPER (Substitute, Adapt, Put to another use) untuk menghadirkan pengalaman unik bagi pembaca. Zine dipilih sebagai media utama untuk menggantikan format informasi konvensional seperti brosur dan leaflet, karena menawarkan fleksibilitas visual dan kebebasan ekspresi yang lebih luas. Desainnya ditujukan untuk audiens berusia 18–30 tahun, dengan tujuan menyampaikan informasi wisata bahari dan budaya Kota Pariaman sekaligus menghadirkan identitas pesisir secara emosional dan kontekstual. Konten menggabungkan elemen pantai, pulau, aktivitas masyarakat pesisir, serta kekayaan budaya lokal seperti tradisi Tabuik, Batik Sampan, Sulaman Naras, dan kuliner khas Pariaman. Semua unsur divisualisasikan dengan gaya grunge-modern yang memadukan tekstur pasir, kayu, dan air laut dengan elemen grafis budaya lokal, menciptakan kesan bahari yang kuat dan harmonis.

## KONSEP VISUAL

Konsep visual dalam perancangan zine ini mengintegrasikan kombinasi gaya *grunge-style* dan *modern-style*. Pemilihan ini bertujuan untuk mengekspresikan keunikan dan emosi personal yang relevan dengan karakteristik generasi muda saat ini, khususnya Generasi Z dan milenial. Gaya *grunge* memberikan kesan *raw* dan *anti-mainstream*, sedangkan gaya *modern* menghadirkan sentuhan visual yang bersih dan rapi, memastikan keterbacaan serta penyesuaian yang baik dengan elemen desain seperti teks, foto, dan grafis. Perpaduan kedua gaya ini diharapkan dapat menciptakan identitas visual yang kuat namun tetap komunikatif, menjadikan zine ini tidak hanya sebagai media informasi, tetapi juga medium ekspresi yang menarik dan *relatable* bagi audiens muda.

Aspek-aspek visual yang digunakan meliputi:

- **Warna** Penggunaan warna dalam perancangan zine ini diambil dari warna khas Kota Pariaman dan wilayah Minang, yaitu warna marawa: hitam, merah, dan kuning. Untuk menciptakan keseimbangan, warna putih juga disertakan sebagai elemen tambahan. Warna-warna ini tidak hanya merepresentasikan identitas lokal, tetapi juga berkontribusi pada estetika visual yang menarik.
- **Tipografi** Tipografi yang dipilih adalah jenis sans-serif, yang memberikan kesan santai dan dapat merepresentasikan unsur budaya. Dua jenis huruf spesifik yang digunakan adalah Charter dan Monsieur La Doulaise. *Charter* dipilih karena memiliki *Open Font License* yang memungkinkannya digunakan secara bebas, sedangkan *Monsieur La Doulaise* (juga berlisensi bebas) digunakan untuk menambahkan kesan elegan pada desain. Pemilihan ini memastikan keterbacaan yang baik sekaligus memperkaya estetika visual zine.

- **Fotografi dan Grafis Fotografi** menjadi titik fokus utama dalam zine ini, dengan penekanan pada foto-foto destinasi wisata di Kota Pariaman. Aset foto dan grafis akan diubah menjadi monokrom untuk membentuk identitas visual yang unik, yang juga bertujuan untuk merepresentasikan target audiens. Sementara itu, grafis yang digunakan akan diambil dari visual-visual yang mewakili atau ditemukan di Kota Pariaman, sehingga memperkuat identitas lokal dan narasi visual. Penggunaan monokrom diharapkan dapat memberikan kesan estetis yang kuat dan konsisten di seluruh zine.

Konsep visual ini secara keseluruhan dirancang untuk mendukung konsep pesan zine yang berfokus pada pengalaman wisata di Kota Pariaman dan peningkatan informasi pariwisata, disajikan melalui sudut pandang wisatawan agar terasa lebih personal dan emosional.

#### **KONSEP KOMUNIKASI**

Dalam perancangan zine ini konsep komunikasi yang digunakan ialah AIDA, yakni Attention, Interest, Desire, Action. Pengaplikasian konsep komunikasi ini ialah dengan menggabungkan semua media utama, media pendukung dan aksesoris lainnya yang akan digunakan sebagai display pada kegiatan melapak pada festival buku, seni, ataupun desain.

## HASIL PERANCANGAN



*Gambar 4 Hasil Perancangan*

*Sumber : Dokumentasi Penulis*

## KESIMPULAN

Minimnya penyajian informasi wisata Kota Pariaman yang menarik dan komunikatif berdampak pada rendahnya keterlibatan wisatawan, khususnya generasi muda. Perancangan zine sebagai media informasi dipilih sebagai solusi yang efektif karena sifatnya yang personal, kreatif, dan visual, sehingga mampu menyajikan informasi secara ringkas, menarik, dan mudah dipahami. Zine ini berperan sebagai sarana edukasi dan dokumentasi yang menggabungkan potensi wisata bahari dan budaya dalam satu media kreatif, sekaligus memperkuat pemahaman serta apresiasi masyarakat terhadap budaya lokal Kota Pariaman.

## DAFTAR PUSTAKA

Antara Sumbar. (2024, Januari 5). *Pemkot Pariaman catat kunjungan wisatawan 2023 capai dua juta.*

<https://sumbar.antaranews.com/berita/595290/pemkot-Pariaman-catat-kunjungan-wisatawan-2023-capai-dua-juta>

Hidayat, D. R., Fitriani, A., & Anggraini, R. (2023). Analisis daya dukung wisata bahari di kawasan konservasi perairan daerah Kota Pariaman. *Jurnal Gantang*, 8(1), 13–23. <https://ejournal.hamzanwadi.ac.id/index.php/gdk/article/view/27181/5949>

Arntson, A. E. (2012). *Graphic Design Basics* (6th ed.). Wadsworth Cengage Learning.

Rustan, S. (2009). *Mengenal Desain Komunikasi Visual*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Bruce, M., & Bessette, M. (2006). *Design thinking: A guide to creative problem solving for everyone*. New York, NY: Allworth Press.

Krause, J. (2007). *Design Basics Index* (2nd ed.). HOW Books.

Elam, K. (2001). *Grid Systems: Principles of Organizing Type*. Princeton Architectural Press.

Rustan, S. (2009). *Mengenal Desain Komunikasi Visual*. Gramedia Pustaka Utama.

Duncombe, S. (1997). *Notes from underground: Zines and the politics of alternative culture*. New York, NY: Verso.

Lupton, E. (2004). *Thinking with Type: A Critical Guide for Designers, Writers, Editors, & Students*. Princeton Architectural Press.

Wright, A. (2003). *The Essential Guide to Illustration*. London: Bloomsbury Publishing.

- Duncombe, S. (1997). *Notes from Underground: Zines and the Politics of Alternative Culture*. New York: Verso.
- Arifin, A. (2011). *Dasar-Dasar Produksi Grafika*. Jakarta: Direktorat Pembinaan SMK, Kementerian Pendidikan Nasional.
- Sontag, S. (1977). *On Photography*. New York: Farrar, Straus and Giroux.
- Langford, M. (2001). *Basic Photography* (7th ed.). Oxford: Focal Press.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Triggs, T. (2010). *Fanzines*. London: Thames & Hudson.
- Meggs, P. B., & Purvis, A. W. (2016). *Meggs' History of Graphic Design*
- Garcia, A., & Siqueira, M. E. (2016). Zines as a Medium of Visual Culture. *International Journal of Communication*, 10, 1700–1716.
- Wijaya, B. S. (2013). The Development of Hierarchy of Effects Model in Advertising. *International Research Journal of Business Studies*, 5(1), 73–85.
- Craig, J. (2006). *Designing with type: The essential guide to typography* (5th ed.). New York, NY: Watson-Guption.
- Heinich, R., Molenda, M., Russell, J. D., & Smaldino, S. E. (2002). *Instructional media and technologies for learning* (7th ed.). Upper Saddle River, NJ: Merrill Prentice Hall.
- (Resmadi, 2021) ANALYSIS OF ZINETFLIX CYBER MEDIA AS A MEDIA IN THE DIGITAL ERA Jurnal Sosioteknologi Resmadi *IJurnal Sosioteknologi* (2021) 20(3) 327-336