

# **PERANCANGAN PROMOSI BATUHODA BEACH**

## **Laporan Tugas Akhir**

Ditulis sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Desain (S.Ds.)



**UMN**  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

Nama : Patrick Wijaya  
NIM : 00000022622  
Program Studi : Desain Komunikasi Visual  
Fakultas : Seni dan Desain

**UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA**

**TANGERANG**

**2021**

## **LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Patrick Wijaya  
NIM : 000000 22622  
Program Studi : Desain Komunikasi Visual  
Fakultas : Seni dan Desain  
Universitas Multimedia Nusantara  
Judul Tugas Akhir :

### **PERANCANGAN PROMOSI BATUHODA BEACH**

dengan ini menyatakan bahwa, laporan dan karya tugas akhir ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar sarjana, baik di Universitas Multimedia Nusantara maupun di perguruan tinggi lainnya.

Karya tulis ini bukan saduran/terjemahan, murni gagasan, rumusan dan pelaksanaan penelitian/implementasi saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan pembimbing akademik dan narasumber.

Demikian surat pernyataan originalitas ini saya buat dengan sebenarnya, apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan serta ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar (S.Ds.) yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 7 Januari 2021

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Patrick Wijaya', with a large, sweeping flourish above the name.

Patrick Wijaya

**HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR**  
**PERANCANGAN PROMOSI BATUHODA BEACH**

Oleh

Nama : Patrick Wijaya  
NIM : 000000 22622  
Program Studi : Desain Komunikasi Visual  
Fakultas : Seni dan Desain

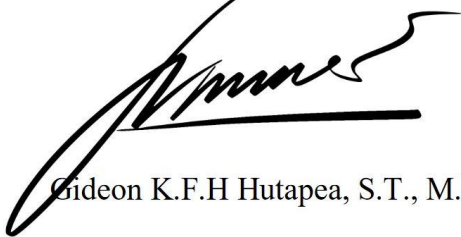
Tangerang, 22 Januari 2020

Pembimbing




Ardiles Akyuwen S.sn., M.Sn.

Penguji



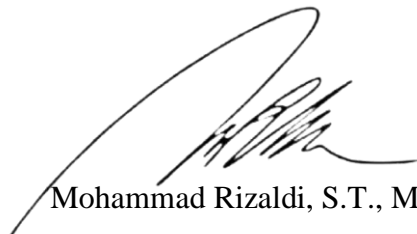
Gideon K.F.H Hutapea, S.T., M.Ds.

Ketua Sidang



Ken Natasha Violeta, S.Sn, M.Ds.

Ketua Program Studi



Mohammad Rizaldi, S.T., M.Ds.

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena telah menyertai penulis dalam menyelesaikan proposal tugas akhir ini. Proposal tugas akhir ini disusun dengan tujuan dapat mempromosikan Batuhoda Beach sebagai sebuah destinasi wisata alam yang indah, nyaman, dan bersih.

Topik ini dianggap penting untuk dikaji menjadi sebuah solusi untuk mempromosikan destinasi wisata bahari Batuhoda Beach yang terdapat di Pulau Samosir, Sumatera Utara. Target pembaca proposal ini adalah wisatawan yang berkunjung ke Pulau Samosir / Kabupaten Samosir sebagai salah satu pilihan berlibur untuk menikmati keindahan alam bahari Pulau Samosir.

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada orang-orang dibawah ini yang membantu penulis dalam merancang tugas ini, yaitu :

1. Mohammad Rizaldi, S.T., M.Ds. selaku Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual, dan dosen mata kuliah Seminar Universitas Multimedia Nusantara.
2. Adhreza Brahma, M.Ds. selaku Koordinator TA Universitas Multimedia Nusantara.
3. Gideon K.F.H. Hutapea, S.T., M.Ds Selaku dewan penguji yang memberi saran serta masukan dalam pengembangan tugas akhir ini.
4. Ken Natasha Violeta, S.Sn, M.Ds. Selaku ketua sidang yang memberi saran serta masukan dalam pengembangan tugas akhir ini.

5. Ardiles Akyuwen S.Sn. M.Ds selaku dosen pembimbing yang senantiasa memberi arahan serta masukan selama proses perancangan tugas akhir.
6. Ombang Siboro & Mario Apindo selaku tim Batuhoda Beach sebagai narasumber
7. Keluarga dekat, terutama ayah dan ibu perancang yang senantiasa memberikan dukungan moral dan menyediakan fasilitas selama perancangan tugas akhir.
8. Saudara sepupu, Ko Eric dan keluarga yang bersedia menjadi model foto dan pemberi masukan.
9. Anjelina, Audrey, Cynthia, Rashad, Gilli, Nicodemus, Keisha, Stefanus, Diaz, Adianto sebagai teman seperjuangan anak bimbingan Pak Ardiles.
10. Kelvin, Birgitta, Aletta, Alphonsus, Shania, Sonia, Buchron, Celine, Tricia yang selalu memberi masukan saran, dukungan moral, serta menjadi teman seperjuangan dalam proses perancangan tugas akhir.

Penulis berharap dengan adanya rancangan promosi ini, Batuhoda Beach dapat menjadi salah satu tujuan destinasi berlibur keluarga untuk bersenang-senang dan mengukir momen yang indah.

Tangerang, 09 Januari 2021



Patrick Wijaya

## ABSTRAKSI

Menurut Moriarty, Mitchell, dan Wells (2012), promosi merupakan penggabungan alat-alat komunikasi dalam sebuah *brand* yang saling bekerjasama dengan konsisten dan tujuan yang jelas untuk merepresentasikan sebuah *brand* kepada khalayak luas. Kegiatan promosi sangatlah dibutuhkan dalam pariwisata sebagai alat untuk mempromosikan objek wisata kepada masyarakat luas agar mengunjungi objek wisata tersebut. Salah satu bentuk wisata yang terkenal di Indonesia ialah wisata bahari. Wisata bahari atau dikenal sebagai wisata maritim merupakan sebuah wisata yang berhubungan dengan kegiatan yang dilakukan pada wilayah dengan dominasi perairan dan kelautan, seperti pada danau, pantai, maupun sungai. Wisata ini berhubungan dengan kegiatan olahraga air maupun rekreasi alam.

Salah satu destinasi wisata bahari yang terkenal di Provinsi Sumatra Utara terletak pada Pulau Samosir, Danau Toba. Pulau Samosir merupakan sebuah pulau vulkanik yang memiliki sangat banyak destinasi objek wisata, dimulai dari wisata alam, wisata sejarah, wisata bahari, hingga wisata agrikultur dikarenakan lingkungan alamnya yang sangat subur dan indah.

Kata kunci : Promosi, Wisata Bahari, Pulau Samosir.

## **ABSTRACT**

*According to Moriarty, Mitchel, and Wells (20120, promoton is an amalgamation of communication tools in a brand that work together with each other with a consistent and clear purpose to represent a brand to a wide audience. A promotional activity is needed in tourism activities as a tool to advertise a certain tourism object to the wider community so they can interested and want to visit the promoted tourist attraction. One of the well-known forms of tourism in Indonesia is marine tourism. Marine tourism is a tourism related to activities carried out in areas with the dominance of waters and the sea, such as lakes, beaches, or rivers. This tourism is realted to water sport activities and nature recreation.*

*One of the famous marine tourism destinations in North Sumatra Province is located on Samosir Island, Lake Toba. Samosir island is a volcanic island that has a lot of tourism attractions, starting from natural tourism, historical tourism, agricultural tourism to marine tourism due to its very fertile and beautiful natural environment*

*Keywords: Promotion, Marine Tourism, Samosir Island.*



## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT .....</b>	<b>II</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR.....</b>	<b>IV</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>IV</b>
<b>ABSTRAKSI.....</b>	<b>VII</b>
<b><i>ABSTRACT</i> .....</b>	<b>VIII</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>IX</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>XIII</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>XVII</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>XVIII</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	2
1.3. Batasan Masalah.....	3
1.4. Tujuan Tugas Akhir .....	3
1.5. Manfaat Tugas Akhir .....	3
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>5</b>
2.1. Promosi .....	5
2.1.1. Definisi Promosi.....	5
2.1.2. Strategi Promosi.....	5

2.1.3.	Bentuk Iklan .....	6
2.1.4.	Jenis-jenis Pendekatan .....	7
2.1.5.	Fase dalam Proyek .....	10
2.2.	Desain Komunikasi Visual .....	14
2.2.1.	Prinsip Desain Grafis .....	14
2.2.2.	Elemen Desain .....	23
2.2.3.	Gambar .....	25
2.2.4.	Warna .....	27
2.2.5.	Tipografi.....	29
2.2.6.	<i>Copywriting</i> .....	32
2.2.7.	<i>Grid</i> .....	33
2.2.8.	<i>Layout : Breathing Space</i> .....	35
2.2.9.	Fotografi.....	35
2.3.	Pariwisata .....	38
2.3.1.	Tujuan Pariwisata.....	38
2.3.2.	Jenis – jenis Wisata .....	39
2.3.3.	Pulau Samosir.....	41
2.3.4.	Pariwisata Pulau Samosir.....	42
2.3.5.	Batuhoda Beach .....	44
<b>BAB III METODOLOGI .....</b>		<b>46</b>
3.1.	Metodologi Pengumpulan Data.....	46
3.1.1.	Wawancara.....	46
3.1.2.	Observasi.....	49

3.1.3.	Studi Eksisting .....	51
3.1.4.	Kuesioner .....	52
3.2.	Metodologi Perancangan.....	57
3.2.1.	<i>Overview</i> .....	58
3.2.2.	<i>Strategy</i> .....	58
3.2.3.	<i>Ideas</i> .....	58
3.2.4.	<i>Design</i> .....	58
3.2.5.	<i>Production</i> .....	58
3.2.6.	<i>Implementation</i> .....	59
<b>BAB IV STRATEGI DAN ANALISIS PERANCANGAN .....</b>		<b>60</b>
4.1.	Strategi Perancangan.....	60
4.1.1.	<i>Overview</i> .....	60
4.1.2.	<i>Strategy</i> .....	60
4.1.3.	<i>Idea</i> .....	65
4.1.4.	<i>Design</i> .....	72
4.1.5.	<i>Production</i> .....	99
4.1.6.	<i>Implementation</i> .....	100
4.2.	Analisis Perancangan .....	101
4.2.1.	Analisis Desain <i>Instagram</i> .....	101
4.2.2.	Analisis Desain <i>Facebook</i> .....	107
4.2.3.	Analisis Desain <i>Web Banner</i> .....	109
4.2.4.	Analisis Desain <i>Billboard</i> .....	111
4.2.5.	Analisis Desain <i>Flag Banner</i> .....	112

4.2.6.	Analisis Desain <i>Gimmick</i> .....	113
4.3.	<i>Budgeting</i> .....	116
<b>BAB V PENUTUP .....</b>		<b>119</b>
5.1	Kesimpulan .....	119
5.2	Saran.....	120
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>XVIII</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Format DVD.....	15
Gambar 2. 2 Simetris.....	16
Gambar 2. 3 Asimetris .....	16
Gambar 2. 4 Hirarki .....	17
Gambar 2. 5 Struktur Pohon.....	19
Gambar 2. 6 Struktur Sarang.....	20
Gambar 2. 7 Struktur Tangga.....	20
Gambar 2. 8 Ritme .....	21
Gambar 2. 9 Kesatuan .....	22
Gambar 2. 10 Bentuk .....	24
Gambar 2. 11 Tint, Tone, Shade .....	25
Gambar 2. 12 <i>Collage</i> .....	26
Gambar 2. 13 <i>Decorative Font</i> .....	30
Gambar 2. 14 <i>Modular Grid</i> .....	34
Gambar 2. 15 Komposisi.....	35
Gambar 2. 16 <i>Frame within Frames</i> .....	37
Gambar 2. 17 Prespective .....	37
Gambar 2. 18 Wisata Maritim / Bahari.....	41
Gambar 2. 19 Pulau Samosir.....	42
Gambar 2. 20 Batu Hoda.....	44
Gambar 3. 1 <i>History Call</i> dengan Bapak Ombang Siboro.....	47

Gambar 3. 2 Wawancara dengan Bapak Mario .....	49
Gambar 3. 3 Foto observasi lokasi .....	50
Gambar 3. 4 Instagram Setigi.....	52
Gambar 3. 5 Rumus Slovin .....	53
Gambar 3. 6 Persenan masyarakat yang pernah mengunjungi Pulau Samosir .....	54
Gambar 3. 7 Persenan <i>brand awareness</i> Batuhoda Beach.....	54
Gambar 3. 8 Persenan pengunjung Batuhoda .....	55
Gambar 3. 9 Alasan responden mengapa belum pernah berkunjung .....	55
Gambar 3. 10 Darimana responden mengetahui tentang Batuhoda Beach.....	56
Gambar 3. 11 Kesan Batuhoda Beach bagi yang telah berkunjung .....	56
Gambar 3. 12 Media yang paling sering diakses untuk mencari destinasi wisata	57
Gambar 4. 1 Mindmap Batuhoda .....	65
Gambar 4. 2 Mindmap Visual Batuhoda.....	67
Gambar 4. 3 Moodboard Perancangan Visual .....	68
Gambar 4. 4 Font Sadtember .....	70
Gambar 4. 5 Font Robaga Rounded.....	71
Gambar 4. 6 Color Palette .....	71
Gambar 4. 7 Sketsa Visual Kolase .....	73
Gambar 4. 8 Moodboard Photoshoot .....	74
Gambar 4. 9 Proses Editing Aset Foto Model.....	75
Gambar 4. 10 Proses Editing Aset Foto <i>Environment</i> .....	76
Gambar 4. 11 Proses <i>Cut-out</i> aset.....	77

Gambar 4. 12 Alternatif Aset <i>liquid</i> .....	77
Gambar 4. 13 Proses Perancangan Visual Utama.....	78
Gambar 4. 14 Proses Perancangan Visual Utama v2.....	79
Gambar 4. 15 Visual Utama.....	79
Gambar 4. 16 Aset <i>Background Wave</i> .....	80
Gambar 4. 17 Sketsa layouting .....	81
Gambar 4. 18 <i>Post Plan Instagram</i> .....	82
Gambar 4. 19 Proses Perancangan Media Instagram <i>Row 1</i> .....	83
Gambar 4. 20 Hasil akhir Media Instagram <i>Row 1</i> .....	83
Gambar 4. 21 Proses perancangan Media <i>Instagram Row 2</i> .....	84
Gambar 4. 22 Hasil Akhir Media <i>Instagram Row 2</i> .....	85
Gambar 4. 23 Proses perancangan Media <i>Instagram Row 3</i> .....	85
Gambar 4. 24 Hasil Akhir Media Instagram <i>Row 3</i> .....	86
Gambar 4. 25 Proses Perancangan <i>Input Background Wave</i> .....	88
Gambar 4. 26 Proses Perancangan Media <i>Instagram Story</i> .....	89
Gambar 4. 27 Hasil Akhir Media <i>Instagram Story</i> .....	89
Gambar 4. 28 Proses Perancangan <i>Instagram Filter</i> .....	90
Gambar 4. 29 Proses Perancangan Facebook Post.....	91
Gambar 4. 30 Hasil Akhir <i>Facebook Post</i> .....	92
Gambar 4. 31 Hasil Perncangan <i>Facebook Story</i> .....	92
Gambar 4. 32 Proses Perancangan <i>Web Banner</i> .....	94
Gambar 4. 33 Hasil akhir <i>web banner</i> .....	94
Gambar 4. 34 Proses perancangan <i>web banner 2</i> .....	95

Gambar 4. 35 Hasil akhir <i>web banner 2</i> .....	95
Gambar 4. 36 Proses perancangan <i>billboard</i> .....	96
Gambar 4. 37 Hasil akhir <i>billbaord</i> .....	97
Gambar 4. 38 Proses perancangan <i>flag banner</i> .....	97
Gambar 4. 39 Hasil akhir <i>flag banner</i> .....	98
Gambar 4. 40 <i>Merchandise</i> .....	99
Gambar 4.41 Analisis <i>Instagram Post Feeds</i> .....	101
Gambar 4.42 <i>Instagram Post Ads Mockup</i> .....	102
Gambar 4.43 Analisis <i>Instagram Post Feeds</i> .....	103
Gambar 4. 44 Analisis <i>Instagram Story</i> .....	105
Gambar 4. 45 Analisis <i>Instagram Filter</i> .....	106
Gambar 4. 46 Analisis <i>Facebook Post</i> .....	107
Gambar 4. 47 Analisis <i>Facebook Story</i> .....	108
Gambar 4. 48 Analisis <i>Web Banner</i> .....	109
Gambar 4. 49 Analisis <i>Web Banner 2</i> .....	110
Gambar 4. 50 Analisis <i>Billboard</i> .....	111
Gambar 4. 51 Analisis <i>Flag Banner</i> .....	112
Gambar 4. 52 Analisis <i>Fridge Magnet</i> .....	113
Gambar 4. 53 Analisis <i>Totebag</i> .....	114
Gambar 4. 55 Analisis <i>Topi</i> .....	115
Gambar 4. 56 Analisis <i>Keychain</i> .....	115
Gambar 4. 57 Analisis <i>Sticker</i> .....	116



## DAFTAR TABEL

Tabel 4 1. <i>Creative Brief &amp; Brand Communication</i> .....	61
Tabel 4 2 Tabel Produksi .....	99
Tabel 4 3 <i>Budgeting</i> .....	116

## **DAFTAR LAMPIRAN**

<b>LAMPIRAN A : FORM BIMBINGAN .....</b>	<b>XXI</b>
<b>LAMPIRAN B : DIAGRAM BUKTI KUESIONER.....</b>	<b>XXIII</b>
<b>LAMPIRAN C : FOTO OBSERVASI LANGSUNG .....</b>	<b>XXVII</b>
<b>LAMPIRAN D : PERTANYAAN WAWANCARA .....</b>	<b>XXXI</b>