

Perancangan Promosi Wisata Kecamatan Selo Sebagai Destinasi Wisata Alam dan Budaya Kabupaten Boyolali

Yosia Enggar Kurniawan¹

Drs. Mohamad Suharto, M.Sn.² Sayid Mataram, S.Sn., M.Sn.³

ABSTRAKSI

Yosia Enggar Kurniawan, 2018. Pengantar karya Tugas Akhir ini berjudul “Perancangan Promosi Wisata Kecamatan Selo Sebagai Destinasi Wisata Alam dan Budaya Kabupaten Boyolali”. Permasalahan yang dikaji dalam perancangan ini adalah: (1) Bagaimana memilih strategi promosi untuk wisata di Kecamatan Selo Boyolali agar menarik perhatian masyarakat luas guna meningkatkan jumlah wisatawan yang berkunjung di Kecamatan Selo? (2) Bagaimana merancang media promosi yang tepat, efektif, kreatif dan komunikatif untuk mempromosikan wisata di Kecamatan Selo Boyolali sebagai implementasi strategi promosi yang dipilih luas guna meningkatkan jumlah wisatawan yang berkunjung di Kecamatan Selo? Selo adalah salah satu Kecamatan di Kabupaten Boyolali yang menyimpan keindahan alam yang luar biasa, karena letaknya berada di antara Gunung Merbabu dan Gunung Merapi. Selain memiliki panorama alam yang indah, Selo memiliki kekayaan budaya warisan nenek moyang berupa tari-tarian tradisional dan ritual-ritual yang masih dilestarikan oleh masyarakatnya. Meskipun banyak dibangun obyek wisata bertemakan pemandangan alam yang cocok untuk *refreshing* dan berfoto-foto, keberadaan obyek-obyek wisata di Kecamatan Selo ini masih kurang diketahui oleh masyarakat luas di Jawa Tengah, khususnya Karasidenan Surakarta karena kurangnya promosi yang dilakukan pengelola maupun dinas terkait. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dimana sumber datanya diperoleh dari wawancara, observasi, analisis pemasaran model AISAS serta dokumentasi. Strategi kreatif dalam perancangan ini yaitu merancang strategi promosi yang efektif dan menarik untuk kemudian diaplikasikan pada berbagai media komunikasi visual yang sesuai dengan *target audience*. Media utama dalam perancangan ini terdiri dari poster, brosur, baliho, dan media sosial. Media pendukung berupa aneka *merchandise* seperti *tote bag*, gantungan kunci, pin, kaos, stiker, mug, topi. Dengan memiliki strategi promosi melalui media utama dan media pendukung yang tepat, kreatif, dan efisien diharapkan keberadaan wisata di Selo dapat dikenal oleh khalayak luas.

¹ Mahasiswa Prodi S1 Desain Komunikasi Visual Fakultas Seni Rupa dan Desain Universitas Sebelas Maret Surakarta. NIM: C0714041

² Dosen Pembimbing I

³ Dosen Pembimbing II

***Designing Tourism Promotion for Selo District as a Natural and Cultural
Tourism Destination in Boyolali Regency***

Yosia Enggar Kurniawan⁴
Drs. Mohamad Suharto, M.Sn.⁵ Sayid Mataram, S.Sn., M.Sn.⁶

ABSTRACT

Yosia Enggar Kurniawan, 2018. An introduction to the work of Final Project entitled "Designing Tourism Promotion for Selo District as a Natural and Cultural Tourism Destination in Boyolali Regency". The problems examined by the writer are: (1) How to choose a suitable promotion strategy for tourism in Selo Boyolali District to attract the attention of the public to increase the number of tourists visit in Selo District? (2) How to design an appropriate, effective, creative and communicative promotional media to promote tourism in Selo Boyolali District as the implementation of a widely chosen promotion strategy to increase the number of tourists visit Selo Sub-District? Selo is one of the subdistricts in Boyolali Regency which holds extraordinary natural beauty, because it is located between Mount Merbabu and Mount Merapi. In addition to having a beautiful natural panorama, Selo has a wealth of cultural heritage in the form of traditional dances and rituals that are preserved by the community. Even though there are many tourism attractions with the theme of natural scenery suitable for refreshing and taking pictures, the existence of tourism objects in Selo Subdistrict is still unknown to the wider community in Central Java, especially Surakarta Residency due to lack of promotion by related managers and agencies. This research used descriptive qualitative research method where the data sources are obtained from interviews, observation, marketing analysis of the AISAS model and documentation. The creative strategy in this design is to design an effective and attractive promotion strategy to be applied to various visual communication media that are appropriate to the target audience. The main media in this design consist of posters, brochures, billboards, and social media. Supporting media in the form of various merchandises such as tote bags, key chains, pins, shirts, stickers, mugs, and hats. By having a promotional strategy through the main media and supporting media that are appropriate, creative, and efficient, it is expected that the presence of tourism in Selo can be recognized by a wider audience.

⁴ Student of Visual Communication Design, Fine Arts and Design Faculty, Sebelas Maret University, Student Number: C0714041

⁵ The First Lecturer

⁶ The Second Lecturer