

Perancangan Media Promosi Pusat Informasi Geopark Merangin Dalam Bentuk Audio Visual

Dhicky Arbi Kristiawan^{1✉}, Muhammad Rio Akbar², Widia Marta³

¹Universitas Putra Indonesia YPTK Padang

dhickyarbi@gmail.com

Abstract

Design of Media Promotion for Geopark Merangin Information Center in Audio Visual Form. The Merangin Geopark Information Center can be used by the public to study and find out the geological elements of the earth from fossils that are hundreds of millions of years old. Thus, it is hoped that it will be able to increase the knowledge of the community and participate in maintaining, protecting and improving the function of natural heritage, including the archaeological, ecological and cultural values that exist in it. This design uses the SWOT Analysis method (Strength, Weakness, Opportunity, Treatment). Therefore, in this design, it will be highlighted through visual messages through educational audio-visual media. The design media is in the form of audio-visual as the main media. Media applications in the form of X-Banners, Posters, Brochures, Calendars, Banners, T-shirts, Notebooks, and brochures that can support the main media.

Keywords: Design, SWOT, Promotional Media, Merangin Geopark Information Center

Abstrak

Perancangan Media Promosi Pusat Informasi Geopark Merangin Dalam Bentuk Audio Visual. Pusat Informasi Geopark Merangin ini bisa dijadikan masyarakat untuk mempelajari dan mengetahui unsur – unsur geologi bumi dari fosil yang berumur ratusan juta tahun. Dengan demikian diharapkan mampu menambah wawasan masyarakat dan ikut menjaga, melindungi serta meningkatkan fungsi warisan alam, termasuk nilai arkeologi, ekologi dan budaya yang ada di dalamnya. Perancangan ini menggunakan metode Analisa SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, Treatment). Oleh karena itu dalam perancangan ini akan ditonjolkan melalui pesan Visual melalui media audio visual yang edukatif. Adapun media rancangannya berupa audio visual sebagai media utama. Aplikasi Media berupa X- Banner, Poster, Brosur, Kalender, Spanduk, T-shirt, Notebook, dan brosur yang dapat menunjang media utama.

Kata Kunci: Perancangan, SWOT, Media Promosi, Pusat informasi Geopark Merangin.

© 2021 Judikatif

1. Pendahuluan

Dalam kehidupan, informasi sudah menjadi kebutuhan utama. Informasi sendiri memiliki arti kumpulan data yang diolah menjadi bentuk yang lebih berguna dan lebih berarti bagi yang menerimanya (Dewan rahadyan, 2014). Seiring berkembangnya ilmu pengetahuan, informasi disampaikan dengan cara dan bentuk yang berbeda – beda, salah satunya dengan menyediakan wadah khusus yang memberikan informasi mengenai suatu objek tertentu. wadah tersebut dinamakan Pusat Informasi. Pusat Informasi adalah Pelayanan publik dalam memberikan kemudahan pada masyarakat untuk memperoleh informasi secara khusus serta mendukung keterbukaan informasi publik (NV Rahmawati, 2018).

Pusat informasi sendiri biasanya dibuat oleh Lembaga pemerintahan dengan tujuan tertentu, sama seperti Pusat Informasi Geopark Merangin. Pusat Informasi Geopark Merangin didirikan oleh pemerintah setempat dengan tujuan sebagai wadah konservasi, memberikan informasi dan wawasan kepada masyarakat setempat

ataupun wisatawan yang berkunjung tentang apa itu Geopark yang ada di Merangin Pengertian Geopark (taman bumi) adalah sebuah wilayah geografi tunggal atau gabungan yang memiliki situs warisan Geologi (geosite), dan bentang alam yang bernilai, terkait aset warisan Geologi (Geoheritage), keragaman (Geodiversity), keaneka ragaman hayati (biodiversity), dan keragaman budaya (cultural diversity), serta dikelola untuk keperluan konservasi, edukasi dan pembangunan perekonomian masyarakat secara berkelanjutan dengan keterlibatan aktif dari masyarakat dan Pemerintah Daerah, sehingga dapat digunakan untuk menumbuhkan pemahaman dan kepedulian masyarakat terhadap bumi dan lingkungan sekitarnya. (Slamet Riyady, Hendrik Fasco Siregar & Nurhayati, 2019).

Pusat informasi geopark merangin memiliki fosil geologi yang berumur ratusan juta tahun berupa batang pohon atau kayu yang sudah membatu. Kemudian ada flora dan fauna yang di temukan

dihutan merangin, serta hasil karya seni dan budaya dari masarakat sekitar

Pusat Informasi Geopark Merangin didirikan dengan tujuan untuk memberikan informasi dan wawasan kepada masyarakat kabupaten merangin khususnya dan seluruh masyarakat Indonesia, tentang geopark yang dimiliki oleh merangin, Sayangnya Pusat Informasi ini masih banyak yang belum mengetahui keberadaanya. Hal ini bisa terjadi karena media promosi yang tidak mencapai target audience. Media promosi Geopark Merangin masih terdapat kekurangan, promosi yang telah dilaksanakan masih berupa poster, spanduk, dan brosur, sehingga kurang efektif Oleh sebab itu perlu media promosi yang lebih menarik untuk mensosialisasikan dan menginformasikannya pada masyarakat. Salah satu media yang belum dimiliki oleh Pusat Informasi Geopark Merangin adalah media audio visual.

2. Metodologi Penelitian

2.1. Metode Analisis Data

2.1.1. Observasi

Observasi dilakukan dengan cara datang ke Pusat Informasi Geopark Merangin untuk mendapatkan data verbal dan visual sehingga mendapatkan data yang benar.

2.1.2. Wawancara

Pada Penelitian ini penulis mewawancarai Tourguide dari Pusat Informasi Geopark Merangin Agar mendapatkan data yang kongkrit untuk perancangan ini. Penulis langsung bertanya jawab dengan narasumber (Tourguide) ibu Novita Yolanda Santi. Dan bapak kepala UPTD yaitu Bapak Mariyadie seperti pada yang tersaji pada gambar 1



Gambar 1. Panggung Ggandoriah

2.1.3. Metode Perancangan

2.1.3.1. Tujuan Kreatif

Tujuan kreatif yang di kembangkan dari Video Promosi Pusat Infomasi Geopark Merangin adalah upaya-upaya untuk lebih memberikan tekanan pada pesan yang ingin dicapai yaitu untuk menarik wisatawan untuk mengunjungi Pusat Informasi Geopark Merangin.

2.1.3.2. Strategi Kreatif

Dalam perancangan Video Promosi Pusat Informasi Geopark Merangin ini penulis menggunakan bahasa Indonesia yang baku (formal) yang sesuai dengan ejaan yang di sembunyikan (EYD), agar pesan yang di sampaikan dapat dengan mudah di mengerti dan dipahami oleh masyarakat yang menyaksikannya.

Strategi kreatif dalam perancangan Video Promosi Museum Geopark Merangin dilakukan beberapa tahap yaitu: Pra produksi, Produksi, Pasca Produksi, Mastering.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1. Konsep Perancangan





Dalam perancangan media promosi pusat informasi geopark Merangin yang berdurasi berkisar 2.30 – 3.00 detik. Konsep verbal yang digunakan pada media utama dengan menampilkan beberapa ikon yang ada di Merangin, lalu berlanjut pada pusat informasi geopark Merangin. Pada bagian ini akan menampilkan apa saja yang ada didalam pusat informasi geopark Merangin yang diringi dengan voice over agar pesan lebih tersampaikan dengan jelas dan mudah dipahami. Dalam visualnya akan ada seorang pengunjung dan tour guide, yang akan membimbing dari pengambilan gambar dan juga informasi yang disampaikan. Dalam video ini terdapat beberapa unsur yang digunakan meliputi gambar, suara, dan tipografi. Yang digabungkan jadi satu untuk menciptakan sesuatu hal yang menarik dan informatif.

3.2. Pra Desain

Dalam Pra Desain ini banyak sekali unsur yang harus digunakan untuk merancang sebuah video promosi pusat informasi geopark merangin nantinya, oleh sebab itu dalam proses Pra Desain ini dibutuhkan beberapa alternatif untuk memilih apa saja yang pas untuk digunakan dalam penelitian pada table 1 yang tersaji berikut. Warna yang digunakan dalam perancangan seperti tabel 2 yang tersaji berikut.

Tipografi	Estetika	Keterbacaan	Kesesuaian	Aplikasi
BEBAS NEW		✓	✓	Media Utama dan pendukung
Century Gothic	✓	✓	✓	Media Pendukung
Time New Roman	✓	✓	✓	Media Pendukung

Tabel 1. Penggunaan tipografi

Visual	Jenis	Arti
	Hitam	Warna hitam digunakan untuk memperjelas pesan teks yang akan dibuat di berbagai media pada media pendukung. Guna keterbacaan dan kejelasan dalam penyampaian pesan.
	Putih	Selain memilikikesan yang bersih simple, warna putih nantinya akan di pakai dalam teks media utama dan media pendukung. Karena warna putih tetap terbaca meski dengan background berwarna kontras dengan putih.
	Hitam doff	Warna yang digunakan dalam media pendukung, menyesuaikan dengan warna interior dari pusat informasi geopark merangin.
	Orange pantone	Warna yang digunakan dalam media pendukung, menyesuaikan dengan warna interior dari pusat informasi geopark merangin.

Gambar 2. Studi warna

3.3. Media Utama

Berikut adalah screenshot hasil akhir dari kegiatan produksi hingga menjadi sebuah video promosi yang sesuai dengan perencanaan sebelumnya. Seperti gambar 2 sampai gambar 4.



Gambar 2. Tampilan audio 1

3.4. Media pendukung



Gambar 3. Media spanduk



Gambar 4. Media Poster

4. Kesimpulan

Perancangan media promosi pusat informasi geopark merangin dilatar belakangi oleh kurangnya informasi tentang keberadaan Pusat informasi geopark merangin. Perancangan media promosi ini merupakan media promosi yang menjelaskan tentang Pusat Informasi geopark merangin. Di mana dalam video berisi penjelasan mengenai Pusat Informasi geopark merangin, Geopark, geodiversity, biodiversity, dan culture diversity. Media promosi ini dibuat dengan tujuan mengajak masyarakat untuk mengunjungi pusat informasi geopark merangin dan membantu masyarakat dalam menambah wawasan tentang geopark merangin. Perancangan media promosi pusat informasi geopark merangin dalam bentuk audio visual digunakan untuk menyampaikan pesan / informasi dari pengirim ke penerima pesan / informasi. Melalui media audio visual ini dapat menjadi media informasi yang efektif bagi masyarakat kabupaten merangin dan seluruh masyarakat Indonesia yang masih kurang pengetahuannya tentang geopark merangin.

Daftar Rujukan

- [1] W, Komiji. 2015. Menapak Jejak Menggapai Geopark Merangin
- [2] Jufrida, J., Basuki, F. R., & Rahma, S. (2018). Potensi Kearifan Lokal Geopark Merangin sebagai Sumber Belajar Sains di SMP. *EduFisika*, 3(01), 1-16.
- [3] Wibowo, Y. G., Zahar, W., Syarifuddin, H., & Ananda, R. (2019). Pengembangan Eco-Geotourism Geopark Merangin Jambi. *IJEEM-Indonesian Journal of Environmental Education and Management*, 4(1), 23-43.
- [4] Repindowaty, R. (2014). Perlindungan Hukum terhadap Geopark Merangin Jambi yang Berpotensi Menjadi Anggota

- Global Geopark Network (GGN) UNESCO. INOVATIF| Jurnal Ilmu Hukum, 7(3).
- [5] Nifita, A. T., & Arisontha, E. (2018). Pengaruh Media Sosial Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan di Taman Geopark Kabupaten Merangin. *Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan*, 7(2), 169-180.
- [6] Kusrianto, Adi. 2007. *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: C.V Andi Offset.
- [7] Couto, Nasbahry. 2010. *Psikologi Persepsi Dalam Desain Komunikasi Visual*. Padang: UNP Press Padang
- [8] Rustan, Suriyanto, 2017. *Mendesain Logo*. Edisi 2017. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- [9] *Layout: Dasar & penerapannya*. Edisi 2017. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- [10] Sachari, Agus. 2005. *Pengantar Metode Penelitian Budaya dan Desain (Arsitektur, Seni Rupa, dan Kriya)*. Jakarta : Erlangga
- [11] Safanayong, yongki. 2013. *Desain Komunikasi Visual Terpadu*. Jakarta: Arte Intermedia
- [12] Tinarbuko, Sumbo 2008. *Semiotika Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Jalasutra
- [13] Anggraini S. & Nathalia. (2014). *Desain Komunikasi Visual: Dasar-dasar panduan untuk pemula*. Bandung: Nuansa Cendekia