

Perancangan Promosi Homestay di Kawasan Wisata Seribu Rumah Gadang

Lestri Wely Murti^{1✉}

¹Universitas Putra Indonesia YPTK Padang

lestriwely@gmail.com

Abstract

Solok Selatan Regency has a superior tour located in Nagari Koto Baru, Sungai Pagu District, namely the Thousand Houses Gadang Area. The icon of the thousand gadang house area is Gajah Maram. Almost all gadang houses in this area have been built since the 1700s. The area of the thousand gadang houses has undergone some restoration or repairs to some of the ornaments which are weathering and porous. This is because this building still uses materials from nature. This renovation or improvement does not eliminate the essence of its cultural and aesthetic values. The Rumah Gadang tourist area has brought many changes and benefits to the surrounding community, both the private sector and the government. The development of lodging facilities has been built since 2016 utilizing gadang houses as homestays. The management of this homestay includes the regional government, the Association of Indonesian Travel Sales (ASATI) West Sumatra, tourism awareness groups (Pokadarwis) and Karang Taruna. However, the development of the number of visiting tourists to this area has not increased significantly. This is due to the lack of media information used in all lodgings. One of the most effective media in providing information to tourists is the book catalog media. Methods The design of this homestay promotional media uses a qualitative method approach. Collecting data by interview, observation, and literature study. Methods of data analysis using the SWOT method. Mandatory media in promoting homestay uses several media including posters, tote bags, mugs, stickers, x-banners, pins, calendars, clothes and banners.

Keywords: Design, Promotion, Home Stay, Seribu Rumah Gadang.

Abstrak

Kabupaten Solok Selatan memiliki wisata unggulan yang berada di Nagari Koto Baru, Kecamatan Sungai Pagu ialah Kawasan Seribu Rumah Gadang. Ikon dari kawasan seribu rumah gadang adalah Gajah Maram. Hampir keseluruhan rumah gadang yang berada didalam kawasan ini sudah dibangun sejak tahun 1700an. Kawasan seribu rumah gadang ini telah mengalami beberapa pemugaran atau perbaikan pada beberapa ornamen yang mengalami pelapukan dan keropos. Hal ini dikarena bangunan ini masih menggunakan bahan dari alam. Pemugaran atau perbaikan ini tidak menghilangkan esensi nilai budaya dan estetikanya. Kawasan wisata rumah gadang telah membawa banyak perubahan dan manfaat buat masyarakat sekitar, baik pihak swasta maupun pihak pemerintahan. Pengembangan sarana akomodasi telah dibangun sejak tahun 2016 memanfaatkan rumah gadang sebagai homestay. Pengelolaan homestay ini antara lain adalah pemerintahan daerah, Association of Sales Travel Indonesia (ASATI) Sumatera Barat, kelompok sadar wisata (Pokadarwis) dan Karang Taruna. Akan tetapi perkembangan akan jumlah pengunjung wisatawan ke kawasan ini tidak meningkat secara signifikan. Hal ini disebabkan karena kurangnya media informasi yang digunakan disemua akomodasi. Salah satu media yang paling efektif dalam memberikan informasi kepada wisatawan adalah media buku katalog. Metode Perancangan media promosi homestay ini menggunakan pendekatan metode kualitatif. Pengumpulan data dengan wawancara, observasi, dan studi pustaka. Metode analisis data menggunakan metode SWOT. Media mandatori dalam mempromosikan homestay menggunakan beberapa media antara lain ialah, poster, tote bag, mug, stiker, x-banner, pin, kalender, baju dan spanduk.

Kata kunci: Perancangan, Promosi, Homestay, Seribu Rumah Gadang.

Judikatif is licensed under a Creative Commons 4.0 International License.



1. Pendahuluan

Indonesia adalah salah satu destinasi pariwisata terbaik di dunia. Kekayaan yang dimiliki Indonesia sangat bervariasi dan memiliki nilai potensi yang luar biasa. Termasuk potensi culture budaya, sosial, dan potensi alamnya [1]. Sektor ini kemudian menjadi sektor unggulan dalam menyumbang pendapatan devisa

pembangunan nasional. Sektor pariwisata sangat menjanjikan dimasa mendatang tidak hanya menciptakan peluang kerja akan tetapi juga memberikan dampak positif bagi masyarakat sekitar [2].

Pertumbuhan dan perkembangan akan kebutuhan destinasi wisata di Indonesia kian meningkat [3], hal

ini menjadi fokus utama pemerintahan untuk memperbaiki infrastruktur dan menciptakan berbagai sektor akomodasi kawasan wisata terpadu. Keseriusan dalam pengelolaan destinasi kawasan wisata telah dilakukan oleh pemerintah pusat hingga pemerintah daerah. Provinsi Sumatera Barat, Kabupaten Solok Selatan, kecamatan Sungai Pagu, Nagari Kota Baru memiliki sebuah kawasan wisata unggulan yang dikenal dengan kawasan seribu rumah gadang. Wisata kawasan ini dingan dengan ikon gajah maram [4].

Kawasan wisata seribu rumah gadang (KWSRG) secara geografi berada di Kabupaten Solok Selatan. Lokasi wisata berada kurang lebih 127km dari Kota Padang, rute perjalanan melintasi Jalan Raya Padang arah Alahan Panjang. Sedangkan rute perjalanan dari kawasan wisata Jam Gadang Kota Bukittinggi melintasi Rute Jalan raya Padang Solok dengan jarak tempuh kurang lebih 188km [5].

KWSRG dinobatkan sebagai kampung ada terpopuler pada tahun 2017 dalam Anugerah Pesona Indonesia (API). Mengalahkan destinasi wisata serupa seperti wisata Kete' Keshu Kabupaten Toraja Utara, dan Wisata Mangaman Kabupaten Bantul [6]. Pesona yang dimiliki oleh KWSRG adalah sangat bervariasi mulai dari sosial budaya (marakat adat minangkabau), kuliner, cendara mata hingga arsitektur perkampungan nagari minangkabau, yang tersusun rapi di kiri dan kanan jalan. Hal ini menjadi keunikan tersendiri yang dimiliki oleh KWSRG mulai dari bentuk atap rumah gadang yang runcing atau disebut dengan *gonjong*, *relief* atau ukiran yang ada pada dinding rumah gadang, serta jumlah kamar yang beragam di dalam rumah gadang [7]. Selain itu juga terdapat filosofi lainnya terkait dengan desain rumah gadang yang memiliki banyak kayu penyangga atau disebut dengan *tonggak*, bagian ujung kiri dan kanan yang memiliki lantai lebih tinggi dan bagian bawah panggung yang digunakan untuk pemeliharaan hewan ternak [8].

Keunikan inilah yang membedakan kawasan saribu rumah gadang menjadi daya tarik bagi para wisatawan. Sehingga para pecinta pariwisata mulai mengunjungi tempat ini untuk mengetahui salah satu kampung adat terbaik di Indonesia. Untuk menunjang kegiatan pariwisata di kawasan saribu rumah gadang, dibangunlah homestay untuk penginapan para pengunjung. Awal mula homestay ini dibangun pada tahun 2016 oleh para pengembang pariwisata [9].

Tidak semua rumah gadang yang ada di kawasan saribu rumah gadang dijadikan homestay. Rumah yang digunakan adalah rumah gadang yang tidak berpenghuni. Namun rumah tersebut masih terawat dengan baik dan fasilitas yang ada di

rumah tersebut juga cukup dan memenuhi syarat untuk dijadikan homestay. Pengelolaan homestay tersebut bukan dari pihak pemerintah melainkan pihak pribadi dengan bantuan dan bimbingan dari dinas pariwisata [10].

Homestay yang berada di KWSRG masih belum terkenal ditengah masyarakat umum. Pada kawasan ini wisatawan hanya mengetahui objek wisata seribu rumah gadang saja. Hal ini dikarenakan, homestay tidak memiliki media informasi dan minimnya media promosi. Pada sisi lain, homestay yang berada didalam kawasan ini memiliki keunikan tersendiri yang memberikan pengalaman tersendiri. Karena konsep pada homestay ini adalah tetap mempertahankan kesan dan suasana perkampungan minangkabau [11]. Dan fasilitas penunjang lainnya sama seperti pada homestay pada umumnya. Oleh karena itu untuk memperkenalkan keunikan serta keindahan homestay saribu rumah gadang ini, sangat diperlukan media promosi seperti penggunaan katalog yang dapat dilihat oleh para pengunjung.

Katalog merupakan suatu media yang mampu memberikan informasi yang optimal dan mudah dipahami [12]. Katalog memuat informasi lebih detail dan lengkap dibandingkan dengan media lainnya, yang dikemas dalam bentuk foto-foto serta layout menarik [13]. Katalog adalah berupa salah satu media untuk menyusun data secara sistematis sehingga user atau pengguna dapat dengan mudah untuk menemukan data yang mau dicari [14]. Kurangnya perhatian pengelolaan KWSRG akan pentingnya buku katalog sebagai salah satu sumber informasi tentang fasilitas, tipe, dan layanan yang terdapat menyebabkan wisatawan memilih untuk menggunakan jasa perhotelan di luar kawasan. Berdasarkan latar belakang diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang “Perancangan Promosi Homestay di kawasan saribu rumah gadang kabupaten solok selatan dalam bentuk katalog”

2. Metodologi Penelitian

Berdasarkan pada objek material kawasan wisata seribu rumah gadang yang telah diteliti diatas telah ditetapkan masalah dan problem solving perancangan buku katalog homestay aktualisasi visualisasi yang balance dengan objek formal. Metode penelitian menggunakan pendekatan metode kualitatif [15].

2.1. Metodologi Pengumpulan Data

2.1.1. Observasi

Observasi pada tahapan ini adalah menadatang langsung lokasi KWSRG dan pihak pengelola

KWSRG baik pemerintahan, swasta, ASATI, kelompok masyarakat peduli wisata dan karang taruna setempat.

2.1.2. Wawancara

Wawancara pada tahapan ini beberapa narasumber yang menjadi acuan dalam pengambilan data dan mengumpulkan beberapa masalah yang ditemukan di lapangan. Wawancara ditujukan tidak hanya ke pengelola tetapi juga ke para wisatawan yang berkunjung dan toko masyarakat setempat.

2.1.3. Studi pustaka

Studi pustaka pada perancangan ini adalah mendatangi langsung balai pelestarian peninggalan cagar budaya, perpustakaan arsip daerah, perpustakaan balai dan perpustakaan andalusia berbagai sumber yang dijadikan sebagai data tambahan seperti buku, majalah, buku traveling, laporan karya ilmiah dan beberapa sumber website. Selain dari itu data yang dirujuk berupa video, radio, dan film [16].

2.1.4. Dokumentasi

Dokumentasi pada tahapan ini adalah berupa hasil dokumentasi dalam bentuk foto atau video seperti yang tersaji pada gambar 1 sampai dengan gambar 3



Gambar 1. Kawasan wisata seribu rumah gadang



Gambar 2. Kawasan wisata seribu rumah gadang 2



Gambar 3. Kawasan wisata seribu rumah gadang 3

2.2. Metode Analisis Data

Dalam perancangan promosi homestay di kawasan seribu rumah gadang di kabupaten Solok Selatan terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi minat dan strategi dalam berpromosi maka perlu suatu analisis terhadap perancangan kali ini. Dan untuk memaksimalkan pada perancangan ini menggunakan analisis SWOT [17]:

2.2.1. Strength (Kekuatan)

- Media promosi pertama yang dirancang dalam bentuk katalog.
- Homestay pertama yang menampilkan suasana adat dan menjadikan rumah adat sebagai penginapan.
- KWSRG dan homestay terbuka untuk masyarakat umum.
- Konsep wisata terpadu yang ditawarkan menjadi destinasi pilihan terbaik dan ramah untuk semua golongan dan tingkatan masyarakat.

2.2.2. Weakness (Kelemahan)

- Masih kurangnya Media promosi dan media informasi yang belum efektif dan komunikatif.
- Kebemanfaatan media sosial belum digunakan secara baik dan tersistem untuk menjadi media publikasi promosi dan informasi.
- Wisatawan hampir keseluruhannya tidak mengetahui bahwa rumah gadang bisa disewa untuk liburan keluarga (homestay).

2.2.3. Opportunity (Peluang)

- Menjadi destinasi wisata budaya unggulan dan berkelas internasional
- Meningkatkan jumlah wisatawan yang berkunjung ke KWSRG dan memberikan kontribusi terbesar dalam pertumbuhan perekonomian masyarakat sekitar dan pengelola KWSRG.
- KWSRG menjadi wisata edukasi dan culture budaya minangkabau

2.2.4. Treatment (Ancaman)

- Ancaman pada pertumbuhan dan perkembangan akomodasi homestay rumah gadang adalah dari usaha serupa seperti

pertumbuhan wisata homestay dengan gaya arsitek barat dan eropa.

- b. Kurang eksistensi jasa homestay seribu rumah gadang akan berdampak tergerusnya generasi penerus yang memahami makna dan filosofi yang terkandung di dalam KWSRG.

2.3. Tujuan Kreatif

Tahapan untuk mencapai pendekatan kreatif agar tujuan pesan utama tersampaikan ketarget audience. Beberapa pendekatan kreatif tersebut antra lain:

2.3.1. Bahasa, bahasa yang digunakan adalah bahasa Indonesia

2.3.2. Tipografi, karakter topografi mudah dibaca dan jelas (sanserif) [18].

2.3.3. Visual, esekukis desain dikemas dengan style simple dan menggunakan elemen-elemen desain.

2.3.4. Layout, tipe jumble yang digunakan pada perancangan buku katalog sebagai media promosi homestay di KWSRG. Hal ini dikarenakan, tipe layout ini penyusunan komposisi antar teks dan gambar tetap memperhitungkan white space, sehingga titik fokus informasi yang disampaikan akan terlihat lebih nyaman dan jelas [19].

2.3.5. Warna, strategi pemilihan warna pada perancangan ini adalah mengadopsi warna budaya KWSRG dan kondisi geografisnya. Hal ini bertujuan agar terciptanya brand identity visual untuk KWSRG.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1. Konsep Garapan Karya

3.1.1 Konsep Verbal

Konsep verbal pada perancangan buku katalog homestay sebagai media promosi ini adalah berfokus memberikan informasi yang lengkap dengan gambar dan keterangan dalam bentuk teks. Teks secara keseluruhan memberikan penjelasan yang detail baik berupa penomoran homestay sampai paket harga dan jasa yang ditawarkan.

3.1.2. Konsep Visual

Konsep visual pada perancangan buku katalog ini adalah simple dan modern. Konsep ini terinspirasi dari analisis target audiens berdasarkan behaviour (berdasarkan fenomena masyarakat modern). Fenomena menyerap informasi secara instan, simple

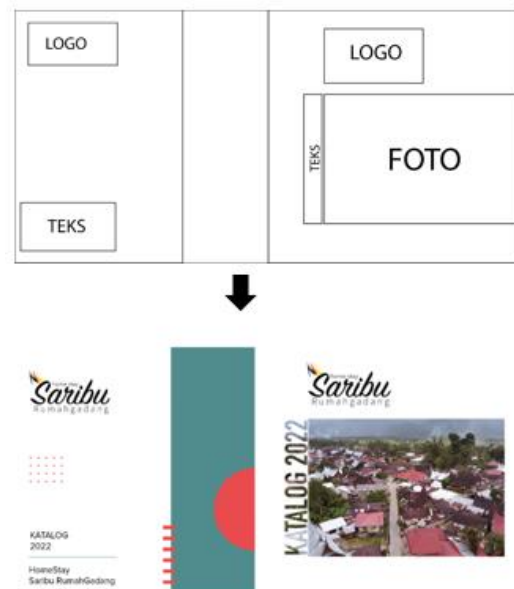
dan modern. Kesan modern ini dihadirkan dari penyusunan layout antara teks, gambar dan elemen-elemen grafis. Pada sisi warna dikemas dengan pilihan warna kontras. Komposisi warna yang digunakan seperti yang tersaji pada tabel 1 berikut ini

Tabel 1. Warna

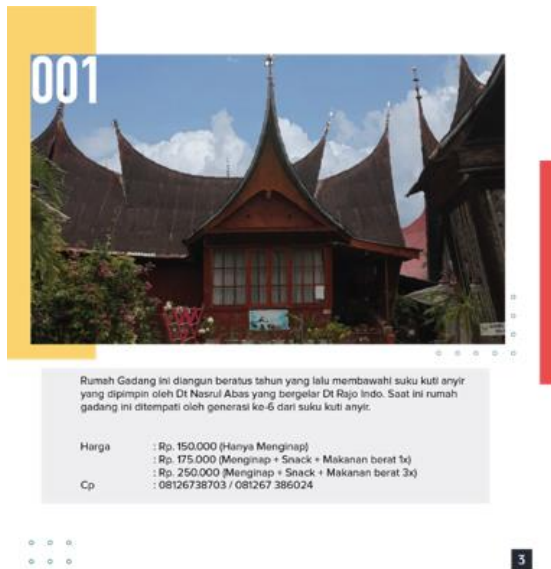
Warna	R	G	B
	252	212	109
	34	40	49
	328	328	238
	233	75	77
	79	138	138

3.2. Media Utama

Buku katalog Homestay Saribu Rumah Gadang Square (20cm x 20cm) sesuai dengan standar ukuran buku katalog dan umum, dengan menggunakan kertas artpaper berukuran 260 gram untuk cover dan 150 gram untuk isinya. Desain media utama seperti yang tersaji pada gambar



Gambar 4. Cover



Gambar 5. Isi katalog



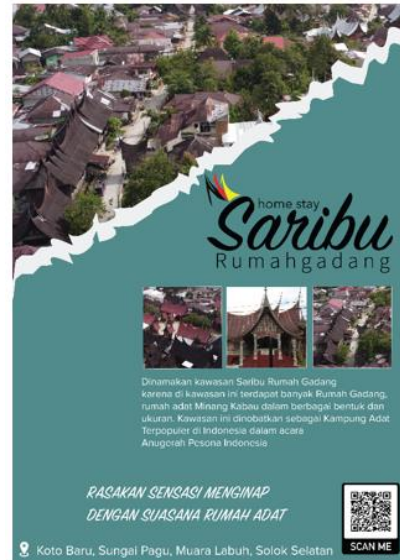
Gambar 5. Isi katalog 2



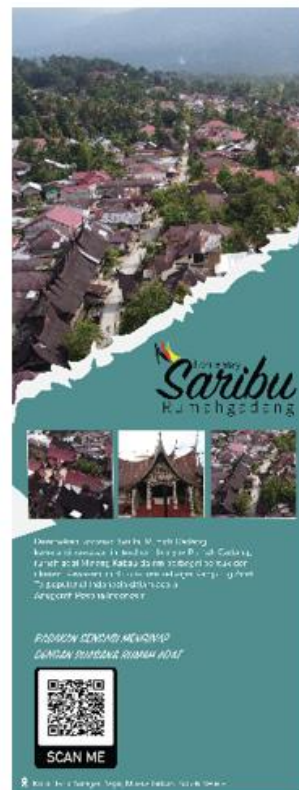
Gambar 6. Isi katalog 3

3.3. Media Pendukung

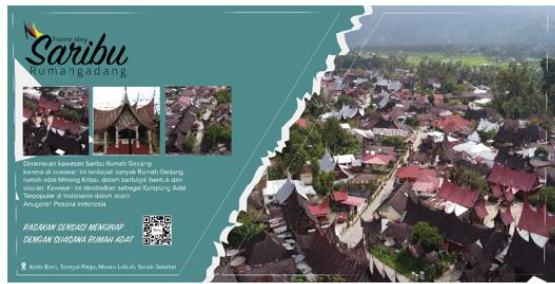
Dalam mempermudah penyebaran promosi homestay seribu rumah gadang ini melalui penciptaan beberapa media mandara tori seperti poste, spanduk, x-banner, t-shirt, stiker, mug, pin, tote bag, dan umbul-umbul seperti yang tersaji pada gambar 7. Sampai dengan gambar 12



Gambar 7. Poster



Gambar 8. X-banner



Gambar 9. Spanduk



Gambar 13. Mug



Gambar 10. Stiker



Gambar 14. Pin



Gambar 11. T-shirt



Gambar 12. Tote bag



Gambar 15. Umbul-umbul

4. Kesimpulan

Perancang promosi homestay di kawasan saribu rumah gadang kabupaten Solok Selatan dalam bentuk katalog yang dekemas secara menarik dan simple. Pada perancangan ini ada beberapa unsur-unsur desain, prinsip-prinsip desain yang disesuaikan dengan obyek penelitian, target audience, dan strategi konsep desain. Sehingga pesan dan informasi yang akan disampaikan lebih informatif dan mudah untuk dipahami. Melalui perancangan media buku katalog dan didukung dengan beberapa media mandatori sebagai media pendukung diharapkan mampu meningkatkan layanan terbaik dalam memberikan informasi kepada wisatawan. Disamping itu mampu mendatangkan jumlah wisatawan lebih banyak dari pada sebelumnya.

Saran pada perancangan ini adalah diharapkan peran aktif semua lapisan masyarakat dalam meningkatkan kualitas peduli terhadap KWSRG agar menjadi wisata unggulan kelas nasional dan dunia. Kemudian kepada pemerintah yang berwenang untuk meningkatkan pembenahan terhadap perkembangan akomodasi kesemua sektor dan pembenahan infrastruktur pendukung.

Daftar Rujukan

- [1] Ardiwidjaja, R. (2020). Pariwisata Budaya. uwa is inspirasi indonesia.
- [2] Kustanto, A. (2019). Pariwisata: Sebagai Salah Satu Upaya Memperoleh Devisa bagi Pemerintah Indonesia. *QISTIE*, 12(1). <http://dx.doi.org/10.31942/jqi.v12i1.2756>
- [3] Millatina, A. N., Hakimi, F., Zaki, I., & Yuningsih, I. (2019). Peran Pemerintah Untuk Menumbuhkan Potensi Pembangunan Pariwisata Halal Di Indonesia. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 5(1), 96-109. DOI: <https://doi.org/10.32528/jmbi.v5i1.2587>
- [4] Priatiwasa, I. W. T. K. (2017). Pengembangan kampung adat saribu rumah gadang solok selatan sebagai daerah tujuan wisata. *Jurnal Pariwisata Pesona*, 2(2), 12. <https://doi.org/10.26905/jpp.v2i2.1417>
- [5] Revil Hudriani, H. A., & Ariusmedi, M. S. D. (2019). Perancangan katalog panduan wisata Seribu Rumah Gadang di Kabupaten Solok Selatan. *DEKAVE: Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 8(3). <https://doi.org/10.24036/dekave.v8i3.103686>
- [6] Putri, N. R. E. (2018). Partisipasi Masyarakat Terhadap Pengembangan Objek Wisata Kawasan Nagari Saribu Rumah Gadang Di Kenagarian Koto Baru. *Ranah Research: Journal of Multidisciplinary Research and Development*, 1(1), 83-89.
- [7] Rustiyanti, S. (2016). Makna yang tersirat & tersurat dalam visualisasi bangunan rumah gadang di minangkabau. *Kearifan lokal dalam arsitektur dan lingkungan binaan*, 27(28), 549.
- [8] Oktaviani, N. (2021). Eksplorasi Kampung Seribu Rumah Gadang Solok Selatan Pada Batik Kain Panjang (Doctoral dissertation, Institut Seni Indonesia Yogyakarta).
- [9] Meilina, S., & Russandi, R. (2021). Dampak Sosial Ekonomi Pembangunan Di Kawasan Seribu Rumah Gadang Bagi Masyarakat Nagari Koto Baru Kabupaten Solok Selatan. *Ensiklopedia of Journal*, 3(2), 47-58.
- [10] Noviantti, Y., & Sos, S. (2020). Transformasi Nilai Budaya Di Kawasan Seribu Rumah Gadang Pada Etnis Minangkabau Di Kabupaten Solok Selatan. *Jurnal Berbasis Sosial*, 1(2), 43-49.
- [11] Gusriza, F. (2021). Pelaku Dalam Pengelolaan Homestay Di Kawasan Saribu Rumah Gadang Kabupaten Solok Selatan Sumatera Barat. *Journal Of Tourism And Creativity*, 5(1), 45-56.
- [12] Ihya'ulumuddin, Dimas Irawan; PRABOWO, Dwi Puji; HARYADI, Toto. Katalog sebagai media promosi bagi umkm koelon kalie krobokan Semarang. *ANDHARUPA: Jurnal Desain Komunikasi Visual & Multimedia*, 2016, 2.02: 181-194. <https://doi.org/10.33633/andharupa.v2i02.1206>
- [13] Wicaksono, M. W. (2017). LKP: Perancangan Media Promosi PT. Integrasi Media Nusantara Melalui Desain Katalog Company Profile (Doctoral dissertation, Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya).
- [14] Suhendar, Y. (2016). *Pedoman Katalogisasi: cara mudah membuat katalog perpustakaan*. Prenada Media.
- [15] Feggy, A., Ida Bagus Ketut, T., & Ni Ketut, R. A. (2019). Perancangan Website Timbis Homestay Bali dan Media Pendukungnya di Kuta, Bali.
- [16] Kristiawan, D. A., Akbar, M. R., & Marta, W. (2021). Perancangan Media Promosi Pusat Informasi Geopark Merangin Dalam Bentuk Audio Visual. *Judikatif: Jurnal Desain Komunikasi Kreatif*, 14-17. <https://doi.org/10.35134/judikatif.v3i1.5>
- [17] Yonanda, D. H., & Usman, R. (2021). Perancangan Media Informasi Wisata Bahari Kota Pariaman dalam Bentuk Motion Graphic. *Judikatif: Jurnal Desain Komunikasi Kreatif*, 9-13. <https://doi.org/10.35134/judikatif.v3i1.3>
- [18] Zainudin, A. (2021). TIPOGRAFI. Penerbit Yayasan Prima Agus Teknik, 1-131.
- [19] Iham, I. (2019). Perancangan Buku Katalog Produk Sebagai Media Promosi Produsen Mebel yasmieniture. *Jurnal Dasarrrupa: Desain dan Seni Rupa*, 1(3), 54-79.