

Perancangan Video Profile dan Merchandise sebagai Media Promosi Kawasan Agrowisata Kaligua

M. AHKAM ARIANSYAH

*Program Studi Desain Komunikasi Visual - S1, Fakultas Ilmu
Komputer, Universitas Dian Nuswantoro Semarang*

URL : <http://dinus.ac.id/>

Email : ahkam.ariansyah@yahoo.com

ABSTRAK

Indonesia adalah Negara agraris yang memiliki perkebunan yang luas dan mempunyai daya tarik sendiri bagi wisatawan, Agrowisata Kaligua Brebes merupakan perkebunan teh yang memiliki keindahan alam dan nilai sejarah yang panjang disamping itu memiliki beberapa lokasi wisata yang dapat dinikmati oleh wisatawan. Oleh sebab itu dibutuhkan suatu media untuk dapat menyampaikan kepada masyarakat agar bisa diterima dengan baik salah satu media yang tepat untuk menyampaikannya yakni melalui video profile dan merchandise. Tujuan dari laporan ini yakni merancang video profile dan merchandise berdasarkan strategi desain komunikasi visual yang baik agar meningkatkan minat pengunjung untuk mengunjungi wisata tersebut. Metode yang diambil dalam perancangan ini adalah bagaimana menciptakan video profile dengan berdasarkan konsep AIDCDA (Attention, Interest, Desire, Conviction, Decision, Action) dan teknik pengambilan gambar, skenario dan alur cerita yang ditampilkan untuk audiens. Hasil dari perancangan ini yakni sebuah video profile Kawasan Agrowisata Kaligua Brebes format DVD dan merchandise seperti Kaos, topi, pin, mug, payung, stiker, gantungan kunci, jam dinding dan kalender serta media penunjang lainnya seperti poster dan xbanner. Pemilihan media-media tersebut didasari agar dapat menyampaikan dengan tepat kepada target audiens sehingga dapat meningkatkan minat masyarakat untuk mengunjungi Agrowisata Kaligua Brebes.

Kata Kunci : Agrowisata Kaligua Brebes, Video Profile, Merchandise dan meningkatkan minat masyarakat.

Video Profile design and merchandising for Media Campaign Agro Zone Kaligua

M. AHKAM ARIANSYAH

*Program Studi Desain Komunikasi Visual - S1, Fakultas Ilmu
Komputer, Universitas Dian Nuswantoro Semarang*

URL : <http://dinus.ac.id/>

Email : ahkam.ariansyah@yahoo.com

ABSTRACT

Indonesia is an agrarian country with vast estates and has its own attraction for tourists, Agro Kaligua Bradford is a tea plantation that has a natural beauty and a long history of value besides having several tourist sites that can be enjoyed by tourists. Therefore, it needs a medium to be able to convey to the public in order to be accepted by either one of the media to convey that through video profiles and merchandise. The purpose of this report the video profile design and merchandising strategies based on good visual communication design in order to increase the interest of visitors to the tourist visiting. The method taken in this design is how to create a video profile on the basis of the concept AIDCDA (Attention, Interest, Desire, Conviction, Decision, Action) and shooting techniques, scenarios and storylines for audiences. Result of this design that is a video profile Agro Kaligua Bradford Region DVD format and merchandise such as T-shirts, hats, pins, mugs, umbrellas, stickers, key chains, wall clocks and calendars as well as other supporting media such as posters and xbanner. Selection of media is based in order to convey to the target audience with the right to increase the interest of the public to visit Agro Kaligua Bradford.

Keyword : Agro, Kaligua, Bradford, Video, Profile, Merchandise and Design.