



PROMOSI OBJEK WISATA BANGUNAN BERSEJARAH DI KOTA SAWAHLUNTO DALAM DESAIN INFOGRAFIS

Eko Purnomo^{1*}, Rifqi Aulia Z^{2*}, Aditya Hanum W^{3*}, Dwi Mutia Sari^{4*}

*Program Studi Desain Komunikasi Visual Jurusan Seni Rupa Fakultas Bahasa dan Seni
Universitas Negeri Padang*

*Jl. Prof. Dr. Hamka, Air Tawar Padang, Kel. Air Tawar Barat, Kec. Padang Utara, Kota Padang, Kode Pos 25132
Sumatera Barat, Indonesia*

*Email: ekopurnomodkv@fbs.unp.ac.id, rifqiauliazaim@fbs.unp.ac.id, adityahw@fbs.unp.ac.id,
mutia2011@fbs.unp.ac.id*

Abstrak

Sawahlunto merupakan salah satu kota yang terkenal sebagai kota pertambangan batu bara pada masa Hindia Belanda. Sawahlunto saat ini berkembang sebagai wisata kota tua yang juga multietnik. Di kota yang berdiri sejak tahun 1888, banyak sekali bangunan tua yang muncul di Sawahlunto sebagai peninggalan Belanda. Beberapa di antaranya ditetapkan sebagai cagar budaya oleh pemerintah di bidang pariwisata dan sekaligus mencanangkan Sawahlunto sebagai Kota Wisata Berbudaya. Alasan di ciptakannya pariwisata Sawahlunto sebagai orientasi futuristik cukup rasional karena kota ini kaya dengan sisi sejarah peninggalan Kolonial Belanda seperti keseluruhan bangunan bersejarah yang berdiri kokoh di tengah kota Sawahlunto yang menambah keunikan dari kota ini. Perancangan desain infografis wisata sejarah di Sawahlunto ini bertujuan untuk fokus pada bangunan bersejarah peninggalan Hindia Belanda. Hal ini dikarenakan banyaknya bangunan bersejarah yang masih terawat dengan baik belakangan ini. Apalagi gedung-gedung tersebut merupakan identitas Sawahlunto. Desain infografis juga menambah informasi sejarah peninggalan Hindia Belanda yang mengelaborasi nilai sejarah di Sawahlunto. Metode yang digunakan dalam perancangan ini adalah metode S.W.O.T metode ini digunakan untuk menemukan efektivitas media yang akan dirancang sehingga media tersebut efektif dan komunikatif. Perancangan ini diharapkan dapat diaplikasikan dengan baik, sehingga pengunjung tidak hanya menikmati wisata sejarah, namun pengunjung dapat mengetahui sejarah dan informasi dari tempat atau bangunan yang mereka kunjungi.

Kata Kunci: sawahlunto, infografis, sistem tanda, warisan.

Abstract

Sawahlunto is one of the cities that is famous as a coal mining city during the Dutch East Indies. Sawahlunto is currently developing as an old city tour which is also multi-ethnic. In a city that has founded in 1888, there are many old buildings that appear in Sawahlunto as Dutch heritage. Some of them are designated as cultural heritage by the government in the field of tourism and at the same time declare Sawahlunto as a City of Cultured tourism. The reason for creating Sawahlunto tourism as a futuristic orientation is quite rational because this city is rich in the historical side of the Dutch Colonial heritage such as all historical buildings that stand firmly in the middle of the city of Sawahlunto which adds to the uniqueness of this city. The design of this historical tourism infographic in Sawahlunto aims to focus on historical buildings from the Dutch East Indies. This is because many historical buildings are still well maintained lately. Moreover, these buildings are the identity of Sawahlunto. The infographic design also adds historical information from the Dutch East Indies which elaborates on the historical value in Sawahlunto. The method used in this design is the S.W.O.T method. This method is used to find the effectiveness of the media to be designed so that the media is effective and communicative. This design is expected to be applied properly, so that visitors not only enjoy historical tourism, but visitors can find out the history and information of the places or buildings they visit.

Keywords: sawahlunto, infographic, sign system, heritage.

PENDAHULUAN

Kota Sawahlunto merupakan satu-satunya Kota Tambang Batu Bara di Sumatera Barat, yang sudah ada sejak tahun 1892, pada masa penjajahan Belanda. Perkembangan pertambangan batu bara inilah yang membuat dinamika sejarah Kota Sawahlunto memiliki

ciri khas dibanding dengan daerah lainnya. Kota Tambang ini kemudian tumbuh menjadi kota yang berbudaya serta memiliki berbagai keunikan yang terletak pada bangunan bersejarah, bekas industri tambang, dan berbagai objek wisata. Kota Sawahlunto tidak hanya dikenal sebagai daerah sentral industri





kerajinan, makanan kecil, peternakan, dan buah-buahan. Akan tetapi, merupakan salah satu daerah tujuan wisata. Alasan untuk menjadikan pariwisata Sawahlunto sebagai orientasi masa depan cukup rasional karena Sawahlunto begitu kaya dengan sisi historis yang ditinggalkan pemerintahan Belanda, seperti adanya bangunan-bangunan peninggalan Belanda yang saat ini masih berdiri kokoh di tengah Kota Sawahlunto yang makin menambah keunikan pariwisatanya.

Kota Sawahlunto memiliki perjalanan sejarah baik dilihat dari fisik (bangunan-bangunan) maupun budaya yang beragam (multi etnis). Berdasarkan data yang ada, Kota Sawahlunto perlu sebuah inovasi dan strategi untuk mempromosikan serta memberikan edukasi kepada masyarakat tentang wisata sejarah Kota Sawahlunto. Hal ini bertujuan memberikan informasi tentang sejarah Kota Sawahlunto secara global. Kegiatan promosi yang kreatif, inovatif, dan edukatif akan meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan ke Kota Sawahlunto.

Salah satu cara untuk mengembangkan promosi pariwisata Kota Sawahlunto adalah melalui infografis. Promosi melalui infografis yang komunikatif dan inovatif menyajikan tampilan yang lebih menarik dan lebih berinteraksi serta memberikan banyak informasi yang lebih mudah dipahami oleh *audience*. Infografis menyajikan info penting tentang objek wisata sejarah Kota Sawahlunto. Pengaplikasian infografis ini nantinya dapat diaplikasikan pada berbagai media. Salah satu keuntungan menggunakan infografis yang ditunjang dengan kemajuan teknologi komunikasi di saat sekarang adalah wisatawan dapat mengunduh konten infografis tersebut melalui situs resmi, sehingga promosi tentang objek-objek wisata sejarah Kota Sawahlunto lebih cepat tersampaikan.

KAJIAN TEORI

1. Teori Desain Komunikasi Visual

Desain Komunikasi Visual (DKV) merupakan perwujudan dari sosial budaya masyarakat dan salah satu pengembangan budaya yang berwujud produk yang berlaku pada waktu tertentu yang berwujud nilai-nilai. Tinarbuko (2009:23) mengatakan bahwa desain komunikasi visual adalah pengolahan elemen-elemen visual berupa tipografi, ilustrasi dan layout dalam penyampaian komunikasi visual. Banyak kita temukan karya-karya desain komunikasi visual seperti baliho, poster, *flyer*, dan *banner*. Sebagai alat penyampaian pesan baik. Komersial maupun kampanye sosial.

Desain komunikasi visual adalah sebuah ilmu yang mempelajari dan mengolah elemen desain grafis yang terdiri atas gambar, huruf, warna, komposisi, dan *layout*. Bertujuan untuk menyampaikan pesan visual dan verbal kepada target *audience* yang dituju. Dharsono (2007:36-48) menjelaskan bahwa: a) unsur garis, bangun tekstur, warna, ruang dan waktu merupakan unsur rupa/desain, b) paduan kontras, paduan irama dan paduan gradasi merupakan prinsip sebuah desain, c) kesatuan, keseimbangan, kesederhanaan, aksentuasi dan proporsi merupakan hukum penyusunan dalam desain. Desain komunikasi visual menempatkan segi estetika sebagai keunikan sekaligus kekuatan khas yang dapat mendatangkan pengalaman tersendiri yakni: keunikan, kenyamanan dan pesan.

Dalam melakukan promosi wisata bangunan bersejarah Kota Sawahlunto dalam desain infografis, merupakan salah satu alternatif solusi dari permasalahan yang ada, yakni memperkenalkan dan memberikan informasi tentang wisata bangunan bersejarah yang ada di Kota Sawahlunto kepada wisatawan/pengunjung.

2. Teori Infografis

Infografis merupakan media populer yang dapat dilihat dari peningkatan dalam pengaplikasiannya melalui *e-commers* selama beberapa tahun terakhir. Sebagian masyarakat mengenal infografis dari bentuk medianya yang dicirikan dengan ilustrasi, tipografi, *graphic chart*, vertikal yang menampilkan berbagai fakta dan data. Jadi sebuah infografis menyajikan data dan beberapa elemen visual dalam penyampaian pesannya, agar pesan terlihat menarik dan komunikatif saat sampai pada masyarakat.

Pesatnya perkembangan teknologi dan mudahnya masyarakat memperoleh informasi mengakibatkan infografis mengalami perkembangan signifikan. Perkembangan ini lebih luas dari sekedar penjelasan sebuah deskripsi menjadi produk massa yang berdiri sendiri, seperti halnya komik, video dan produksi desain komunikasi visual lainnya. Infografis memiliki tampilan desain yang lebih menarik untuk menyampaikan suatu pesan. Keberadaan infografis di *internet* sebagai ruang sebenarnya secara tidak langsung akan membantu mengategorikan informasi dengan mudah tentang sebuah isu atau tema dalam fenomena yang saat ini sedang terjadi. Salah satu hal lain yang menonjol dalam infografis adalah karakteristik kontennya yang memiliki sifat informatif dalam setiap temanya.





Penggunaan ilustrasi dalam desain infografis juga merupakan suatu keunikan dalam penyampaian pesan kepada *audiencenya*. Berdasarkan artikel FX Widyatmoko (Vol. 2 No. 1), ilustrasi berguna sebagai penerjemah pesan verbal pada media desain komunikasi visual. Unsur verbal yang dikembangkan menambah keunikan media tersebut. Ilustrasi disajikan terbatas atau hanya sebagai pendukung agar nantinya tidak ada salah persepsi bagi yang melihat atau membacanya. Oleh sebab itu, infografis wisata Kota Sawahlunto ini berisi ilustrasi untuk menjelaskan situasi keadaan tempat yang akan dikunjungi dan berbagai macam benda yang digambarkan mirip dengan aslinya. Sebuah infografis berfungsi dalam menjembatani proses komunikasi tersebut. Infografis sebagai sarana mempermudah pembaca memahami narasi-narasi, berita, atau artikel yang dipublikasikan.

3. Teori Semiotika

Merujuk kepada teori Pierce, pengelompokkan sebuah tanda dalam semiotik yang dapat kita ketahui, di antaranya: ikon, indeks, dan simbol. Ikon dapat disebut tanda ketika ikon merupakan sesuatu yang menyerupai dengan objek yang diwakilinya. Menurut Tinarbuko, (2009:34) ikon memiliki ciri-ciri yang sama dengan apa yang dimaksud. Sedangkan indeks merupakan sebuah tanda yang memiliki konektivitas dari sebab akibat dengan apa yang diwakilinya. Atau disebut juga tanda sebagai bukti. Simbol terjadi karna adanya kesepakatan bersama dan bisa dipahami.

Penyederhanaan bentuk dari bangunan peninggalan sejarah di Kota Sawahlunto tetap mempertahankan bentuk asli dari bangunan tersebut. Sehingga menjadi tanda ikon pada penyederhanaan bentuk bangunan sebagai tanda kemiripan bentuk dengan objeknya, sedangkan bentuk karakteristik bangunan peninggalan Belanda yang ada di Kota Sawahlunto merupakan tanda indeks dari bentuk penyederhanaan bangunan sejarah yang ada di Kota Sawahlunto sehingga mudah dipahami.

4. Teori Promosi

Promosi adalah suatu proses kegiatan sebuah perusahaan kepada konsumen yang bertujuan memberikan informasi sebuah produk atau jasa, membujuk, dan mempengaruhi segala sesuatu mengenai produk maupun jasa yang dihasilkan untuk konsumen/*target audience*. Kegiatan ini bertujuan meningkatkan penjualan produk pada suatu perusahaan dan mendapat loyalitas konsumen terhadap *brand* tersebut. Tjiptono (2000:219) menjelaskan bahwa proses promosi adalah strategi sebuah pemasaran. Memberikan informasi, membujuk, menarik konsumen

untuk membeli sebuah produk pada sebuah perusahaan, dan mendapatkan loyalitas dari konsumen atau masyarakat. Berdasarkan pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa promosi merupakan suatu hal yang sangat penting dalam manajemen pemasaran dan prosesnya selalu berkelanjutan. Promosi adalah kegiatan mengomunikasikan informasi dari penjual kepada pembeli atau pihak lain dalam saluran untuk mempengaruhi sikap dan perilaku.

METODE PENELITIAN

1. Persiapan

Pada awal persiapan merancang infografis pariwisata Kota Sawahlunto yaitu dengan pengumpulan data, observasi, dan studi pustaka. Berdasarkan data-data tersebut dijadikan dasar dari penciptaan infografis pariwisata Kota Sawahlunto.

1). Tahapan Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan atas dasar sumber data berupa observasi, bahan pustaka artikel, media masa, media promosi seperti *brosur*, *flyer* dan *website* dan wawancara terhadap narasumber. Tahap observasi yaitu melakukan pengamatan terhadap objek wisata Kota Sawahlunto yakni, bangunan tua peninggalan Belanda yang masih terawat dan bangunan yang potensial di Kota Sawahlunto untuk dijadikan ikon dalam perancangan infografis. Observasi ini bertujuan sebagai eksplorasi bentuk untuk mendapatkan ide rancangan bentuk-bentuk ikon objek wisata berupa vektor yang nantinya akan digunakan sebagai elemen visual dalam infografis. Tahap selanjutnya, studi kajian pustaka berupa teori-teori pendukung sebagai landasan dari proses penciptaan infografis secara keseluruhan untuk mendapatkan hasil yang maksimal.

2). Penyusunan Konsep

Analisis data dengan pendekatan tertentu sebagai landasan konsep penciptaan karya untuk menentukan tingkat efektivitas solusi atas permasalahan perancangan desain infografis. Konsep cipta dalam perancangan ini merupakan bentuk reinterpretasi, yakni menjadikan objek wisata bangunan bersejarah yang ada di Kota Sawahlunto sebagai elemen infografis yang menjadikan ikon dari objek-objek wisata. Dalam perwujudan visualisasi bentuk fisik dari bangunan sejarah dan objek wisata lainnya berdasarkan proses stilasi dari objek wisata tersebut yang didesain dalam bentuk vector.

3). Proses Kreatif

Pengaplikasian dari konsep atau ide rancangan, nantinya dilakukan dengan beberapa tahap, yaitu, melakukan eksplorasi bentuk, melalui eksperimen-



eksperimen dalam pencarian bentuk ikon, tipografi, *layout*, dan elemen-elemen visual yang akan disajikan di dalam desain infografis.

2. Elaborasi

Perancangan infografis pariwisata Kota Sawahlunto dirancang untuk memberikan kemudahan informasi wisatawan dalam berwisata ke Kota Sawahlunto. Sehingga perlunya media komunikasi dan promosi yang menarik. Data yang diperoleh akan dianalisis untuk menentukan strategi yang tepat. Metode SWOT digunakan untuk mengetahui kekuatan (*strenght*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunity*), dan ancaman (*threat*) dari media infografi tersebut.

1). Kekuatan (*Strength*)

Perancangan promosi wisata sejarah Kota Sawahlunto dalam bentuk infografis yang dirancang dengan menarik dan komunikatif, akan memberikan informasi dan pengetahuan, tentang wisata sejarah Kota Sawahlunto.

Bentuk penyajian promosi dengan infografis menggunakan pesan verbal dan visual yang dikomunikasikan.

Teknik *print ads*, digunakan untuk finalisasi dari rancangan ini.

Promosi pariwisata melalui infografis masih sangat baru, di Sumatera Barat khususnya.

Sasaran atau target *audience* dikhususkan agar penyampaian informasi/pesan tepat sasaran.

Promosi dengan menggunakan infografis, memberikan keunikan dalam penyampaian pesan, karena menyajikan visual yang menarik dan informasi yang lebih detail didalamnya.

2). Kelemahan (*Weakness*)

Ketahanan media dikarenakan jangka umur pemakaian. Cakupan target sasaran bisa global, tetapi tidak bisa menjangkau semua kalangan.

3). Peluang (*Opportunity*)

Kemajuan teknologi informasi pada saat ini sangat berkembang dengan baik sehingga dapat membuka peluang untuk meningkatkan promosi pariwisata Kota Sawahlunto melalui infografis.

Belum adanya promosi kota wisata di Sumatera Barat yang menggunakan desain infografis.

Dalam pengembangan promosi pariwisata Kota Sawahlunto memberi peluang yang besar untuk menciptakan suatu bentuk yang baru dari media promosi wisata Kota Sawahlunto.

4). Ancaman (*Threat*)

Bersaing dengan media konvensional seperti TV, buku, dan lain sebagainya.

Masyarakat belum begitu mengenal atau mengetahui tentang desain komunikasi visual dan masih kurangnya pemanfaatan berbagai media sebagai sarana promosi wisata sejarah Kota Sawahlunto.

3. Sintesis

Segmentasi proses sintesis atas hasil analisis adalah untuk menentukan khalayak sasaran. Khalayak sasaran tersebut dipandang dari aspek:

1). Demografis

Promosi akan ditujukan kepada *audience* dari semua kalangan umum, akan tetapi lebih diprioritaskan untuk kalangan remaja. Usia kalangan umum 15-50 tahun dengan semua latar belakang pendidikan baik pria maupun wanita.

2). Geografis

Memgunakan desain infografis sebagai media utama maka promosi bisa menjangkau wilayah yang luas karena infografis merupakan desain yang fleksibel yang bisa ditayangkan melalui media apapun.

3). Psikografis

Masyarakat yang merasa jenuh dengan keramaian kota lebih menyukai berwisata ke tempat yang memiliki nilai historis, kekinian, dan modern.

4. Realisasi Konsep

Proses perwujudan rancangan karya tersebut dilakukan dengan proses komputerisasi/digital menggunakan *software* grafis, sehingga *output* yang dihasilkan dinamis serta komunikatif dalam perancangan infografis wisata sejarah Kota Sawahlunto.

5. Penyelesaian Karya

Rancangan media promosi wisata Kota Sawahlunto dalam bentuk infografis yang pengaplikasiannya dapat diterapkan melalui media cetak dan dapat diunduh dengan media *online* seperti *website*, *social media* dan juga dapat diakses dengan laptop dan *smartphone*.





HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Hasil

Hasil penciptaan dari infografis pariwisata Kota Sawahlunto adalah berupa infografis yang memuat informasi bangunan bersejarah dan *sign-sign* lokasi atau bangunan bersejarah yang ada di kota sawahlunto. Untuk memudahkan pengunjung memahami sejarah tentang bangunan-bangunan belanda yang ada di kota sawahlunto. Sehingga wisatawan maupun pengunjung tidak hanya menikmati wisata sejarah namun juga di edukasi dengan informasi mengenai bangunan bersejarah yang ada di kota sawahlunto. Perancangan infografis ini diaplikasikan pada media cetak dengan ukuran A2 (42 x 60 cm) yang bertujuan untuk penyampaian pesan secara mudah dan maksimal. Dalam pembuatan *infografis* ini menggunakan visual berupa gambar dan tipografi. Gambar-gambar yang ditampilkan dalam infografis ini adalah gambar dua dimensi berupa gambar *vector* ilustrasi dengan penyederhanaan bentuk bangunan peninggalan belanda yang berada di Kota Sawahlunto. Pemilihan warna pada infografis ini mengacu kepada *target audience*. Karya infografis ini menyajikan informasi yakni objek wisata bangunan peninggalan belanda di Kota Sawahlunto untuk itu karya infografis ini juga berisikan informasi tentang sejarah dari bangunan-bangunan tua peninggalan belanda yang ada di Kota Sawahlunto. Keunikan lain yang dapat diangkat dan dikemas dari pariwisata Kota Sawahlunto ke dalam konsep kreatif adalah objek pariwisata yang memiliki sejarah dan hiburan di dalamnya. Oleh karena itu, diperlukan sebuah penjarangan ide yang bisa memadukan antara unsur pendidikan sejarah, hiburan, dan segala sesuatu yang berhubungan dengan faktor pendorong dan penarik untuk wisatawan. Hal ini berguna untuk menghasilkan sebuah perancangan media promosi yang benar-benar mampu berkomunikasi dan merayu *target audience* untuk berkunjung ke Kota Sawahlunto. Dengan penggarapan dalam bentuk infografis dapat memberikan nilai lebih kepada dunia pariwisata Kota Sawahlunto yang mencitrakan sebagai kota wisata. Seiring dengan perkembangan zaman, infografis pun telah menjadi suatu alternatif desain yang dapat dijadikan sebagai salah satu bentuk promosi pariwisata.

2. Pembahasan

Penyelesaian karya akhir ini berbentuk rancangan media promosi wisata Sawahlunto dalam bentuk Infografis yang pengaplikasiannya dapat diterapkan kepada media *print ad* (media cetak) dan dapat diunduh dengan media *online* seperti *website*, *social media* dan juga dapat diakses dengan laptop dan *smartphone*. Proses ini diawali dari pengolahan bentuk-bentuk *icon* untuk objek wisata bangunan bersejarah di Kota Sawahlunto, untuk mewakili objek wisata tersebut sehingga mendapatkan bentuk yang estetik, komunikatif, dinamis, original dan menarik. untuk menentukan penggunaan warna dan tata letak (*layout*)

dalam desain infografis. Untuk pengembangan ide tetap mengacu pada konsep yang telah ditentukan.



Gambar 1. Penyederhanaan Bentuk Bangunan Bersejarah

Tipografi merupakan hal yang sangat penting dalam sebuah desain, banyak tipe huruf kadang membuat perancang yang kurang berpengalaman seperti kegirangan, sehingga dalam pembuatan sebuah desain yang bagus alih-alih menginginkan hasil karya yang bagus, melainkan desain yang ruwet karena terlalu banyak menggunakan tipe huruf.



Alternatif Typografi Headline



Alternatif Typografi Subheadline



Gambar 2. Alternatif Bentuk Tipografi

Tipografi *Fontastique Fontastique* digunakan sebagai *subheadline* infografis yakni “The little holland”, sebagaimana julukan bagi kota Sawahlunto yang memiliki banyak bangunan bersejarah peninggalan Belanda yang masih berdiri dan sangat terawat sampai saat ini. Penggunaan tipografi ini didasari oleh karakteristik Kota Sawahlunto yang alami, dan Keberagaman budaya terpelihara dengan baik, kerukunan, gotong royong kehidupan romantis antar etnik merupakan nilai yang terdapat di Kota Sawahlunto, sehingga memberikan kesan yang aman dan nyaman. Ikon bunga tulip melambangkan negara belanda dan penggunaan warna orange merupakan



identitas negara Belanda yang bermakna kreatif ambisius dan dinamis.



Gambar 3. Final Design Infografis dan Sign

Karya berupa hasil final desain Infografis objek wisata bangunan bersejarah di Kota Sawahlunto merupakan eksplorasi dari bangunan-bangunan sejarah dan objek wisata lainnya yang merupakan potensi bagi wisata sawahlunto di olah dalam bentuk objek *vector*. Desain infografis dipamerkan dalam bentuk cetak 2 dimensi (*print out digital*) dimana nantinya pengaplikasiannya melalui media *information sign* yang ada di Kota Sawahlunto. Disamping itu infografis merupakan desain yang fleksibel, dimana infografis dapat diaplikasikan diberbagai media komunikasi visual, seperti media cetak seperti majalah, buku, koran, poster dan lainnya, sedangkan pada media elektronik infografis dapat diaplikasikan pada media seperti komputer, televisi, dan pada *smartphone* sehingga informasi tentang objek wisata bangunan bersejarah di Kota Sawahlunto dapat disampaikan secara global.

KESIMPULAN DAN SARAN

1. Kesimpulan

Dalam pengembangan promosi pariwisata kota Sawahlunto, salah satu cara untuk mengembangkan usaha tersebut adalah melalui desain infografis. Promosi melalui desain infografis lebih komunikatif dibandingkan dengan media promosi lainnya karena infografis mengajak audience dengan pendekatan-pendekatan visual yang menarik dan berinteraksi serta akan lebih mudah dipahami oleh *audiens*. Informasi yang diperoleh dengan media televisi kadang-kadang terlalu singkat untuk dipahami oleh *target audience* karena terbatas durasi dan relatif singkat. Infografis merupakan desain yang fleksibel di media apapun, oleh sebab itu desain infografis sangat efektif dalam penyampaian pesan, apa lagi dengan kemajuan teknologi, penggunaan desain infografis dapat

menyebarkan dengan cepat. Tampilan-tampilan visual dalam penyampaian pesan melahirkan satu bentuk baru dalam dunia pariwisata Kota Sawahlunto sekaligus merupakan salah satu usaha pengembangan bentuk promosi pariwisata yang lebih kreatif dan inovatif. Perancangan Infografis sebagai media promosi wisata bangunan bersejarah di Kota Sawahlunto, menghasilkan media desain komunikasi visual yang menarik, perwujudan infografis ini menjadikan alternatif desain baru untuk sarana promosi dan komunikasi yang sangat informatif.

2. Saran

Perkembangan dalam dunia pariwisata yang begitu pesat membuat pihak-pihak yang terlibat dalam promosi pariwisata memutar otak untuk melakukan strategi promosi bagi potensi pariwisatanya, salah satunya dengan menggunakan media infografis, untuk menunjang kemajuan pariwisatanya diperlukan media desain komunikasi visual yang memuat informasi tentang objek wisata tersebut sehingga masyarakat mengetahui informasi mengenai objek wisata tersebut.

DAFTAR RUJUKAN

- Hayati, R. (2014). Pemanfaatan bangunan bersejarah sebagai wisata warisan budaya di Kota Makassar. *Jurnal Jumpa*, 1(01).
- Hergenhahn & Olson, Matthew H. (2008). *Theories of Learning*. Jakarta: Kencana.
- Iskandar, M. S. (2011). Pembentukan persepsi visual pada iklan televisi. *Jurnal Visualita DKV*, 3(1), 1-21.
- Kartika Sony, Dharsono. (2007). *Eстетika*. Bandung: Penerbit Rekayasa Sains.
- Kusumaningrum, Khomsiana. (2003). *Skripsi: Trend Mode Remaja Dalam Iklan*. Surakarta: Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sebelas Maret.
- L. Jason, R. Josh & C. Ross. (2014). *Infografis: Kedayatan Cara Bercecerita Visual*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Pujiriyanto. (2005). *Desain Grafis Komputer (Teori Grafis Komputer)*. Yogyakarta: Andi.
- Visual, I. (2007). Dari Toekang Reklame Sampai Komunikator Visual. *Yogyakarta: Jalasutra*.
- Puspita Sari, Vihar Maya. (2010). *Tugas Akhir: Desain Komunikasi Visual Sebagai Strategi Perancangan Promosi Pariwisata Pantai Watukarung Kabupaten Pacitan*. Surakarta: Fakultas Sastra dan Seni Rupa Universitas Sebelas Maret.
- Rustan, Suriyanto. (2010). *Huruf Font Tipografi*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.





- Rustan, Surianto (2008). *Layout Dasar dan Penerapannya*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Santosa, Sigit. (2009). *Creative Advertising*. Jakarta: Penerbit PT. Elex Media Komputindo.
- Tjiptono, Fandy. (2000). *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Tinarbuko, Sumbo. (2009). *Semiotika Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Penerbit Jala Sutra.

