ABSTRAK

Oleh :

Rudi Tarliana

51906183

Program Studi Desain Komunikasi Visual

Wisata alam kini makin marak terdengar ditelinga masyarakat. Kejenuhan warga kota terhadap hiruk pikuk yang selama ini mereka jalani membuat warga kota merindukan sesuatu yang bersumber dari alam. Alam yang sejuk, damai, aman, harmonis, dan hijau tentunya dambaan masyarakat kota. Tidak hanya itu, nilai nilai tradisional yang sekarang makin langkapun menjadi daya tarik utama bagi masyarakat perkotaaan. Oleh karena itu pada tahun 2006 dengan adanya gagasan ide dari Herry Kustriyatmo bekerja sama dengan warga Kembang Arum membuat Desa Wisata Kembang Arum di daerah Turi Sleman Yogyakarta. Berawal dari mendirikan sanggar lukis dan sekarang berkembang menjadi desa wisata pendidikan, pertanian, perkebunan, perikanan, seni budaya, kuliner, *outbond.*

Tujuan dari promosi Desa Wisata Kembang Arum Sendiri yaitu mengajak masyarakat secara persuasif mengetahui Desa Wisata Kembang Arum. Oleh karena itu dibutuhkan media dalam penyampaian perancangan promosi.

Konsep visual dalam perancangan promosi ini secara garis besar memunculkan ajakan dengan warna-warna yang ceria dan hangat. Konsep yang terdapat dalam media promosi poster adalah 5 jari yang mengilutrasikan manusia dari anak-anak, anak muda, orang tua dan pemandu dari sifat masing-masing yang menjadi sebuah kepribadian seseorang yang datang ke Kembang Arum. Serta munculnya kesan budaya dan keindahan alam kota Sleman.

Kata kunci : Kembang Arum, Desa Wisata, Media Promosi, Poster

ABSTRACT

By :
Rudi Tarliana
51906183
Program Studi Desain Komunikasi Visual

Nature tourism today is well-known in our society. Mostly, the people who live in a city so far make they miss green atmosphere . Nature is mild, peaceful, safe, harmonious, and has a green atmosphere certainly what people in the city wants. Not only that, the traditional values that becoming rare to see being a major attraction for the people. Because of that, Herry Kustriyatmo had the idea to work together with people in Kembang Arum village in Sleman Yogyakarta to push the traditional values out to public in 2006. Start from established painting studios, and now developed into a tourist village education, agriculture, horticulture, fisheries, arts, culture, culinary, and outbound.

The purpose of the promotion of Kembang Arum is to persuasive people to know more about Kembang Arum village Therefore, it needs media in the need of promotion.

The line of visual concept design to promote the village is using warm and cheerful colors to persuasively people to come. The concept of the poster is five fingers that represent human with different poersonality. Such as young people, elder, and a guide with the beauty of Sleman as background.

Keyword : Kembang Arum, Rural tourism, Media promotion, Poster