

**Perancangan Video Sebagai Media Utama Promosi Peningkatan Pariwisata Di
Pariaman
Asiyah Gusly
NIM 42315010081**

ABSTRACT

Tourism for some developing countries is one of the engines of the economy. In Indonesia, especially the Ministry of Tourism and Creative Economy continues to maximize the potential of tourism in Indonesia. This seriousness is shown by the increasing number of tourism activities that are held and supported by Kemenparekraf. In general, tourism is seen as an activity that has a multidimensional aspect of a series of development processes. Tourism has a very broad meaning, and not just traveling, but also relates to the objects and attractions of the tourists visited, transportation facilities used, services, accommodations, restaurants and restaurants, entertainment, social interaction between tourists and local residents and tourism business. Therefore tourism can be seen as an institution with millions of interactions, culture with its history, collection of knowledge, and millions of people who feel themselves as part of this institution (Purwowibowo, 1998: 4), so that tourism as a concept can be viewed from a variety of different perspectives. In the design itself the promotion is related to the visual effects caused to attract visitors, one of which is poster design.

Keywords: Tourism, Culture, Promotion, Poster.

**Perancangan Video Sebagai Media Utama Promosi Peningkatan Pariwisata Di
Pariaman
Asiyah Gusly
NIM 42315010081**

ABSTRAK

Pariwisata bagi sebagian negara berkembang merupakan salah satu mesin penggerak ekonomi. Di Indonesia khususnya Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif terus memaksimalkan potensi pariwisata di Indonesia. Keseriusan ini ditunjukkan dengan semakin banyaknya kegiatan pariwisata yang digelar dan didukung Kemenparekraf. Secara luas pariwisata dipandang sebagai kegiatan yang mempunyai multidimensi dari rangkaian suatu proses pembangunan. Kepariwisata memiliki arti yang sangat luas, dan bukan hanya sekedar bepergian saja, namun juga berkaitan dengan obyek dan daya tarik wisata yang dikunjungi, sarana transportasi yang digunakan, pelayanan, akomodasi, restoran dan rumah makan, hiburan, interaksi sosial antara wisatawan dengan penduduk setempat serta usaha pariwisata. Karena itu pariwisata dapat dipandang sebagai suatu lembaga dengan jutaan interaksi, kebudayaan dengan sejarahnya, kumpulan pengetahuan, dan jutaan orang yang merasa dirinya sebagai bagian dari kelembagaan ini (Purwowibowo, 1998:4), sehingga pariwisata sebagai konsep dapat dipandang dari berbagai perspektif yang berbeda. Dalam desain sendiri promosi berkaitan dengan efek visual yang ditimbulkan untuk menarik pengunjung, salah satunya adalah desain poster.

Kata kunci: Parawisata, Budaya, Promosi, Poster.