

## RINGKASAN

### Fotografi Pariwisata dalam Promosi Obyek Wisata di Tangerang Selatan

Harviandy Aryadipta Ramadhan

NIM 2013061016

Kota Tangerang Selatan merupakan daerah otonom hasil pemekaran kabupaten Tangerang ditetapkan berdasarkan Undang-undang nomor 51 tahun 2008. Potensi wisata belum terkomunikasikan dengan efektif kepada masyarakat, Oleh karenanya diperlukan program promosi dan perancangan media, agar citra pariwisata dapat diterima lebih kuat, dan informasi pariwisata dapat diterima lebih baik.

Metodologi perancangan adalah metode kualitatif. Data dianalisis melalui studi kasus dan dijelaskan secara deskriptif menghasilkan kesimpulan dalam 7 kategori indikator . Kesimpulan hasil analisis, dan rangkuman data potensi wisata digunakan sebagai dasar dalam menyusun strategi perancangan , meliputi strategi pesan dan strategi medianya.

Perancangan media merupakan proses kreatif, sehingga memerlukan strategi dengan pendekatan visual dan pendekatan verbal. Pendekatan visual utama dengan menonjolkan bunga anggrek *Vanda Douglas* sebagai ikon kota Tangerang Selatan. Visual pendukung dengan memanfaatkan unsur desain lainnya meliputi *background*, warna, font, ilustrasi, ornamen dan tata letak. Pendekatan verbal dengan menampilkan *tagline*, deskripsi, atau *bodycopy* yang menonjolkan daya tarik wisata. Perancangan media promosi ini diaplikasi dalam bentuk : desain pada halaman web,dan telephone seluler, kalender 2019, serta kartu pos berwarna .

Kata kunci : fotografi, wisata, promosi, daya tarik wisata, destinasi wisata

Pustaka : 17

Tahun Publikasi : 2004 – 2017