

BAB IV

PEMBAHASAN

Pada bab ini difokuskan pada metode yang digunakan dalam perancangan karya, observasi data dan teknik pengolahannya dalam perancangan promosi wisata pantai berbasis videografi sebagai upaya pengenalan pariwisata Kabupaten Kotabaru Kalimantan Selatan.

4.1 Hasil dan Analisis Data

Pada penelitian ini objek yang diteliti adalah wisata pantai yang ada di Kabupaten Kotabaru, yaitu Pantai Gedambaan, Pulau Manti, Pulau Samber Gelap, Teluk Tamiang, dan Teluk Aru yang dijadikan pembahasan utama sehingga dapat membantu dalam pembuatan analisa data dan menetapkan sintesis, sebagai dasar perancangan yang akan dilakukan.

Berdasarkan data observasi dan wawancara yang didapat yaitu tentang wisata pantai di Kabupaten Kotabaru Kalimantan Selatan dengan kelebihannya, pertama adalah Pantai Gedambaan yang merupakan salah satu dari beberapa pantai di Kabupaten Kotabaru. Kadang-kadang pengunjung juga menyebut pantai ini dengan nama Pantai Sarang Tiung, karena pantai ini memanjang dari Desa Gedambaan sampai Desa Sarang Tiung. Pantai ini paling dekat dengan ibukota kabupaten yakni 15 km, maka di kawasan ini dibangun berbagai fasilitas seperti tempat makan-minum, beberapa buah pondok wisata (*cottage*), tempat ganti pakaian/kamar mandi, musala, panggung hiburan, kolam renang, kolam pancing, lahan untuk berkemah (*camping*), lahan parkir dan lain-lain. Ke depan pihak Dinas Pariwisata & Ekonomi Kreatif juga akan menambah berbagai fasilitas

lainnya, hal ini karena areal Pantai Gedambaan yang dimiliki daerah cukup luas dan masih memungkinkan untuk penambahan fasilitas. Jumlah pengunjung per minggunya cukup lumayan, berkisar sekitar 50-100 orang. Namun pada hari-hari tertentu seperti hari lebaran, tahun baru dan hari libur bisa lebih banyak lagi dan bahkan mencapai ribuan orang. Hal ini karena biasanya pengelola mengadakan hiburan tambahan berupa acara musik dan seringkali mendatangkan artis dari luar daerah atau artis ibukota. Disamping itu menjelang tutup tahun biasanya diadakan acara adat “Macceretasi” yakni acara pemotongan hewan kerbau, kambing dan ayam yang darahnya dialirkan ke laut. Usai pemotongan hewan dilanjutkan dengan mengarak miniatur bagang (alat/bangunan penangkap ikan statis di laut) dari tempat upacara adat di pantai menuju ke tengah laut. Kegiatan acara adat ini merupakan perlambang rasa syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas hasil laut yang telah mereka peroleh. Beberapa hari sebelumnya biasanya diadakan berbagai perlombaan dan atraksi olahraga seperti pencak silat, meniti diatas tali dan sebagainya. Upacara adat ini dilaksanakan oleh warga sekitar Pantai Gedambaan dan Pantai Sarang Tiung yang mana mereka merupakan gabungan dari 3(tiga) suku yakni Suku Bugis, Mandar dan Suku Banjar. Disamping itu obyek wisata ini juga sering dikunjungi bilamana ada acara daerah yang mendatangkan tamu dari luar daerah seperti ada pertemuan tingkat provinsi dan juga ada pertemuan tingkat nasional.

Obyek wisata berikutnya yang menjadi observasi adalah “Pulau Manti” yang merupakan pulau kecil tanpa penghuni namun pantai yang mengelilingi pulau ini terdiri pasir putih yang sangat indah. Pulau ini terletak dekat Pulau

Sebuku atau bersebarangan dengan Pantai Gedambaan dan untuk menuju kesana dari ibukota Kabupaten Kotabaru hanya sekitar 20 menit dengan naik speedboat. Memang pulau ini jarang dikunjungi oleh wisatawan karena lokasinya yang agak sepi dan seolah-olah terpencil. Namun bagi nelayan atau yang hobi memancing sering menjadi tempat persinggahan dan bahkan tempat menginap ketika ada angin kencang dan gelombang besar. Pada waktu tertentu di Pulau Manti terkadang didirikan panggung hiburan yang pengunjungnya terbanyak masyarakat dari Pulau Sebuku karena letaknya sangat dekat bagi mereka, yakni sekitar 10 menit naik kapal kecil. Biasanya panggung hiburan itu diselenggarakan seusai acara adat “Selamatan Leut” yang dilaksanakan oleh nelayan suku Bajau. Disamping itu pada hari lebaran dan tahun baru juga diadakan panggung hiburan di pulau ini. Sebenarnya pulau ini bisa dijadikan destinasi wisata untuk beristirahat diakhir pekan seandainya ada fasilitas yang memadai seperti pondok wisata, tempat makan dengan ikan segar dan sebagainya.

Obyek wisata ketiga yang dipilih adalah Pulau Samber Gelap. Pulau kecil ini merupakan salah satu dari ratusan pulau yang ada di perairan Kabupaten Kotabaru Kalimantan Selatan. Pulau ini terletak di tengah laut Selat Sulawesi yang posisinya berada di sebelah timur Pulau Sebuku dan untuk mencapainya dari ibukota Kabupaten Kotabaru dengan naik speedboat sekitar 2 jam itupun kalau kondisi laut agak tenang. Di pulau ini selain berdiri mercusuar juga ada bangunan lainnya namun hanya beberapa buah. Pulau Samber Gelap cukup menarik untuk dikunjungi terutama bagi mereka yang senang wisata petualangan. Keindahan yang dapat dinikmati seperti pantai dengan pasir putihnya yang bersih dan air

lautnya yang sangat jernih, lalu bisa menikmati suasana terbit dan terbenamnya matahari (*sunrise* dan *sunset*), kemudian disekitarnya ada terumbu karang yang sangat indah. Disekitar terumbu karang berkeliaran beragam jenis ikan sehingga menambah keindahannya. Pada malam hari kita bisa menikmati cahaya terang gelap silih berganti ketika lampu mercusuar yang dinyalakan sedang berputar. Yang berkunjung ke pulau ini memang agak jarang karena lokasinya yang lumayan jauh. Namun kalau kita kesana bisa bertemu dengan petugas mercusuar dan secara rutin sebulan sekali ada petugas dari Dinas Kelautan dan Perikanan bersama Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif untuk memantau perkembangan konservasi penyu serta terumbu karang.

Destinasi keempat adalah Teluk Tamiang yang terletak di Pulau Laut atau di sebelah Selatan dari ibukota Kabupaten Kotabaru dengan jarak 121 km. Di teluk ini pada kedalaman sekitar 2 meter tumbuh terumbu karang yang sangat indah. Selain terumbu karang yang beraneka ragam bentuk dan jenisnya tentu saja juga banyak jenis ikan di sekitarnya. Di teluk Tamiang ini juga ada jala apung untuk membudidayakan ikan jenis kerapu milik nelayan setempat. Disamping itu mereka juga ada yang membudidayakan rumput laut. Meskipun Teluk Tamiang ini lumayan jauh dengan Kotabaru namun letaknya berdekatan dengan perkampungan penduduk sehingga untuk kegiatan *diving* dan *snorkeling* hanya membutuhkan waktu beberapa menit. Jumlah pengunjung ke lokasi ini memang sangat terbatas karena disamping lokasinya lumayan jauh dengan ibukota kabupaten juga harus membawa peralatan menyelam sendiri. Ke depan obyek wisata ini cukup baik untuk dikembangkan oleh Pemerintah Daerah terutama

bilamana rencana pembangunan jembatan yang menghubungkan Pulau Laut dan Pulau Kalimantan segera terwujud. Hal ini karena jarak antara lokasi jembatan dengan Teluk Tamiang lebih dekat dan ada kemungkinan sekitar jembatan yang merupakan ibukota Kecamatan Pulau Laut Tengah akan berkembang lebih cepat.

Pantai terakhir yang menjadi observasi adalah pantai Teluk Aru yang lokasinya juga berada di bagian Selatan dari Kabupaten Kotabaru Kalimantan Selatan. Pantai yang langsung berhadapan dengan Selat Sulawesi ini cukup indah dan lokasinya tidak seberapa jauh dengan pemukiman penduduk. Untuk menarik pengunjung ke tempat wisata ini, setiap tahun diadakan upacara adat “Mallasuang Manu” yakni melepas beberapa ekor ayam sebagai tanda rasa syukur atas limpahan rezeki yang mereka terima sebagai nelayan. Puncak acara adat ini bukan di bibir pantai Teluk Aru tapi di sebuah pulau kecil tanpa penghuni di seberangnya yang oleh penduduknya diberi nama Pulau Cinta. Dalam acara adat tersebut di pantai Teluk Aru biasanya diadakan hiburan musik dangdut di atas panggung hiburan yang dibangun oleh Dinas Pariwisata. Menariknya di sekitar tempat hiburan juga disediakan tempat makan gratis secara prasmanan bagi tamu undangan. Meskipun pada hari-hari biasa jarang dikunjungi oleh wisatawan dari luar namun setiap minggu di pantai ini selalu dikunjungi oleh penduduk lokal untuk bersantai.

Hasil observasi dan wawancara, bahwa diperlukan solusi promosi yang tepat untuk wisata pantai di Kabupaten Kotabaru Kalimantan Selatan. Solusi tersebut adalah perancangan promosi wisata pantai berbasis videografi sebagai upaya pengenalan pariwisata di Kabupaten Kotabaru Kalimantan Selatan.

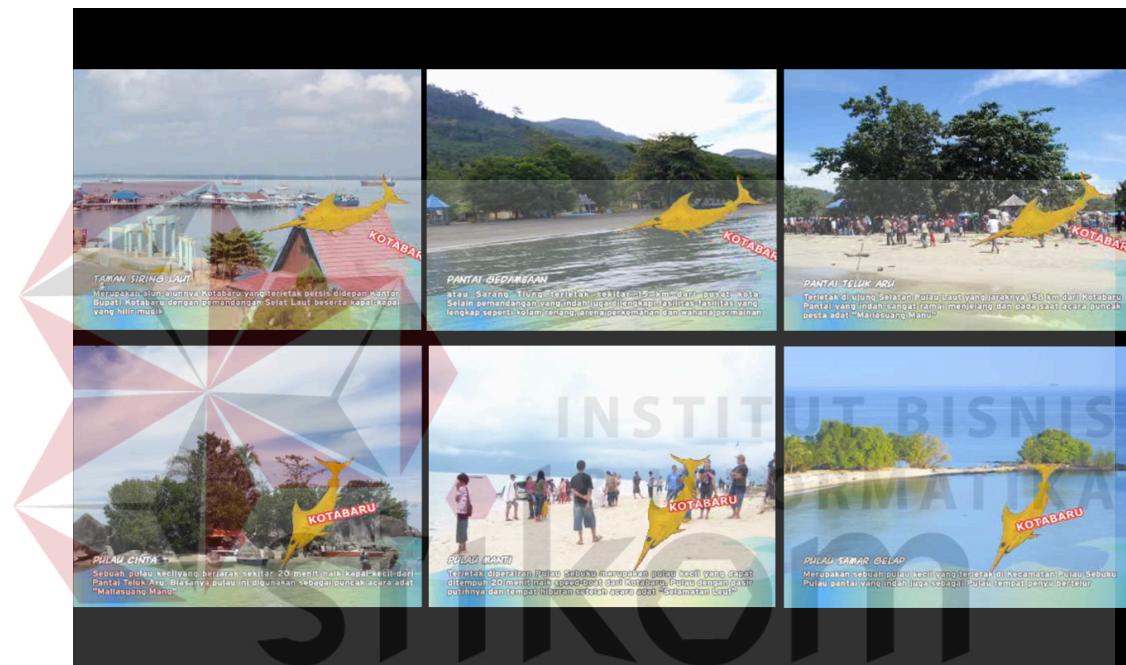
4.1.1 Literatur

Berdasarkan literatur buku yang diterbitkan oleh Sean Cubitt (1993) video merupakan media publikasi yang paling informative, sebab video merupakan media publikasi yang dapat menyampaikan pesan secara textual, audio, maupun visual. Kemampuan media video dalam hal menyampaikan pesan cukup luas dibandingkan dengan media publikasi lainnya seperti radio ataupun media cetak. Seiring dengan perkembangan teknologi, fleksibilitas yang dimiliki oleh video menempatkannya sebagai media *multi device*. Video tidak hanya dapat disalurkan melalui televisi namun juga dapat diunggah ke berbagai situs popular internet. Sehingga mampu dengan cepat memperkenalkan objek-objek yang terekam dalam video kepada audiens. Dan menurut Sapta Nirwandar Wakil Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Budpar, 2012), video merupakan media yang sangat memungkinkan untuk mengenalkan budaya dan cara hidup suatu bangsa secara nyata.

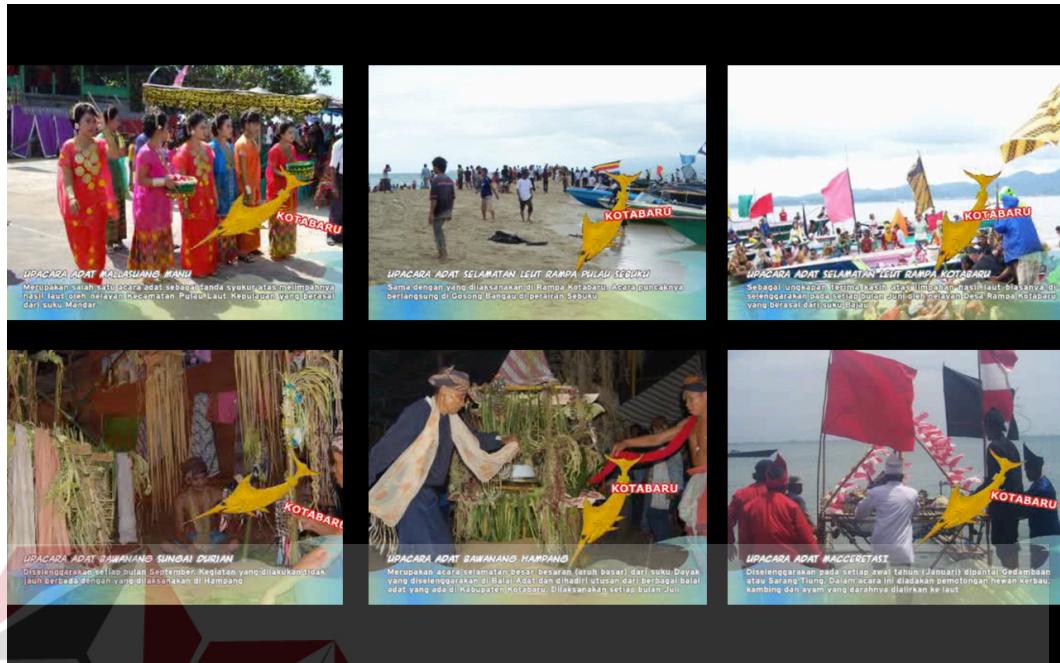
Berdasarkan hasil wawancara, observasi dan literatur dilapangan, maka diperlukan solusi pemecahan yang tepat untuk masalah yang dihadapi oleh Wisata di Kabupaten Kotabaru ini yaitu perancangan promosi wisata pantai berbasis videografi dalam upaya pengenalan pariwisata Kabupaten Kotabaru Kalimantan Selatan, dengan adanya promosi wisata pantai berbasis videografi ini agar dapat dinikmati oleh audiens dan dapat menarik wisatawan untuk berkunjung ke Kabupaten Kotabaru.

4.1.2 Hasil Studi Eksisting

Pada kajian eksisting ini, media promosi yang terdahulu dari Dinas Pariwisata & Ekonomi Kreatif adalah sebuah video promosi wisata. Dalam hal ini video terbagi menjadi dua video, video pertama tentang wisata alam dan video kedua berisikan wisata budaya.



Gambar 4.1 Screenshot Video Wisata Alam Kotabaru
(sumber: Dinas Pariwisata & Ekonomi Kreatif Kabupaten Kotabaru)



Gambar 4.2 Screenshot Video Wisata Budaya Kotabaru
(sumber: Dinas Pariwisata & Ekonomi Kreatif Kabupaten Kotabaru)

Keunggulan dari video promosi wisata yang dibuat oleh Dinas Pariwisata & Ekonomi Kreatif Kabupaten Kotabaru Kalimantan Selatan berisikan informasi beberapa wisata yang ada di Kabupaten Kotabaru Kalimantan Selatan, sehingga audiens bisa mengetahui informasi tentang wisata tersebut.

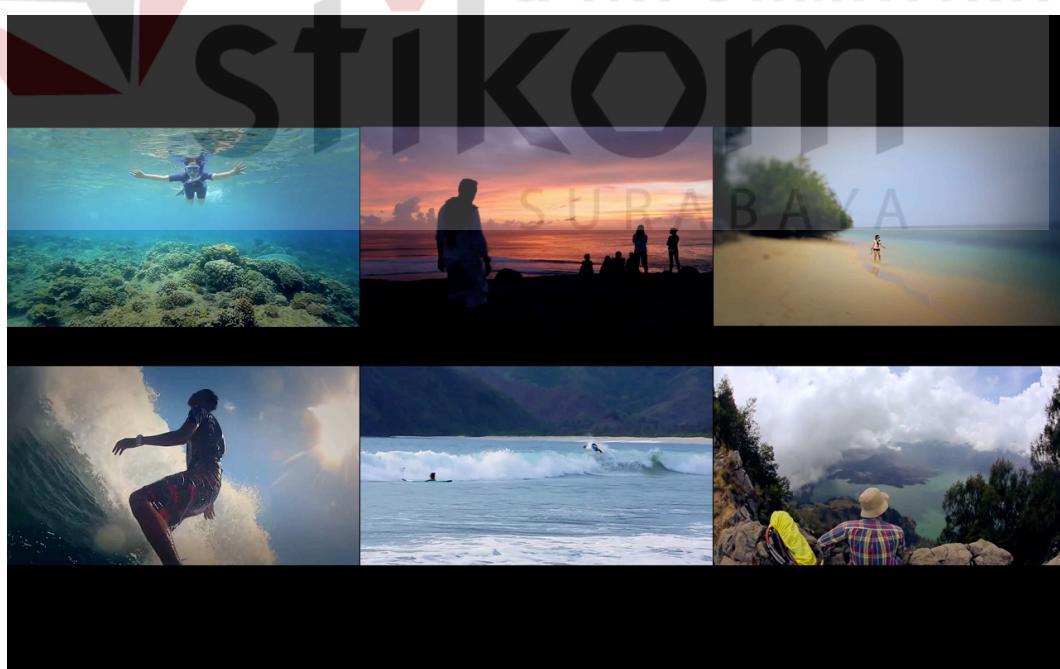
Kelemahan dari video promosi wisata ini hanya menampilkan *slideshow* foto dan informasi dari tempat wisata tersebut. Video tentang wisata alam dan budaya dipisah, gambar-gambar yang ditampilkan masih kurang menarik, dan dari segi publikasi masih dalam lingkup yang terbatas yaitu di bandara setempat, dan melalui *online* hanya youtube. penyebaran masih belum secara luas, sehingga perlu adanya pengembangan lagi untuk penyebaran informasi atau mempublikasikannya lebih gencar, tidak hanya dibandara ataupun youtube, tetapi lebih banyak lagi, agar masyarakat yang menonton bisa tertarik untuk berkunjung ke Kabupaten Kotabaru Kalimantan Selatan.

4.1.3 Hasil Studi Kompetitor

Studi kompetitor ini dilakukan sebagai acuan untuk memperkuat konsep dan ide yang akan dituangkan dalam promosi wisata pantai berbasis videografi sebagai pengenalan pariwisata Kabupaten Kotabaru Kalimantan Selatan, maka dilakukan kajian terhadap karya video yang sejenis. Berikut ini adalah contohnya:

1. Wonderful Indonesia edisi Lombok

Pada kajian ini, video *live shoot* yang diunggah oleh Indonesia.Travel di youtube cukup detail pada setiap pengambilan gambar. Dengan durasi 3 menit 43 detik dapat dilihat banyak *shoot* menunjukkan budaya dan keindahan Pulau Lombok. Pada video ini di gambarkan keindahan Pulau Lombok tanpa ada dialog dari pemeran. Cuplikan-cuplikan gambar keseharian masyarakat Lombok yang dikemas secara bagus dengan komposisi seimbang.



Gambar 4.3 Wonderful Indonesia | Lombok
(sumber: https://www.youtube.com/watch?v=BbkFE_K_t0c)

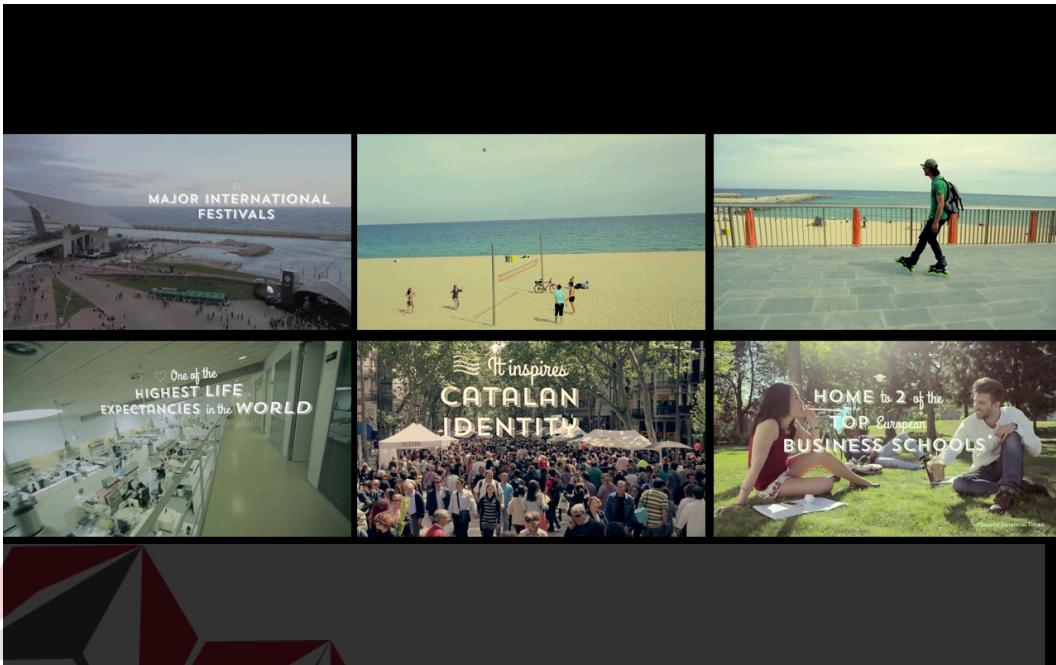
Pada video ini yang menjadi acuan penulis adalah teknik pengambilan gambar, dengan menampilkan keindahan pantai dan budaya di Kabupaten Kotabaru Kalimantan Selatan, video ini juga terlihat lebih berkelas dan cocok untuk target audiens pada perancangan ini.

Kelebihan dari video ini secara visual gambar bergerak dalam video ini mampu menghasilkan citra visual secara artifisial yang sangat indah sehingga melampaui realitasnya. Video ini telah menciptakan citra kamuflase, menyembunyikan masalah-masalah sosial yang nyatanya masih banyak terjadi, dan menggunakan tanda seolah-olah Lombok hanya dipenuhi keindahan alam dan budaya.

Kekurangan dari video ini masih ada warna pada video yang berbeda karena pengambilannya menggunakan kamera yang berbeda, pada menit ke 2.08 terlihat jelas perbedaannya. Walaupun hanya sedikit, tapi sangat terlihat jelas perbedaan warnanya, menjadikan kurang menarik.

2. The Barcelona Brand

Pada video The Barcelona Brand yang diunggah ke youtube oleh Barcelona.cat ini sangat kreatif, dengan memberikan info pada setiap *scene* menggunakan teknik *motion tracking*, dan pada setiap transisi video juga dikemas sangat menarik hal ini membuat audiens tertarik untuk melihat video tersebut.



Gambar 4.4 The Barcelona Brand | Brand Barcelona Inspires Innovation, Creativity, Economic Growth and Quality of Life

(sumber : <https://www.youtube.com/watch?v=tlebvDEOP1s>)

Pada video yang diunggah Barcelona.cat yang menjadikan acuan penulis dalam perancangan promosi wisata pantai berbasis videografi di Kabupaten Kotabaru Kalimantan Selatan adalah teknik *motion tracking* yang digunakan pada video ini, sangat menarik dan dapat mempertegas informasi pada video.

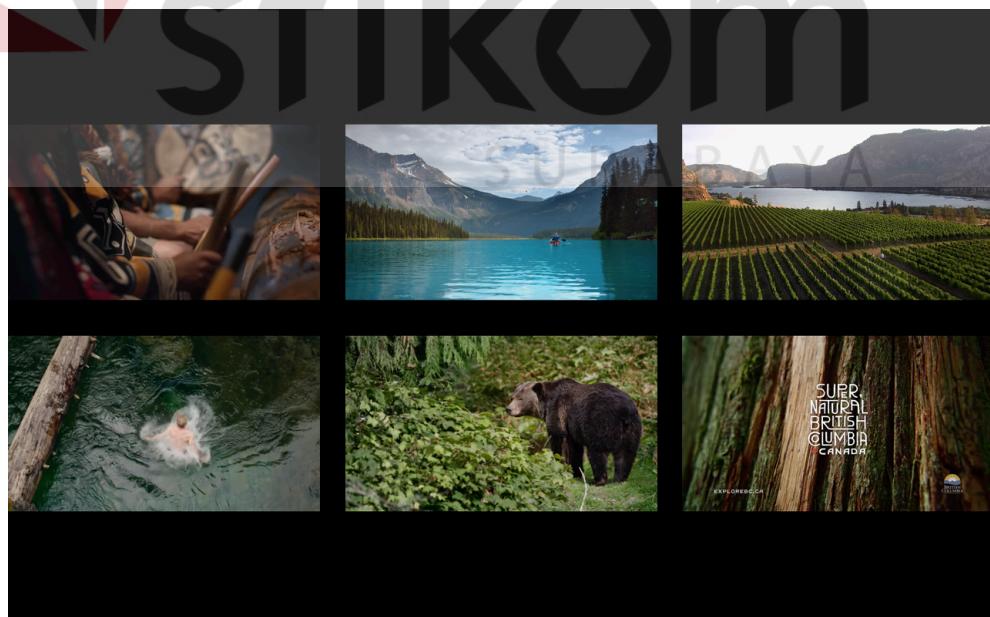
Kelebihan dari video ini dapat dilihat, dari menggunakan teknik *motion tracking* untuk memberikan informasi, dengan teknik ini lebih menarik daripada menggunakan *lowerthird*, kemudian setiap transisi nya sangat bagus dan senada, ini menjadi daya tarik dan membuat penonton betah meliat video ini.

Kekurangan dari video ini, ada beberapa *scene* yang tidak stabil pengambilannya, terlihat sangat bergetar dan membuat kurang terlihat berkelas. Kemudian secara *tone* warna video ini diolah agak turun secara saturasi, dan diberi efek kekuningan. *Tone* warna seperti ini memang menjadi tren karena *tone*

tersebut adalah ciri khas aplikasi Instagram yang sangat populer di kalangan anak muda. *Tone* yang kurang berwarna seperti ini malah akan mengaburkan keberagaman dari Barcelona itu sendiri.

3. Explore British Columbia Journey into the Wild

Video Explore British Columbia : Journey into the Wild yang di unggah ke youtube oleh Destination British Columbia ini menjadi kajian untuk penulis. Video ini mempunyai beberapa versi durasi sesuai kebutuhan media, mulai dari 60 detik, 30 detik, dan 15 detik. Hal ini menjadi referensi yang bagus untuk penulis, karena nantinya promosi wisata pantai ini menggunakan berbagai media untuk mempromosikan video. Jadi membutuhkan bermacam durasi agar sesuai dengan kebutuhan media. Kemudian musik dan narasi dalam video ini juga menjadi acuan untuk penulis.



Gambar 4.5 Explore British Columbia Journey into the Wild
(sumber: <https://www.youtube.com/watch?v=2jAagv5IIXY>)

Kelebihan dari video ini adalah sesuai dengan judulnya *Journey into the Wild*, semua visual gambar didalamnya menampilkan keindahan alam dari Columbia, terlebih lagi musiknya yang menarik dan narasi yang pas. Pada setiap video yang berbeda durasi tetap terlihat keindahan alam dari Columbia.

Kekurangan dari video ini adalah masih belum tersedia *Long version*, sebenarnya 60 detik masih tergolong sangat singkat, belum bisa menampilkan lebih detail keindahan alam lainnya, yang mungkin masih banyak yang bisa ditangkap.



4.2 Konsep atau Keyword

4.2.1 SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Threat*)

Analisa SWOT pada perancangan promosi wisata pantai berbasis videografi di Kabupaten Kotabaru Kalimantan Selatan dapat dilihat pada tabel 4.1 berikut:

Eksternal	Internal	Strength	Weakness
		<ul style="list-style-type: none"> - Kaya akan sumber daya bawah laut yang indah - Air pantai yang jernih - Ciri khas yang berbeda pada setiap wisata pantai 	<ul style="list-style-type: none"> - Jarak menuju objek wisata yang cukup jauh - Kurangnya fasilitas-fasilitas untuk pariwisata - Kurangnya media promosi obyek wisata
Opportunity		S – O <ul style="list-style-type: none"> - Kemajuan teknologi yang dapat dijadikan media promosi - Terdapat acara-acara rutin tiap tahunnya yang diadakan oleh pemerintah daerah maupun warga sekitar 	W – O <ul style="list-style-type: none"> - Menjadikan wisata pantai Kabupaten Kotabaru sebagai destinasi wisata di Kalimantan Selatan - Merancang promosi berbasis video dalam upaya pengenalan pariwisata Kabupaten Kotabaru Kalimantan Selatan
Threat		S – T <ul style="list-style-type: none"> - Aktifitas masyarakat dan wisatawan dapat merusak kawasan objek wisata - Lama tinggal wisatawan sangat rendah, karena kurangnya fasilitas dasar 	W – T <ul style="list-style-type: none"> - Merancang promosi wisata pantai yang memberikan informasi pada setiap obyek wisata - Merancang promosi wisata pantai yang memengaruhi wisatawan tetap melestarikan kawasan wisata
Strategi Utama : Dengan merancang promosi wisata pantai berbasis videografi yang tidak hanya mengunggulkan keindahan pantai tetapi juga memberikan informasi wisata pantai di Kabupaten Kotabaru Kalimantan Selatan dan dapat dinikmati dalam berbagai media			

Tabel 4.1 Tabel SWOT Perancangan Promosi Wisata Pantai berbasis Videografi di Kabupaten Kotabaru Kalimantan Selatan
(sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2016)

4.2.2 STP (*Segmentation, Targeting, Positioning*)

1. *Segmentation*

Dalam perancangan promosi wisata pantai berbasis videografi dalam upaya pengenalan pariwisata Kabupaten Kotabaru Kalimantan Selatan, khalayak sasaran atau target yang dituju adalah:

a. Demografis

Usia : Dewasa (18 – 40 Tahun)

Jenis Kelamin : Laki – Laki & Perempuan

Pendidikan : SMA – S2

Pekerjaan : Mahasiswa, Karyawan, dan Wiraswasta

b. Geografis

Wilayah : Perkotaan

c. Psikografis

Gaya Hidup : Rasa keingintahuan tinggi, mencari informasi melalui media, menyukai hal baru, aktifitas padat dan butuh *refreshing*.

2. Targeting

Target yang dituju dari perancangan promosi wisata pantai ini adalah wisatawan pada tahap dewasa (20 – 40 tahun) yang biasanya merupakan usia mahasiswa hingga keluarga. Usia target audiens tersebut merupakan usia dimana seseorang memiliki penghasilan sendiri dan mempunyai hak memuaskan dirinya dan keluarga. Sedangkan usia 18 – 20 tahun sebagai target sekunder yang biasanya merupakan usia sekolah hingga mahasiswa. Usia tersebut adalah usia dimana seseorang sedang mencari jati diri dan bebas berekspresi.

3. Positioning

Promosi wisata pantai berbasis videografi ini akan memberikan visual baru dari video sebelumnya, dengan mengangkat keindahan alam dengan menampilkan penanda visual, yang diharapkan dapat merangkul berbagai calon wisatawan dengan berbagai kelas sosial, gaya hidup, usia, maupun jenis kelamin.

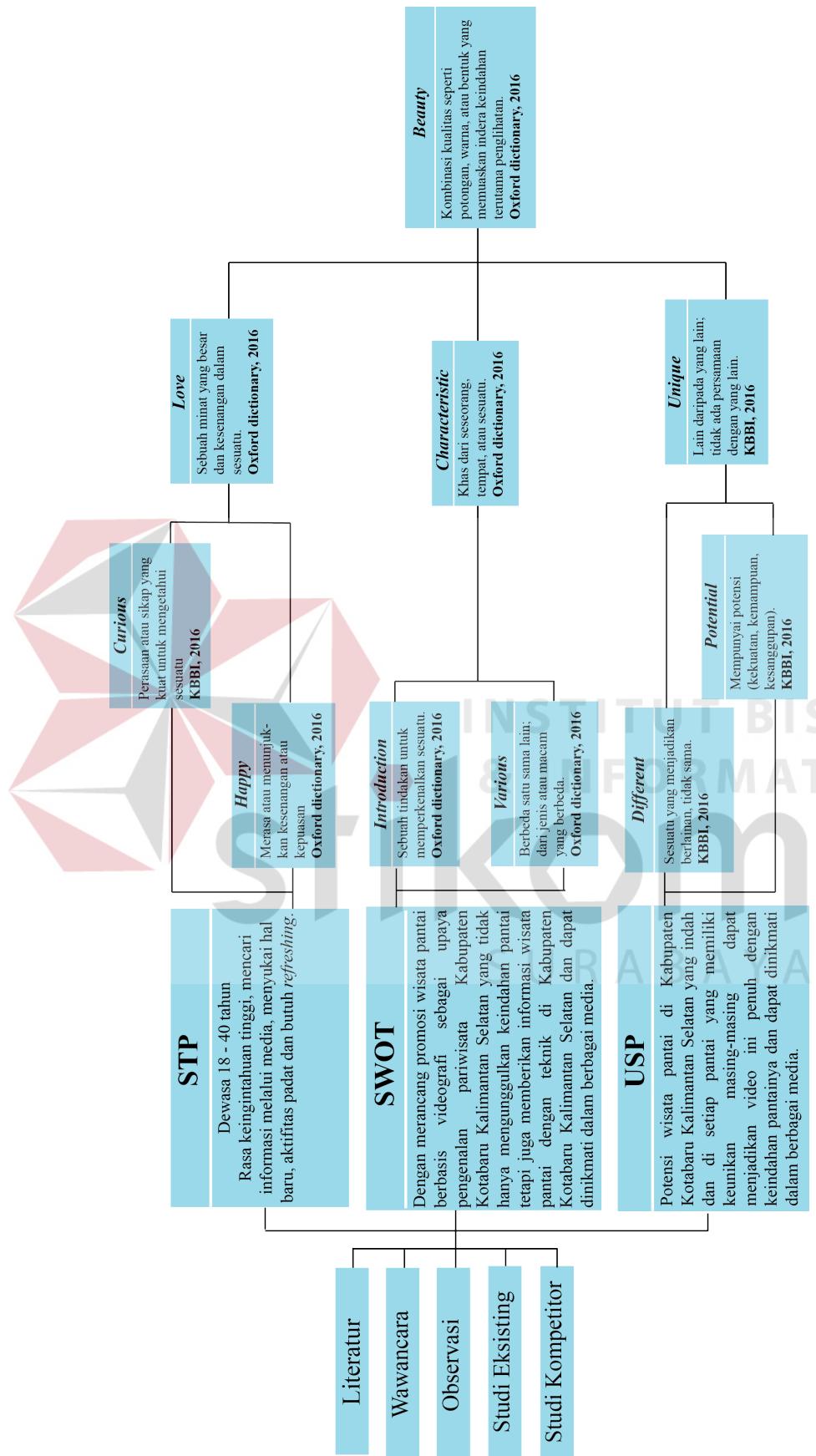
4.2.3 USP (*Unique Selling Proposition*)

Potensi wisata pantai di Kabupaten Kotabaru Kalimantan Selatan yang indah dan di setiap pantai yang memiliki keunikan masing-masing dapat menjadikan video ini penuh dengan keindahan pantainya dan dapat dinikmati dalam berbagai media.

4.2.4 *Keyword*

Pemilihan kata kunci atau *keyword* dengan judul penelitian “Perancangan Promosi Wisata Pantai berbasis Videografi sebagai upaya pengenalan Pariwisata di Kabupaten Kotabaru Kalimantan Selatan” ini sudah dipilih dengan menggunakan dasar acuan terhadap analisis data yang sudah dilakukan. Penentuan *keyword* diambil hasil analisis SWOT yang mana sumber analisis SWOT itu sendiri terdiri dari wawancara, observasi, STP, studi literatur, studi eksisting, studi kompetitor, dan beberapa data penunjang lainnya.





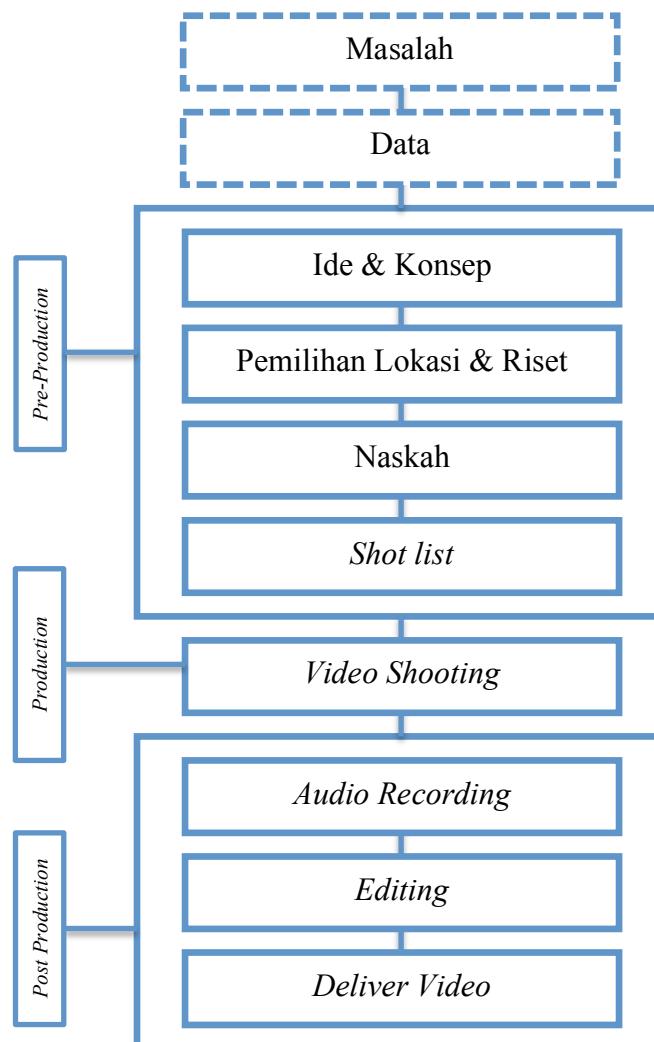
Gambar 4.6 Analisa Keyword
(sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2016)

4.2.5 Deskripsi Konsep

Konsep untuk perancangan promosi wisata pantai berbasis videografi di Kabupaten Kotabaru Kalimantan Selatan adalah “*Beauty*”. Deskripsi dari “*Beauty*” adalah kombinasi kualitas seperti potongan, warna, atau bentuk yang memuaskan indera keindahan terutama penglihatan. Konsep “*Beauty*” bertujuan untuk menunjukkan bahwa wisata pantai Kabupaten Kotabaru Kalimantan Selatan merupakan wisata pantai yang indah dan patut untuk dikunjungi. Artinya, konsep “*Beauty*” dihadirkan untuk memberikan informasi kepada target audiens bahwa wisata pantai Kabupaten Kotabaru Kalimantan Selatan memiliki keindahan dan keunikan disetiap pantainya. Maka dari itu diharapkan perancangan promosi wisata pantai berbasis videografi ini dapat membuat masyarakat tertarik untuk berwisata ke Kabupaten Kotabaru Kalimantan Selatan.

Dengan konsep “*Beauty*”, diharapkan wisata pantai Kabupaten Kotabaru Kalimantan Selatan dapat menarik minat wisatawan untuk berkunjung. Selain itu dapat mempromosikan wisata pantai Kabupaten Kotabaru Kalimantan Selatan yang dapat dinikmati diberbagai media.

4.3 Perancangan Karya



Gambar 4.7 Alur Perancangan Karya
(sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2016)

4.4 Pra-Produksi

4.4.1 Ide & Konsep

Merancang sebuah video promosi yang mengeksplosi segala potensi keindahan wisata pantai yang dimiliki Kabupaten Kotabaru Kalimantan Selatan. Dengan ini untuk mewakili konsep “*Beauty*” untuk komposisi video, yang dipakai adalah *camera movement* dominan menggunakan *panning* untuk menampilkan kondisi pantai dan laut serta air lautnya yang jernih, dan keindahan lain disekitar pantai.



Gambar 4.8 Panning
(sumber : <https://www.youtube.com/watch?v=ONFrsmAKQeo>)

Kemudian mengambil gambar-gambar *close-up* dengan dominan menggunakan *selective focus* yaitu fokus dari 1 objek berganti dengan objek didepan atau belakangnya.



Gambar 4.9 Selective Focus

(sumber : <https://www.youtube.com/watch?v=0jWMMmDpk8A>)

Selain itu pada *color tones* menggunakan kombinasi *cool* dan *warm tones* yang segar dan kontemporer, dengan menerapkan *coral tones* yang menghangatkan, memberikan transisi yang bagus untuk *cooler tones*.



Gambar 4.10 Color

(sumber : <https://designschool.canva.com/blog/brand-color-palette/>)

Selanjutnya untuk musik, menggunakan instrumental piano yang emosional dan tenang, dengan narasi yang puitis.

4.4.2 Pemilihan Lokasi & Riset

Dari permasalahan yang ada, ditentukanlah lokasi untuk perancangan ini, lokasi yang dipilih adalah 5 wisata pantai di Kabupaten Kotabaru Kalimantan Selatan, 5 wisata pantai tersebut adalah Pantai Gedambaan, Pulau Manti, Pulau Samber Gelap, Teluk Tamiang, dan Teluk Aru. Pantai – pantai ini terpilih

berdasarkan hasil observasi yang dilakukan, dimana kelima wisata pantai ini mempunyai ciri khas masing-masing, dari Pantai Gedambaan yang cocok untuk wisata berkumpul keluarga di akhir pekan sambil bermain-main dipantai, kemudian Pulau Manti sebuah pulau tanpa penghuni yang cocok untuk bersantai dan yang menginginkan ketenangan, selanjutnya Pulau Samber Gelap dimana disana terdapat penangkaran penyu dan keindahannya, lalu Teluk Tamiang yang kaya akan sumber daya bawah lautnya, dan yang terakhir adalah Teluk Aru yang terkenal dengan Pulau Cinta nya. Dari keunikan masing-masing pantai sangat cocok untuk menarik wisatawan berkunjung ke Kabupaten Kotabaru Kalimantan Selatan.

4.4.3 Naskah

Dalam pembuatan video, naskah sangat diperlukan untuk mempermudah dan memperlancar pembuatan video. Berikut naskah yang akan digunakan dalam pembuatan video ini :

Visual	Audio
<i>Timelapse sunrise</i> Pelabuhan penyeberangan dan kapal fery Tugu nelayan Taman kota Siring laut Sasirangan	<i>Music Illustration</i>
Cuplikan singkat 5 wisata pantai Pantai Gedambaan Pulau Manti Pulau Samber Gelap Teluk Tamiang-Tanjung Kunyit Teluk Aru	<i>The Beauty of Kotabaru</i>
Perjalan menuju Pantai Gedambaan	<i>Music Illustration</i>
Shot Pantai Gedambaan Anak-anak bermain pasir dipantai Pria memberi makan ikan kekolam ikan Suasana keramaian di Pantai Gedambaan	<i>Ever wonder what is the true meaning of beauty?</i> <i>It's the sands where you stand and walk</i>

Bermain bola di Pantai Gedambaan Mengendarai ATV Establish Pantai Gedambaan Kerang dan batu di tepi pantai Orang berjalan Kecerian bersama keluarga/sahabat di pantai	<i>The shores where you get to play</i>
Shot Pulau Manti Diatas perahu berlabuh ke Pulau Manti Perempuan minum kelapa segar lalu menggambar sambil menikmati ketenangan di Pulau Manti yang damai	<i>And the wind that blows along with the dancing waves</i> <i>It's a home for your creativity</i>
Perjalanan darat menuju Samber Gelap Perjalanan laut menuju Samber Gelap Establish Samber Gelap Samber Gelap Penangkaran penyu Penyu bertelur Pohon Kelapa	<i>The journey you take once in a life time</i> <i>The place..</i> <i>Where the new life begins</i> <i>The light that lit your way</i> <i>The tree that become your shelter</i>
Perjalanan menuju Teluk Tamiang – Tanjung Kunyit Establish Teluk Tamiang – Tanjung Kunyit Seseorang sedang membuat perahu Terumbu karang	<i>The road to happiness</i> <i>Is a beauty</i> <i>That lies in people</i> <i>And the nature they live in</i> <i>And protect</i>
Establish Teluk Aru Batu jodoh Diatas perahu menuju Pulau Cinta Establish Pulau Cinta Sunset	<i>Music Illustration</i> <i>Or the love</i> <i>That lies in you</i> <i>At the end of the day</i>

Tabel 4.2 Naskah
(sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2016)

4.4.4 Shot List

Ialah rencana urutan pemecahan adegan yang disesuaikan dengan rinci yang berguna untuk mengetahui proporsi adegan yang disesuaikan dengan pengambilan gambar dan struktur naskah cerita.

Shot No.	Location	Shot Type	Movement	Duration	Description
1	Pantai	LS	Static	1-3sec	Timelapse Sunrise
2	Pelabuhan	LS	Follow	1-3sec	Mobil masuk kapal
3	Pelabuhan	LS	Panning	1-3sec	Kapal ferry berlayar
4	Jalan	LS	Static, zooming	1-3sec	Timelapse tugu nelayan
5	Jalan	MCU	Tracking	1-3sec	Tracking tugu

					nelayan
6	Taman	LS	Panning	1-3sec	Panning taman kota
7	Taman	LS	Static, zooming	1-3sec	Timelapse siring laut
8	Toko	MCU	Tilting, panning	1-5sec	Baju dan kain sasirangan
9	Pantai	LS,CU	Static, selective focus	1-3sec	Selective focus dari speedboat ke ranting pohon
10	Pantai	LS	Static	1-3sec	Timelapse pulau manti
11	Pantai	ELS	Panning	1-3sec	Pulau samber gelap
12	Pantai	ELS	Panning	1-3sec	Teluk tamiang-tanjung kunyit
13	Pantai	ELS	Panning	1-3sec	Teluk aru
14	Jalan	LS	Follow	1-15sec	Jalan menuju ke pantai gedambaan
15	Pantai	MS,MCU	Panning	1-15sec	Kecerian anak-anak bermain pasir di pantai gedambaan
16	Kolam	MCU	Panning	1-3sec	Penjaga memberi makan ikan di kolam
17	Pantai	LS	Panning, static	1-10sec	Keramaian suasana di pantai gedambaan
18	Pantai	LS	Tilting	1-3sec	Berlari di pantai
19	Pantai	LS, MS, MCU	Handheld	1-15sec	Kecerian bermain bola di pantai
20	Pantai	LS, MS	Follow	1-15sec	Mengendarai atv di pantai
21	Pantai	LS	Panning	1-10sec	pepohonan, suasana pantai dan speedboat
22	Pantai	CU	Selective focus	1-3sec	Kerang yang tersapu ombak
23	Pantai	MCU	Handheld	1-5sec	Seseorang berjalan disekitar pantai
24	Pantai	MS	Static	1-10sec	Bermain ditepi pantai
25	Laut	LS	Handheld	1-5sec	Berlabuh di pulau manti
26	Pantai	MS, MCU, CU, ECU	Static, tracking	1-30sec	Seseorang minum air kelapa dan menggambar sambil menikmati ketenangan di Pulau Manti

27	Pantai	CU	Selective focus	1-3sec	Selective focus ke kerang dipasir
28	Jalan, Laut	LS	Follow	1-30sec	Perjalanan darat dan laut menuju pulau samber gelap
29	Pantai	LS	Panning	1-3sec	Pepohonan di pulau samber gelap
30	Pantai	CU	Handheld	1-5sec	Close up batang pohon
31	Kolam	CU	Static	1-5sec	Bayi penyu berenang dikolam penangkaran
31	Penyimpanan Telur	MCU	Selective focus	1-5sec	Penyimpanan telur penyu
32	Pantai	MCU, CU	Static, tracking	1-10sec	Penyu sehabis bertelur kembali menuju ke laut dan telur penyu
33	Laut	CU	Static, follow	1-5sec	Seseorang menaruh telur penyu ketempat penyimpanan untuk ditetaskan
33	Jalan	LS	Follow	1-15sec	Perjalanan menuju teluk tamiang
34	Pantai	LS	Panning	1-10sec	Keindahan teluk tamiang
35	Pantai	MCU	Tracking	1-5sec	Membuat perahu
37	Bawah Laut	MCU	Handheld	1-30sec	Terumbu karang
38	Pantai	LS, MCU	Panning, tracking, follow	1-30sec	Keindahan sekitar teluk aru, batu jodoh, perjalanan diatas kapal menuju pulau cinta, keindahan sekitar pulau cinta
39	Pantai	LS	Static	1-3sec	Timelapse sunset

Tabel 4.3 Shot list
(sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2016)

4.5 Produksi

Dalam tahap produksi ini adalah tahap dimana saatnya pengambilan video, dengan rencana pada proses pra-produksi yang sudah dilakukan membuat pekerjaan pada proses produksi jadi lebih mudah.

4.6 Post-Produksi

Pada tahap post-produksi ini sering dianggap tahap paling penting dalam pembuatan sebuah film ataupun video. Tahap ini dilakukannya proses *audio recording*, *editing*, dan *delivery project*. *Audio Recording* disini adalah proses merekam untuk ilustrasi musik dan narasi. *Editing* dimana *shot* dan *scene* yang telah direkam disusun berdasarkan naskah ke dalam satu *master editing*. Kemudian setelah selesai, dilakukanlah *deliver video* dimana mempublikasikan video melalui situs youtube dan sosial media online lainnya.

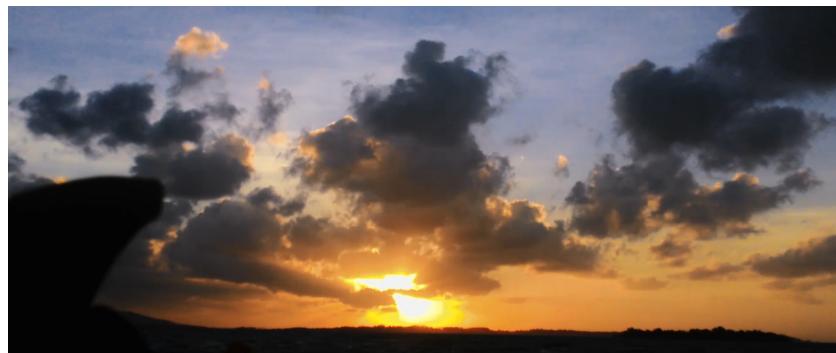
4.7 Budget Produksi

NO	KETERANGAN	HARGA	JUMLAH
1	Akomodasi Surabaya - Kotabaru	1.000.000	1.000.000
2	Akomodasi ke Pulau Manti	500.000	500.000
3	Akomodasi ke Samber Gelap	2.500.000	2.500.000
4	Akomodasi ke Teluk Tamiang – Tanjung Kunyit dan Teluk Aru	500.000	500.000
5	Sewa Sopir	100.000	200.000
6	Sewa Perahu	500.000	1.000.000
7	Konsumsi Crew 2 orang	100.000	400.000
8	Konsumsi Sopir	100.000	200.000
9	Biaya Inap di Teluk Tamiang	300.000	300.000
10	Biaya Inap di Samber Gelap	100.000	100.000
11	Record Musik	300.000	300.000
Jumlah			7.000.000

Tabel 4.4 Budgeting
(sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2016)

4.8 Final Artwork

Hasil akhir dari *project* ini berupa video promosi yang berjudul “*The Beauty of Kotabaru*” yang berdurasi 4:44 dengan format *H.264*. Selain itu ada versi 60 detik dan 30 detik.



Gambar 4.11 Sunrise
(sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2016)

Timelapse matahari terbit pada bagian awal video, untuk menunjukkan pembuka dari video ini. Menampilkan indahnya sinar matahari dan awan yang bergerak cepat, warna langit biru dan oranye membuat sangat unik dan memberikan sensasi semangat baru dalam hidup.



Gambar 4.12 Tugu Nelayan
(sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2016)

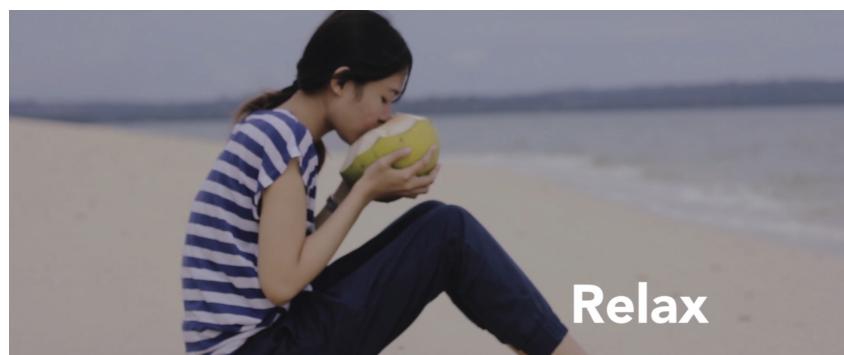
Tugu Nelayan merupakan salah satu monument yang menjelaskan bahwa Kabupaten Kotabaru sebagian besar masyarakatnya adalah nelayan. Sebuah patung manusia yang berdiri dibatang pohon dan membawa ikan Todak

dibelakangnya. Dibawah akar pohon terdapat lukisan yang menggambarkan kehidupan tempo dulu. Karena letaknya yang strategis, hampir semua masyarakat Kabupaten Kotabaru mengenal tugu ini. Dengan mengambil *timelapse* tugu ini, maka akan memberikan informasi bahwa video ini berada di Kabupaten Kotabaru Kalimantan Selatan.



4.13 Pantai Gedambaan
(sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2016)

Pada *shot* ini menunjukkan keramaian di Pantai Gedambaan, untuk memberikan ciri khas Pantai Gedambaan itu sendiri, karena Pantai Gedambaan yang identik dengan pantai untuk berkumpul bersama keluarga dan kerabat. Keceriaan saat berkumpul bersama memberikan suasana hati terasa gembira.



4.14 Perempuan menikmati air kelapa
(sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2016)

Pada bagian ini berada di Pulau Manti, dimana Pulau Manti adalah pulau tanpa penghuni yang cocok untuk bersantai dan jauh dari keramaian, dengan *shot*

seorang perempuan yang sedang menikmati air kelapa dan bersantai sendiri untuk menunjukkan bahwa pulau ini cocok untuk bersantai dan menikmati keindahan pulau itu sendiri yang jauh dari keramaian.



Gambar 4.15 Penyu
(sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2016)

Pulau Samber Gelap adalah pulau biasa penyu bertelur dan terdapat penangkaran penyu, ini lah yang menjadi ciri khas dari pulau ini. Dengan menampilkan penyu untuk memberikan ciri khas pulau ini.



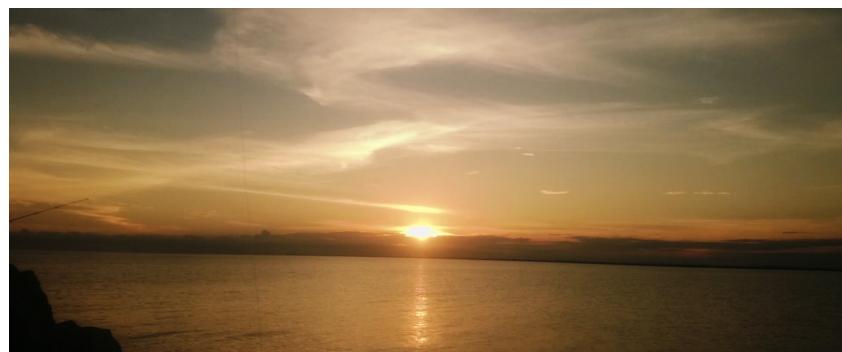
4.16 Terumbu Karang
(sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2016)

Terumbu karang adalah ciri khas dari Teluk Tamiang, disini ditampilkan keindahan keindahan bawah laut di Teluk Tamiang untuk menunjukkan bahwa jika berwisata kesini bisa menikmati keindahan alam bawah lautnya. Karena untuk melihat terumbu karang disini sangat mudah.



4.17 Batu Jodoh
(sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2016)

Batu jodoh berada di Teluk Aru, dan ini sudah menjadi ciri khas dan keunikan disana, dengan air laut yang biru dan pasir putih lembut yang menghampar luas dan pemandangan sebuah pulau cinta yang berada diseberang pantai ini.



4.18 Sunset
(sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2016)

Dan pada bagian akhir menampilkan matahari terbenam sebagai penutup dari video ini. Laut senja yang indah dengan kumpulan awan yang bergerak dan matahari mulai menghilang dibawah garis cakrawala bagian barat untuk memberikan *ending* dari video ini.

4.9 Media Pendukung

Untuk media pendukung publikasi video promosi ini, dibutuhkan beberapa jenis media promosi yang paling efektif menarik perhatian target audiens, yaitu :

1. DVD



Gambar 4.19 Label DVD
(sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2016)



Gambar 4.20 Sampul DVD
(sumber : Hasil Olah Peneliti, 2016)

2. Poster



Gambar 4.21 Poster
(sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2016)

Desain poster yang menarik dengan konsep *beauty*, dan menampilkan informasi mengenai sosial media dan *website* *The Beauty of Kotabaru* agar calon wisatawan yang melihat dapat mencari informasi langsung di halaman sosial media ataupun *website* tersebut. Poster ini ditempatkan pada kantor biro-biro pariwisata.

3. Desain Web



Gambar 4.22 Website
(sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2016)

Website The Beauty of Kotabaru merupakan media pendukung yang berisikan informasi-informasi yang dibutuhkan wisatawan tentang wisata pantai di Kabupaten Kotabaru Kalimantan Selatan. Dengan desain yang menarik sehingga wisatawan dapat tertarik untuk menjelajah *website* tersebut. *Website* tersebut dapat diakses di thebeautyofkotabaru.albanismail.com.

4. Web Banner



Gambar 4.23 Web Banner
(sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2016)

Web Banner ini di iklarkan secara online, melalui *website-website* biro pariwisata serta forum-forum *traveling* seperti Traveler Kaskus dan Detik Traveler. Calon wisatawan dapat mengklik *web banner* dan langsung menuju *website The Beauty of Kotabaru*.

5. Stiker



Gambar 4.24 Stiker
(sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2016)

Media pendukung yang sangat efektif karena dapat diaplikasikan dimana saja, stiker ini terdapat informasi mengenai halaman facebook, twitter, instagram, dan *website* *The Beauty of Kotabaru*.

6. Gantungan Kunci



Gambar 4.25 Gantungan Kunci
(sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2016)

Gantungan kunci dijadikan sebagai salah satu media pendukung, karena souvenir ini sangat menarik kalangan dewasa muda. Desain sama seperti stiker, yang berisikan informasi sosial media dan *website*.

7. Mini Banner



Gambar 4.26 Mini Banner
(sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2016)

Mini banner ini ditempatkan di meja-meja hotel, *restaurant*, ataupun di bandara, karena ukurannya yang kecil dan berisikan informasi sosial media beserta *website* *The Beauty of Kotabaru*, calon wisatawan yang tertarik dengan wisata pantai Kabupaten Kotabaru dapat mencari info lengkap melalui *link* yang ada pada mini banner tersebut.

8. Sosial Media



Gambar 4.27 Sosial Media
(sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2016)

Sosial media dinilai cukup efektif untuk meraih *awareness*, dimana hampir semua orang memiliki akun sosial media seperti facebook, twitter, dan instagram. Media ini dapat memberikan informasi kepada calon wisatawan.