



**PERANCANGAN VIDEO PROMOSI CANDI-CANDI DI
TROWULAN SEBAGAI UPAYA MENGENALKAN WISATA
SEJARAH MOJOKERTO**

TUGAS AKHIR

Program Studi

S1 Desain Komunikasi Visual

**INSTITUT BISNIS
DAN INFORMATIKA**

stikom
SURABAYA

Oleh :

Alpha Dian Tamalanrea

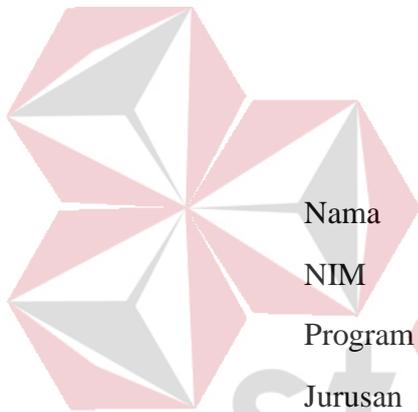
14.42010.0057

**FAKULTAS TEKNOLOGI DAN INFORMATIKA
INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA STIKOM
SURABAYA
2018**

**PERANCANGAN VIDEO PROMOSI CANDI-CANDI DI TROWULAN
SEBAGAI UPAYA MENGENALKAN WISATA SEJARAH MOJOKERTO**

TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program
Sarjana Desain Komunikasi Visual



Disusun Oleh :

Nama : Alpha Dian Tamalanrea

NIM : 14420100057

Program ; S1 (Sarjana Strata Satu)

Jurusan : Desain Komunikasi Visual

**FAKULTAS TEKNOLOGI DAN INFORMATIKA
INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA STIKOM SURABAYA**

2018

TUGAS AKHIR

PERANCANGAN VIDEO PROMOSI CANDI-CANDI DI TROWULAN SEBAGAI UPAYA MENGENALKAN WISATA SEJARAH MOJOKERTO

Dipersiapkan dan disusun oleh :

Alpha Dian Tamalanrea

NIM: 14420100057

Telah diperiksa, diuji dan disetujui oleh Dewan Pembahas

Pada: 16 Agustus 2018

Susunan Dewan Pembahas

Pembimbing

I. **Dhika Yuan Yurisma, M.Ds., ACA**

II. **Ixsora Gupita Cinantya, M.Pd., ACA**

Pembahas

I. **Siswo Martono, S.Kom., M.M.**

Tugas Akhir ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh gelar sarjana



stikom

Dr. Jusak

Dekan Fakultas Teknologi dan Informatika

INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA STIKOM SURABAYA

SURAT PERNYATAAN
PERSETUJUAN PUBLIKASI DAN KEASLIAN KARYA
ILMIAH

Sebagai mahasiswa Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya, Saya :

Nama : Alpha Dian Tamalanrea
NIM : 14420100057
Program Studi : S1 Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Fakultas Teknologi dan Informasi
Jenis Karya : Tugas Akhir
Judul Karya : **PERANCANGAN VIDEO PROMOSI CANDI-
CANDI DI TROWULAN SEBAGAI UPAYA
MENGENALKAN WISATA SEJARAH
MOJOKERTO**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa :

1. Demi pengembangan Ilmu Pengetahuan, Teknologi dan seni, saya menyetujui memberikan kepada Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-Exclusive Royalti Free Right*) atas seluruh isi/sebagian karya ilmiah saya tersebut di atas untuk disimpan, dialihmediakan dan dikelola dalam bentuk pangkalan data (*database*) untuk selanjutnya didistribusikan atau dipublikasikan demi kepentingan akademis dengan tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis atau pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.
2. Karya tersebut di atas adalah karya asli saya, bukan plagiat baik sebagai manapun keseluruhan. Kutipan, karya atau pendapat orang lain yang ada dalam karya ilmiah ini adalah semata hanya rujukan yang dicantumkan dalam Daftar Pustaka saya.
3. Apabila dikemudian hari ditemukan dan terbukti terdapat tindakan plagiat pada karya ilmiah ini, maka saya bersedia untuk menerima pencabutan terhadap gelar keserjanaan yang telah diberikan kepada saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

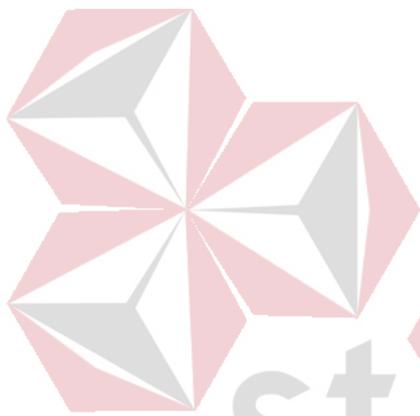
Surabaya, 16 Agustus 2018



Alpha Dian Tamalanrea

NIM : 14420100057

LEMBAR MOTTO



INSTITUT BISNIS
DAN INFORMATIKA

“TIDAK ADA USAHA YANG SIA-SIA”

stikom
SURABAYA

LEMBAR PERSEMBAHAN



INSTITUT BISNIS
DAN INFORMATIKA

*Kupersembahkan teruntuk Orang tua, Dosen pembimbing, Dosen penguji, Para
Dosen serta teman-teman yang telah membantu menyelesaikan laporan ini.
Terima kasih banyak*

STIKOM
SURABAYA

ABSTRACT

The temples in Trowulan are heritage of the Majapahit kingdom which is still preserved and has a very interesting attraction to visit. However, every year the temples in Trowulan experience a decline in tourists. Therefore, the author designed a promotional video as an effort to introduce the Temple in Trowulan. The research method uses qualitative methods with data collection techniques using observation, interviews, documentation, literature, existing and competitors. The concept used is "Historical / Historic". The concept of "Historical" aims to show Trowulan Temples as a cultural heritage that can be used as the largest superior historical tour in Mojokerto which has the beauty and characteristics to attract tourists and it is expected that the Temples in Trowulan can give an impression for tourists. This concept will be applied to every design that includes videos and other supporting media.

Keywords: *Video, Candi, Majapahit, Historical*

ABSTRAK

Candi-Candi di Trowulan adalah peninggalan kerajaan Majapahit yang masih terpelihara dan memiliki daya tarik yang sangat menarik untuk dikunjungi. Namun, setiap tahun Candi-Candi di Trowulan mengalami penurunan wisatawan. Oleh karena itu, penulis merancang video promosi sebagai upaya untuk memperkenalkan Candi di Trowulan. Metode penelitian menggunakan metode kualitatif dengan teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara, dokumentasi, literatur, eksisting dan kompetitor. Konsep yang digunakan adalah "Historical/Bersejarah". Konsep "Historical" bertujuan untuk menunjukkan Candi-Candi di Trowulan merupakan warisan budaya yang dapat dijadikan wisata sejarah unggulan terbesar di Mojokerto yang memiliki keindahan serta ciri khas untuk menarik wisatawan dan diharapkan Candi-Candi di Trowulan dapat memberikan kesan bagi wisatawan. Konsep ini akan diterapkan pada setiap desain yang mencakup video dan media pendukung lainnya.

Kata Kunci: *Video, Candi, Majapahit, Historical*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat dan rahmat penulis dapat menyelesaikan Laporan tugas akhir yang berjudul “PERANCANGAN VIDEO PROMOSI CANDI-CANDI DI TROWULAN SEBAGAI UPAYA MENGENALKAN WISATA SEJARAH MOJOKERTO” ini dapat diselesaikan.

Mulai dari tahap awal hingga tahap akhir dari tugas akhir ini, penulis mendapatkan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah Subhanahu Wa Ta’ala yang telah memberikan rahmat serta hidayah-Nya sehingga Tugas Akhir ini dapat tersusun.
2. Keluarga tercinta atas segala doa, dukungan dan kepercayaan yang telah diberikan.
3. Siswo Martono, S.Kom., M.M selaku Kepala Program Studi Desain Komunikasi Visual.
4. Dhika Yuan Yurisma, M.Ds., ACA dan Ixsora Gupita Cinantya, M.Pd., ACA selaku dosen pembimbing.
5. Wahyu Hidayat, S.Sn., M.Pd. selaku dosen pembahas.
6. Ahmad Kholif dan Arifin selaku narasumber yang memberikan informasi sehingga Tugas Akhir ini dapat terselesaikan.

7. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu dalam kesempatan ini, yang telah memberikan bantuan moral dan material hingga terselesaikan Tugas Akhir ini.

Tugas Akhir ini tentu saja masih jauh dari sempurna sehingga penulis akan senang hati dalam menerima kritik yang membangun demi kesempurnaan Tugas Akhir ini. Semoga Tuhan Yang Maha Esa memberikan imbalan yang setimpal atas segala bantuan yang telah diberikan.

Surabaya, 16 Agustus 2018



DAFTAR ISI

Halaman

| | |
|---|--------------|
| ABSTRAK | vii |
| KATA PENGANTAR..... | ix |
| DAFTAR ISI..... | xi |
| DAFTAR GAMBAR..... | xv |
| DAFTAR TABEL | xvii |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | xviii |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1.1 Latar Belakang Masalah..... | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah | 4 |
| 1.3 Batasan Masalah | 4 |
| 1.4 Tujuan Perancangan | 4 |
| 1.5 Manfaat | 4 |
| 1.5.1 Manfaat Teoritis | 5 |
| 1.5.2 Manfaat Praktis | 5 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA..... | 6 |
| 2.1 Penelitian Terdahulu | 6 |
| 2.2 Kota Mojokerto | 7 |
| 2.2.1 Sejarah Singkat Kota Mojokerto..... | 7 |
| 2.2.2 Profil Kota Mojokerto | 8 |
| 2.3 Situs Trowulan | 10 |
| 2.3.1 Candi | 11 |

| | |
|---|-----------|
| 2.4 Tinjauan Pariwisata..... | 18 |
| 2.4.1 Pengertian Pariwisata | 18 |
| 2.4.2 Pengertian Wisatawan..... | 18 |
| 2.4.3 Bentuk Pariwisata | 20 |
| 2.4.4 Produk Pariwisata | 21 |
| 2.5 Video Pariwisata | 22 |
| 2.6 Tinjauan Promosi | 23 |
| 2.6.1 Pengertian Promosi | 23 |
| 2.6.2 Tujuan Promosi | 27 |
| 2.6.3 Bauran Promosi (<i>Promotion Mix</i>)..... | 28 |
| 2.6.4 Media Promosi | 29 |
| 2.7 Media | 30 |
| 2.8 <i>Storyboard</i> | 32 |
| 2.9 Warna | 32 |
| 2.10 Tipografi..... | 33 |
| 2.11 SWOT | 35 |
| 2.12 Segmentasi, Targeting, dan Positioning (STP) | 37 |
| BAB III METODOLOGI PENELITIAN | 38 |
| 3.1 Jenis Penelitian..... | 38 |
| 3.2 Perancangan Penelitian | 38 |
| 3.3 Teknik Pengumpulan Data..... | 40 |
| 3.4 Analisa Data | 42 |

| | |
|--|----|
| BAB IV PEMBAHASAN | 45 |
| 4.1 Hasil dan Analisis Data..... | 45 |
| 4.1.1 Hasil Observasi | 45 |
| 4.1.2 Wawancara..... | 48 |
| 4.1.3 Dokumentasi | 51 |
| 4.1.4 Literatur..... | 55 |
| 4.1.5 Hasil Studi Eksisting | 56 |
| 4.1.6 Hasil Studi Kompetitor | 58 |
| 4.2 Analisa Data | 60 |
| 4.2.1 Reduksi Data | 60 |
| 4.2.2 Penyajian Data | 62 |
| 4.2.2 Kesimpulan | 64 |
| 4.3 Konsep atau Keyword..... | 65 |
| 4.3.1 SWOT (Strenght, Weakness, Opportunity, Threat) | 65 |
| 4.3.2 STP (Segmentation, Targeting, Positioning) | 66 |
| 4.3.3 USP (Unique Selling Proposition) | 67 |
| 4.3.4 Keyword..... | 67 |
| 4.3.5 Deskripsi Konsep | 69 |
| 4.4 Ide & Konsep | 69 |
| 4.5 Pemilihan Lokasi & Riset | 70 |
| 4.6 Perancangan Kreatif | 71 |
| 4.6.1 Tujuan Kreatif | 71 |

| | |
|--------------------------------|-----------|
| 4.6.2 Strategi Kreatif | 72 |
| 4.7 Strategi Media | 74 |
| 4.8 <i>Storyboard</i> | 78 |
| 4.9 <i>Final Artwork</i> | 80 |
| BAB V PENUTUP | 84 |
| 5.1 Kesimpulan | 84 |
| 5.2 Saran..... | 84 |
| DAFTAR PUSTAKA | 86 |



DAFTAR GAMBAR

Halaman

| | |
|---|----|
| Gambar 2.1 Lambang Kota Mojokerto | 7 |
| Gambar 2.2 Peta Wilayah Provinsi Jawa Timur | 9 |
| Gambar 2.3 Peta Kawasan Situs Trowulan..... | 11 |
| Gambar 3.1 Bagan Perancangan Penelitian | 40 |
| Gambar 4.1 Candi Brahu | 52 |
| Gambar 4.2 Candi Gentong | 52 |
| Gambar 4.3 Candi Kedaton..... | 53 |
| Gambar 4.4 Candi Bajang Ratu | 54 |
| Gambar 4.5 Candi Tikus | 54 |
| Gambar 4.6 Candi Wringin Lawang | 55 |
| Gambar 4.7 <i>Screenshot</i> Video Wisata Kabupaten Mojokerto | 57 |
| Gambar 4.8 Brosur Sebaran Kepurbakalaan Trowulan | 58 |
| Gambar 4.9 <i>Screenshot</i> Video Candi Mendut dan Candi Pawon Si Imut | 59 |
| Gambar 4.10 Analisa Keyword..... | 68 |
| Gambar 4.11 <i>Panning</i> | 70 |
| Gambar 4.12 <i>Selective Focus</i> | 70 |
| Gambar 4.13 <i>Bebas Neue Font</i> | 73 |
| Gambar 4.14 Warna <i>Cream</i> | 73 |
| Gambar 4.15 DVD | 74 |
| Gambar 4.16 <i>X-banner</i> | 75 |

| | |
|--|----|
| Gambar 4.17 Poster | 76 |
| Gambar 4.18 T-shirt | 76 |
| Gambar 4.19 Stiker | 77 |
| Gambar 4.20 Sosial Media | 77 |
| Gambar 4.21 <i>Storyboard 1</i> | 78 |
| Gambar 4.22 <i>Storyboard 2</i> | 79 |
| Gambar 4.23 <i>Storyboard 3</i> | 79 |
| Gambar 4.24 Opening | 80 |
| Gambar 4.25 <i>Sunset</i> | 80 |
| Gambar 4.26 Candi Wringin Lawang | 81 |
| Gambar 4.27 Candi Kedaton | 81 |
| Gambar 4.28 Candi Tikus | 82 |
| Gambar 4.29 Candi Bajang Ratu | 82 |
| Gambar 4.30 Candi Gentong | 83 |
| Gambar 4.31 Penutup | 83 |

DAFTAR TABEL

Halaman

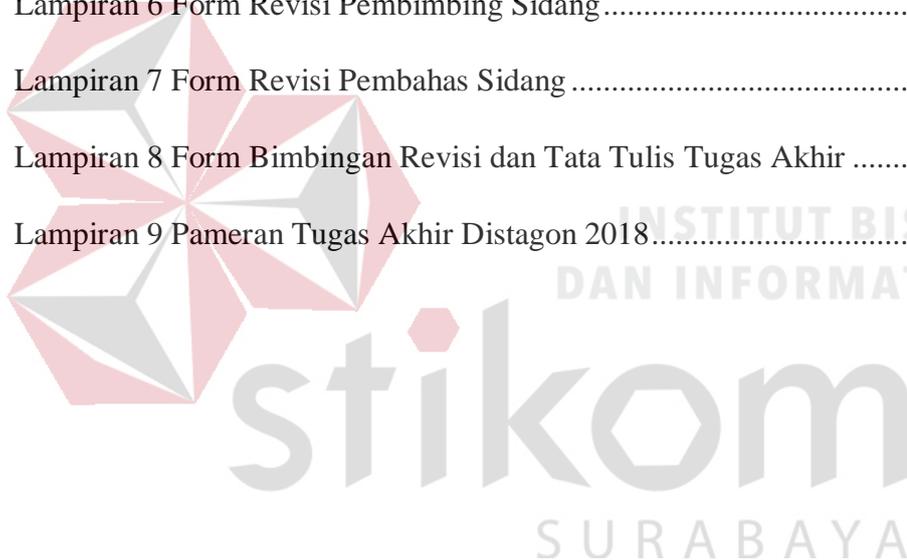
| | |
|--|----|
| Tabel 2.1 Jumlah Pengunjung Candi Trowulan 2013-2017 | 11 |
| Tabel 4.1 Tabel SWOT Perancangan Video Promosi Candi | 65 |



DAFTAR LAMPIRAN

Halaman

| | |
|---|----|
| Lampiran 1 Form Revisi Pembimbing 1 Kolokium..... | 90 |
| Lampiran 2 Form Revisi Pembimbing 2 Kolokium..... | 91 |
| Lampiran 3 Form Revisi Pembahas Kolokium..... | 92 |
| Lampiran 4 Kartu Bimbingan | 93 |
| Lampiran 5 Kartu Seminar..... | 94 |
| Lampiran 6 Form Revisi Pembimbing Sidang..... | 95 |
| Lampiran 7 Form Revisi Pembahas Sidang | 96 |
| Lampiran 8 Form Bimbingan Revisi dan Tata Tulis Tugas Akhir | 97 |
| Lampiran 9 Pameran Tugas Akhir Distagon 2018..... | 98 |



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia di kenal akan berbagai tempat wisatanya mulai dari wisata alami hingga wisata buatan yang masing-masing mempunyai pesona tersendiri. Dari Sabang sampai Merauke banyak obyek wisata yang terkenal di Indonesia seperti Candi Borobudur di Yogyakarta, Monas di Jakarta, Pantai Kuta di Bali, Raja Ampat di Papua dan masih banyak lagi.

Kabupaten Mojokerto merupakan salah satu kabupaten yang ada di Provinsi Jawa Timur dengan luas wilayah kurang lebih 2,09% dari keseluruhan luas Provinsi Jawa Timur. Kabupaten Mojokerto sebelah Utara berbatasan dengan Kabupaten Lamongan dan Kabupaten Gresik, sebelah Selatan berbatasan dengan Kabupaten Pasuruan dan Kabupaten Sidoarjo, sebelah Selatan berbatasan dengan Kota Batu dan Kota Malang, sebelah Barat berbatasan dengan Kabupaten Jombang. (www.mojokertokab.go.id).

Kabupaten Mojokerto mempunyai berbagai macam tempat wisata seperti, Petirnaan Jolotundo, Air Terjun Dlundung, Wana Wisata Padusan Pacet, Pemandian Air Panas Padusan Pacet, dan lain-lain. Dari berbagai macam tempat wisata tersebut, terdapat beberapa peninggalan sejarah khususnya di kawasan Trowulan yang dijadikan tempat wisata yaitu candi. Candi-candi yang berada di

kawasan trowulan diantara lain Candi Bajang Ratu, Candi Brahu, Candi Tikus, Candi Wringin Lawang, dan lain sebagainya.

Menurut R. Soekmono (1977: 241) menegaskan bahwa Candi bukanlah makam, tetapi bangunan kuil. Sedangkan menurut Daniel Agus Maryanto (2007:8) Candi berasal dari kata *candhika grha* yang berarti rumah Dewi Candika, yaitu Dewi maut atau Dewi kematian, oleh karena itu Candi dihubungkan dengan bangunan untuk memuliakan raja-raja yang telah meninggal.

Candi yang ada di Trowulan memiliki pesona yang sangat menarik untuk dikunjungi, akan tetapi Candi-Candi di Trowulan mengalami sebuah masalah yaitu penurunan wisatawan di setiap tahunnya. Menurut Ahmad Kholif selaku Staff Pusat Informasi Majapahit, hal ini disebabkan karena kurangnya media promosi untuk mempromosikan Candi-Candi di Trowulan. Adapun kegiatan promosi yang telah dilakukan oleh Balai Pelestarian Cagar Budaya Jawa Timur seperti melakukan kegiatan pameran di tiap-tiap kota di Jawa Timur untuk mempromosikan candi-candi Trowulan.

Jumlah pengunjung Candi-Candi di Trowulan pada tahun 2013 mencapai 371.332, tahun 2014 mencapai 343.195, tahun 2015 mencapai 291.035, tahun 2016 mencapai 281.451 dan di tahun 2017 mencapai 240.510 (Balai Pelestarian Cagar Budaya Jawa Timur).

Berdasarkan data diatas menunjukkan bahwa setiap tahunnya Candi-Candi di Trowulan mengalami penurunan wisatawan. Candi-Candi di wilayah Trowulan merupakan salah satu peninggalan sejarah yang perlu dikembangkan dan

dilestarikan supaya tidak hilang seiring dengan kemajuan jaman. Maka dari itu perlu suatu upaya untuk mempromosikan Candi-Candi di Trowulan agar dapat dikenal masyarakat luas dan menarik mereka untuk datang salah satunya dengan menggunakan video promosi.

Menurut Sean Cubitt (1993:93) video merupakan media paling informatif yang dimana mampu menyampaikan pesan secara textual, audio maupun visual. Video mampu menyampaikan pesan yang cukup luas jika dibandingkan dengan media publikasi lainnya seperti radio ataupun cetak.

Pengunjung Candi-Candi di Trowulan rata-rata pada usia pelajar seperti SD dan SMP berusia antara umur 7-13 tahun akan tetapi untuk kalangan dewasa dengan rentang umur 18-40 tahun tidak sebanyak pengunjung usia pelajar. Hal ini disebabkan karena belum adanya video promosi yang fokus untuk mempromosikan Candi-Candi di Trowulan. Oleh karena itu diperlukan pembuatan video promosi khususnya wisata Candi-Candi di Trowulan agar dikenal dan meningkatkan minat di kalangan usia dewasa.

Menurut Kotler (2001:68) promosi adalah aktifitas yang mengunggulkan produk atau jasa dan membujuk pelanggan sasaran untuk membelinya atau menggunakannya. Promosi menjadi salah satu aspek rangkaian yang cukup penting yang dapat menjadi sarana untuk berkomunikasi dengan target audiens guna menciptakan citra ditengah masyarakat.

Perancangan video promosi ini diharapkan dapat memperkenalkan wisata sejarah di Kabupaten Mojokerto pada skala nasional bahkan internasional. Bahwa

di Kabupaten Mojokerto mempunyai potensi wisata sejarah yang patut dinikmati oleh wisatawan.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana merancang sebuah video promosi Candi-Candi di Trowulan sebagai upaya mengenalkan wisata sejarah Mojokerto?

1.3 Batasan Masalah

Batasan Masalah yang akan diambil peneliti yaitu :

1. Tempat yang diangkat dalam perancangan video promosi candi-candi di Trowulan meliputi Kabupaten Mojokerto Jawa Timur.
2. Perancangan video promosi Candi-Candi di Trowulan memuat 6 candi, yaitu Candi Bajang Ratu, Candi Brahu, Candi Gentong, Candi Kedaton, Candi Tikus dan Candi Wringin Lawang.
3. Media pendukung dari perancangan ini yaitu : *X-banner*, Poster, *T-shirt*, Gantungan Kunci dan Stiker.

1.4 Tujuan Perancangan

Atas dasar perumusan masalah diatas, maka tujuan dari perancangan ini adalah sebagai berikut :

Merancang video promosi Candi-Candi di Trowulan sebagai upaya mengenalkan wisata sejarah Mojokerto.

1.5 Manfaat

Manfaat yang dapat diperoleh dari perancangan ini memiliki manfaat teoritis dan praktis, yang dijelaskan sebagai berikut :

1.5.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara teoritis sekurang-kurangnya dapat berguna sebagai bahan referensi sumbangan pemikiran bagi dunia pendidikan sehingga dapat memperkaya dan menambah wawasan untuk penelitian selanjutnya, khususnya yang terkait dengan perancangan video promosi Candi-Candi di Trowulan sebagai upaya mengenalkan wisata sejarah Mojokerto.

1.5.2 Manfaat Praktis

1. Manfaat perancangan video promosi Candi-Candi di Trowulan adalah untuk menginformasikan dan mengenalkan agar masyarakat luas mengetahui Candi-Candi di Trowulan dan diharapkan menjadi daya tarik minat wisatawan untuk mengunjungi Candi-Candi di Trowulan sebagai tujuan pariwisata di Kabupaten Mojokerto.
2. Dapat memberikan manfaat yang berguna bagi Balai Pelestarian Cagar Budaya Jawa Timur dan Dinas Pemuda Olahraga Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Mojokerto untuk mendukung promosi candi-candi di Trowulan dalam menarik minat wisatawan untuk berkunjung.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian ini peneliti akan memaparkan penelitian terdahulu yang relevan dengan permasalahan yang akan diteliti penulis tentang perancangan video promosi Candi-Candi di Trowulan sebagai upaya mengenalkan wisata sejarah Mojokerto.

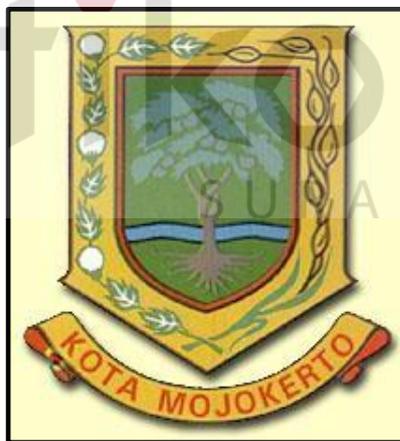
Elok Sofiyah (2016) dalam jurnalnya yang berjudul “Pembuatan game bergenre *arcade puzzle* sebagai upaya mengenalkan candi-candi di Trowulan Mojokerto kepada Anak dengan judul *Construct Temple*” memaparkan tentang mengenalkan candi-candi di Trowulan kepada Anak melalui game bergenre *arcade puzzle*. Konsep perancangan promosi ini diterapkan pada game bergenre *arcade puzzle* agar dapat meningkatkan pengetahuan sejarah anak terhadap candi, khususnya candi peninggalan kerajaan Majapahit di Trowulan Mojokerto

Perbedaan pada perancangan Elok Sofiyah mengenalkan candi-candi Trowulan kepada Anak melalui game bergenre *arcade puzzle*, sedangkan penelitian tugas akhir yang peneliti akan lakukan adalah mempromosikan candi-candi di Trowulan melalui video promosi. Dengan mempromosikan candi-candi di Trowulan, peneliti bertujuan untuk memperkenalkan pada skala nasional bahkan internasional bahwa Kabupaten Mojokerto mempunyai potensi wisata sejarah yang patut dinikmati oleh wisatawan.

2.2 Kota Mojokerto

2.2.1 Sejarah Singkat Kota Mojokerto

Sejarah Pemerintah Kota Mojokerto tidak dapat lepas dari sejarah Kerajaan Majapahit yang pada masa kejayaannya dipimpin oleh seorang raja bernama Hayam Wuruk yaitu pada tahun 1350–1389 dengan maha patihnya Gajah Mada. Kerajaan Majapahit adalah suatu negara yang besar, terletak di Daerah Delta Kali Brantas dan Kali Brangkal, dan merupakan kubu pertahanan yang cukup tangguh dalam menghadapi pasukan kolonial. Daerah Canggü sebagai daerah pelabuhan, merupakan pintu gerbang dari semua kegiatan lalu lintas perdagangan (logistik) pada waktu itu. Untuk mendukung kelancaran komunikasi dan angkutan, dibuatlah jalan yang menghubungkan daerah pelabuhan Canggü dengan pusat ibukota kerajaan (Arnawa I.G. Bagus L, 2004: 19-22).



Gambar 2.1 Lambang Kota Mojokerto
(Sumber : www.mojokertokota.go.id)

Menurut Khairil Anwar (2009) lambang Kota Mojokerto ditetapkan berdasarkan PERDA Kotamadya Mojokerto Nomor 3 Tahun 1971 tanggal 26 April 1971 oleh DPRGR Kotamadya Mojokerto. Bentuk lambang berupa daun

lambang berbentuk perisai bersudut 5 (lima). Warna lambang hijau dengan pinggir berwarna kuning emas bergambar padi dan kapas. Di tengah daun lambang terlukiskan: gambar pohon maja yang berakar 12, berbuah 9 dan bercabang 3 garis biru yang bergelombang. Di bawah daun lambang terdapat gambar pita bertuliskan "Kota Mojokerto". Makna bentuk dan warna lambang, perisai adalah pertahanan, sudut 5 menggambarkan dasar Negara Kesatuan Republik Indonesia Pancasila. Pinggir berwarna kuning emas dengan gambar padi dan kapas melambangkan kemakmuran. Garis biru melambangkan sungai Brantas yang mengalir di tepi kota dan merupakan salah satu prasarana kemakmuran. Warna hijau melambangkan kesejahteraan, pohon maja yang berakar 12, berbuah 9 dan bercabang 3 mengandung makna angka tahun 1293 yang mengingatkan akan berdirinya kerajaan Majapahit.

2.2.2 Profil Kota Mojokerto

Menurut Khairil Anwar (2009) bahwa Kabupaten Mojokerto adalah merupakan salah satu kabupaten yang ada di Provinsi Jawa Timur. Kabupaten ini termasuk dalam daerah strategis di Jawa Timur yaitu wilayah "Gerbangkertasusila" terletak pada posisi 7'71 sampai dengan 7'45' lintang selatan dan 111'19' sampai dengan 112'39 bujur timur. Kabupaten ini berbatasan dengan Kabupaten Lamongan dan Kabupaten Gresik di sebelah utara, Kabupaten Sidoarjo dan Kabupaten Pasuruan di sebelah timur, Kabupaten Malang dan Kota Batu di sebelah selatan, serta Kabupaten Jombang di sebelah barat. Kabupaten ini memiliki luas wilayah 835,93 km dan populasi 969.000 jiwa. Wilayah Di Mojokerto terdapat kecamatan Trowulan, yang disinyalir sebagai pusat dari

Kerajaan Majapahit, terlihat dari banyak sisa peninggalan sejarah kerajaan tersebut dijumpai di sana. Kabupaten Mojokerto terdiri atas 18 kecamatan, yang dibagi lagi atas sejumlah desa dan kelurahan. Bagian selatan Kabupaten Mojokerto berupa pegunungan, dengan puncak Gunung Welirang (3.156 m) dan Gunung Anjasmoro (2.277 m).



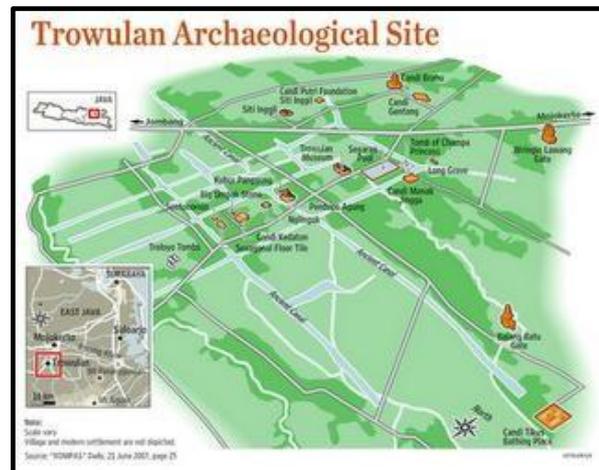
Gambar 2.2 Peta Wilayah Provinsi Jawa Timur
(Sumber : Khairil Anwar)

Menurut Khairil Anwar (2009), dijelaskan bahwa Kabupaten Mojokerto merupakan salah satu tujuan wisata di Jawa Timur yang kaya akan berbagai obyek dan daya tarik wisata. Kabupaten Mojokerto memiliki obyek wisata yang sangat banyak diantaranya obyek wisata alam, budaya, kepurbakalaan, wisata buatan dan pendukung wisata kerajinan/cinderamata serta makanan khas dan juga produk unggulan. Situs peninggalan kerajaan Majapahit di Trowulan misalnya merupakan bukti sejarah yang menunjukkan bahwa Mojokerto dulunya merupakan pusat pemerintahan Kerajaan besar yang berhasil menyatukan wilayah Nusantara. Menurut catatan sejarah dan beberapa prasasti yang layak dipercaya menunjukkan bahwa, pusat pemerintahan kerajaan Majapahit berada di wilayah Kabupaten Daerah Tingkat II Mojokerto tepatnya di Trowulan. Dari beberapa situs

peninggalan Majapahit tersebut selain mempunyai nilai sejarah yang tinggi juga merupakan daya tarik wisata yang sangat memikat. Termasuk benda-benda peninggalan yang berupa patung serta peninggalan yang lainnya dapat dilihat dalam museum purbakala yang letaknya dekat dengan Pendopo Agung yang merupakan bangunan khas Jawa Majapahit yang didirikan di area dimana terdapat beberapa umpak yang diyakini sementara orang sebagai umpak bangunan keraton Majapahit.

2.3 Situs Trowulan

Menurut Khairil Anwar (2009) situs Trowulan merupakan situs kota (*town site*, *city site* atau *urban site*) yang pernah ditemukan di Indonesia. Situs yang diduga bekas pusat kerajaan Majapahit ini memiliki luas 11 x 9 Km, meliputi wilayah kabupaten Mojokerto dan kabupaten Jombang. Di kawasan itu terdapat tinggalan-tinggalan arkeologi yang ditemukan dalam jumlah yang cukup besar dan jenis temuan yang beraneka ragam. Dari bangunan yang bersifat monumental, seperti candi, petirtaan, pintu gerbang, fondasi bangunan sampai yang berupa artefak, seperti arca, relief, benda alat upacara, alat rumah tangga dan lain-lain.



Gambar 2.3 Peta Kawasan Situs Trowulan
(Sumber : www.eastjavatorismmap.go.id)

Tabel 2.1 Jumlah Pengunjung Candi Trowulan 2013 – 2017

| Lokasi | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 |
|----------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| Candi Bajang Ratu | 137.770 | 127.066 | 103.857 | 97.355 | 89.737 |
| Candi Brahu | 91.858 | 75.939 | 65.263 | 68.146 | 62.854 |
| Candi Gentong | 1.593 | 4.088 | 2.924 | 3.861 | 3.658 |
| Candi Kedaton | 5.049 | 8.078 | 6.944 | 5.737 | 4.674 |
| Candi Tikus | 119.060 | 110.070 | 100.337 | 93.401 | 66.958 |
| Candi Wringin Lawang | 16.002 | 17.954 | 11.710 | 12.951 | 12.629 |
| Jumlah | 371.332 | 343.195 | 291.035 | 281.451 | 240.510 |

(Sumber : Balai Pelestarian Cagar Budaya Jawa Timur)

Jumlah pengunjung candi-candi di Trowulan pada tahun 2013 mencapai 371.332, tahun 2014 mencapai 343.195, tahun 2015 mencapai 291.035, tahun 2016 mencapai 281.451 dan di tahun 2017 mencapai 240.510.

2.3.1 Candi

R. Soekmono (1977: 241) menegaskan bahwa candi bukanlah makam, tetapi bangunan kuil. (Daniel Agus Maryanto, 2007: 8) Candi berasal dari kata *candhika* *grha* yang berarti rumah Dewi *Candika*, yaitu Dewi maut atau Dewi kematian, oleh karena itu candi selalu dihubungkan dengan monumen tempat pendharmaan untuk memuliakan raja yang telah meninggal.

1. Candi Bajang Ratu

Candi Bajang Ratu terletak di Dukuh Kraton, Desa Temon, Kecamatan Trowulan, Mojokerto. Seluruh bangunan candi dibuat dari batu bata, kecuali tangga masuk yang dibuat dari batu kali (andesit). Berukuran 11,5 x 10,5m dan tinggi 16,5m.

Candi Bajang Ratu sesungguhnya adalah sebuah gapura. Gapura tersebut atapnya bersatu, sehingga sering disebut gapura paduraksa. Gapura tersebut mempunyai sayap di kedua sisi dan pada salah satu sisi digambarkan relief raksasa yang sedang berkelahi. Menurut kitab Negarakertagama, gapura paduraksa ditutup dengan daun pintu berukir. Pada bagian kaki candi terdapat relief yang keadannya sudah rusak. Salah satu relief menceritakan Sri Tanjung sedang mengendarai ikan paus menyebrangi sungai menuju alam baka. Cerita sri tanjung, mengisahkan tentang kesetiaan seorang wanita. Legenda ini dikaitkan dengan terjadinya Kota Banyuwangi.

Fungsi gapura Bajang Ratu, sebagai pintu gerbang Keraton Majapahit atau candi sampai kini belum diketahui. Namun, ada pendapat bahwa Candi Bajang Ratu dibangun untuk memperingati wafatnya Raja Jayanegara.

Bajang Ratu ada hubungannya dengan Raja Jayanegara. Bajang berarti kerdil atau kecil. Menurut kitab Paraton dan cerita rakyat, Jayanegara dinobatkan sebagai raja kedua Majapahit ketika masih kecil atau bajang, sehingga gelar Ratu Bajang selalu melekat padanya.

2. Candi Brahu

Candi Brahu terletak di Desa Bejjong, kurang lebih 1,8 km sebelah utara museum purbakala Trowulan Mojokerto. Candi Brahu dibangun di tengah tanah persawahan milik penduduk. Candi tersebut merupakan “candi” dalam pengertian yang sebenarnya karena di daerah Trowulan hampir semua bangunan purbakala kecuali makam, disebut dengan istilah candi.

Candi Brahu dibagi menjadi 3 bagian, yaitu bagian kaki, tubuh dan atap.

Bagian atap candi sebagian telah runtuh, diperkirakan dahulu berbentuk bujur sangkar. Tinggi candi Brahu kurang lebih 17,21 m. Pada bagian depan (barat) terdapat bekas tangga masuk menuju ke bilik candi. Namun, keadaannya telah rusak, sehingga tidak diketahui lagi bagaimana bentuk semula. Di dalam bilik terdapat bangunan kecil agak tinggi, diduga sebagai altar atau meja sesaji. Bangunan Candi Brahu dibuat dari bahan batu bata. Berbentuk bujur sangkar dengan ukuran 18x20m.

Dilihat dari gaya bangunan dan sisa profil bagian atas atap candi sisi tenggara, candi Brahu merupakan candi agama Buddha yang didirikan kira-kira pada abad XV Masehi. Pendapat tersebut diperkuat dengan penemuan benda-benda kuno lain di sekitar candi, seperti alat upacara dari logam yang kesemuanya bersifat Buddha.

Candi Brahu dipercaya oleh masyarakat sekitar sebagai tempat pembakaran jenazah raja-raja Majapahit, yaitu raja Brawijaya I-IV. Sehingga, kata “Brahu” mungkin berasal dari kata “Awu” yang berarti

abu. Ada juga yang menghubungkan nama Brahu dengan kata “Wanaru” atau “Warahu”, yaitu nama seorang bangsawan suci yang disebut dalam Prasasti Tembaga Alasanta. Prasasti tersebut ditemukan kira-kira 45m di sebelah barat Candi Brahu.

3. Candi Gentong

Candi Gentong terletak 350 meter disebelah Timur Candi Brahu, termasuk wilayah dukuh Jambu Mente, Desa Bejijong, Kecamatan Trowulan, Mojokerto. Pada Awal mula ditemukan Candi Gentong merupakan sebuah gundukan tanah, penggalian secara intensif dilakukan di tempat ini dimulai tahun 1994 sampai tahun 1998. Setelah terbuka secara keseluruhan ternyata bangunannya berupa sebuah kaki bangunan candi, denahnya berbentuk bujur sangkar penampil (pintu masuk) mengarah ke barat.

Bangunan ini mempunyai ukuran 23,5 x 2,5 m dan tingginya 2,45 m. pada saat dilakukan penggalian ditempat ini banyak ditemukan artefak-artefak berupa : pecahan keramik Cina kebanyakan dari masa Dinasti Yuan dan Ming, fragmen tembikar, mata uang cina, emas, stupika dan arca Budha. Ditilik dari bentuk bangunan dan temuan yang berstupika serta arca Budha, Candi Gentong diperkirakan jenis candi agama Budha dan didirikan sekitar abad XIV (I.G. Bagus L. Arnawa 1998:33).

4. Candi Tikus

Candi Tikus terletak di Dukuh Dinuk, Trowulan, Mojokerto. Candi Tikus sesungguhnya adalah sebuah petirtaan atau pemandian. Dasar kolam

berada di bawah permukaan tanah dikelilingi tembok yang disusun berteras-teras. Teras-teras tersebut disusun semakin ke dalam semakin turun. Tangga masuk terdapat pada sisi utara. Di dasar kolam terdapat sebuah pondasi yang menempel pada dinding sebelah timur. Di atas pondasi tersebut terdapat dua teras yang lain. Pada teras-teras itu dibangun candi-candi kecil yang menggambarkan replikasi Gunung Mahameru di India.

Menurut cerita masyarakat setempat, pemandian itu diberi nama tikus karena pada saat Bupati Kromo Djojo Adinegoro (pendiri museum Mojokerto) memerintahkan menggali batu yang nampak “mencurigakan” di Dukuh Dinuk, yang pertama keluar adalah berpuluh-puluh tikus. Rupanya tikus-tikus itu telah mempergunakan reruntuhan bangunan pemandian sebagai sarangnya.

Candi tikus pertama kali ditemukan pada tahun 1914 oleh seorang Bupati Mojokerto bernama R.A.A Kromo Djojo Adinegoro. Candi Tikus mulai dipugar tahun 1984 dan selesai tahun 1989. Keseluruhan bangunan pemandian terletak jauh lebih rendah dari permukaan tanah di sekitarnya, kurang lebih 3,5m. Denah bangunan candi Tikus berbentuk bujur sangkar dengan ukuran 22,50 x 22,50m dan tinggi 5,20m. bahan bangunan menggunakan batu bata kecuali pancuran air yang berbentuk makara dan padma, dibuat dari andesit. Jumlah pancuran air sebanyak 46 buah, namun yang tersisa di candi kurang lebih 19 pancuran, pancuran lainnya disimpan di Balai Penyelamatan arca Trowulan.

Ditinjau dari sudut arsitektur, Candi Tikus merupakan replika Gunung Mahameru di India. Di puncak gunung terdapat tempat para dewa bersemayam. Air yang mengalir dari Mahameru dianggap sebagai air suci. Konsep tentang kesucian gunung mahameru ternyata dikenal baik di dalam agama Hindu dan Buddha. Jadi, Candi Tikus merupakan sebuah pemandian yang sangat disucikan oleh pemelek agama Hindu dan Buddha pada masa Majapahit.

5. Candi Wringin Lawang

Candi Wringin Lawang terletak di Dukuh Wringin Lawang, Desa Jati Pasar, Kecamatan Trowulan, Mojokerto. Keseluruhan bangunan terbuat dari batu bata menghadap timur-barat. Denahnya berbentuk segi empat dengan ukuran 13 x 11,50m.

Candi Wringin Lawang dikenal sejak tahun 1815, dalam tulisan Raffles yang berjudul "History of Java" disebut dengan nama "Gapura Jati Pasar". Masyarakat sekitar pun menyebutnya Gapura Jati Pasar atau gapura Gapit. Namun, para peminat kepurbakalaan Belanda menyebutnya dengan nama "Gapura Wringin Lawang".

Candi Wringin Lawang sebenarnya adalah sebuah gapura berbentuk Candi dibelah dua. Fungsi Candi Wringin Lawang diperkirakan sebagai pintu gerbang masuk salah satu kompleks bangunan yang berada di Kota Majapahit. Candi Wringin Lawang merupakan gerbang/pintu masuk ke salah satu kompleks bangunan yang berada di Kota Majapahit. Hal

tersebut didasarkan pada persamaan fungsi Candi Wringin Lawang dengan Candi Bentar di Bali. Candi Bentar merupakan gerbang suatu kompleks candi atau bangunan lain.

Gapura Wringin Lawang terdiri atas dua sayap. Sebelum dipugar, keadaan gapura sisi selatan masih utuh dengan tinggi kurang lebih 15m, sedangkan gapura disebelah utara tinggal setengahnya. Pada tahun 1991 Gapura Wringin Lawang dipugar dan selesai pada tahun 1995. Setelah dipugar, kedua sayap gapura mempunyai tinggi yang sama, yaitu kurang lebih 15m. jalan ditengah-tengah gapura lebarnya kurang lebih 3,47m.

6. Candi Kedaton

Candi Kedaton terletak di Dusun Kedaton, Desa Sentonorejo, Kecamatan Trowulan, Mojokerto. Bangunan ini layaknya rumah yang memiliki banyak sekali kamar dan ruangan. Situs ini dipercaya dimasa lalu merupakan tempat tinggal seseorang yang memiliki jabatan atau berpengaruh dimasa itu atau bahkan keluarga bangsawan kerajaan. Dibeberapa bagian bilik-bilik batu bata memiliki ruangan yang masih cukup baik. Candi Kedaton sendiri terletak di pojok kompleks situs ini sedangkan Sumur Upas terletak ditengah-tengah kompleks situs. Sumur Upas ini juga dipercaya merupakan sebuah terowongan yang mampu menembus hingga laut selatan.

2.4 Tinjauan Pariwisata

2.4.1 Pengertian Pariwisata

Pariwisata adalah perpindahan sementara yang dilakukan manusia dengan tujuan keluar dari pekerjaan-pekerjaan rutin, keluar dari tempat kediamannya (Marpaung, 2000:13). Menurut Nyoman S. Pendit, pariwisata adalah salah satu jenis industri baru mampu menghasilkan pertumbuhan ekonomi yang cepat dalam penyediaan lapangan kerja, peningkatan penghasilan, standar hidup, serta menstimulasi sektor-sektor produktivitas lainnya (Pendit, 1967:29).

Arti pariwisata belum banyak diungkapkan oleh para ahli bahasa dan pariwisata Indonesia. Kata pariwisata berasal dari dua suku kata, yaitu pari dan wisata. Pari berarti banyak, berkali-kali dan berputar-putar, sedangkan wisata berarti perjalanan atau bepergian. Jadi pariwisata berarti perjalanan atau bepergian yang dilakukan secara berkali-kali atau berkeliling. Pariwisata adalah padanan bahasa Indonesia untuk istilah *tourism* dalam bahasa Inggris (Muljadi, 2012:8).

Dalam perkembangannya, pariwisata menjadi sebuah bisnis yang menjajikan dan dikelola secara modern dan profesional. Hal ini dilakukan untuk semakin meningkatkan nilai jual produk pariwisata, baik secara kualitas maupun kuantitas.

2.4.2 Pengertian Wisatawan

Di Indonesia, pengertian wisatawan tercantum dalam Instruksi Presiden RI No. 9 Tahun 1969, yaitu setiap orang yang bepergian dari tempat tinggalnya untuk berkunjung ke tempat lain dengan menikmati perjalanan dan kunjungan itu. Departemen pariwisata menggunakan definisi wisatawan sebagai berikut :

wisatawan bisa saja adalah setiap orang yang melakukan perjalanan dan menetap untuk sementara di tempat lain selain tempat tinggalnya, untuk salah satu atau beberapa alasan, selain mencari pekerjaan (Marpaung, 2000:37).

Panitia ahli-ahli statistik Liga Bangsa-bangsa (*League of Nations*) memberi rekomendasi tentang batasan-batasan wisatawan sebagai berikut: Untuk menjamin persamaan statistik pariwisata internasional, istilah wisatawan hendaknya pada dasarnya dimaksudkan setiap orang yang mengadakan perjalanan selama 24 jam atau lebih dalam suatu negara, yang lain daripada negara dimana ia biasanya tinggal (Pendit, 1967:43). Panitia tersebut telah memutuskan bahwa mereka yang berikut ini dianggap sebagai wisatawan:

1. Mereka yang mengadakan perjalanan untuk bersenang-senang alasan kekeluargaan, kesehatan dan sebagainya.
2. Mereka yang mengadakan perjalanan untuk keperluan pertemuan-pertemuan, atau sebagai wakil (utusan) untuk sesuatu keperluan tertentu (ilmu pengetahuan, administrasi, diplomatik, keagamaan, olahraga dan sebagainya).
3. Pengunjung yang mengadakan perjalanan untuk keperluan usaha-usaha bisnisnya.
4. Pengunjung yang tiba dalam pesiar lautnya dengan kapal pesiar, walaupun ia (mereka) tinggal kurang dari 24 jam lamanya. Yang belakangan ini hendaknya dianggap sebagai suatu golongan tersendiri, bila perlu tanpa mengindahkan tempat (negeri) dimana ia biasanya tinggal.

2.4.3 Bentuk Pariwisata

Menurut Pendit (1967:34-36) bentuk-bentuk pariwisata, yaitu:

1. Asal wisatawan

Perlu diketahui apakah asal wisatawan ini dari dalam atau luar negeri. Kalau asalnya adalah dalam negeri sendiri yang berarti bahwa sang wisatawan ini hanya pindah tempat sementara di dalam lingkungan wilayah negerinya sendiri selama ia mengadakan perjalanan, maka ini dinamakan pariwisata domestik, sedangkan kalau ia datang dari luar negeri dinamakan pariwisata internasional.

2. Akibatnya terhadap neraca pembayaran

Kedatangan wisatawan dari luar negeri adalah membawa mata uang asing. Pemasukan valuta asing ini berarti memberi efek positif terhadap neraca pembayaran luar negeri suatu negara yang dikunjungi wisatawan ini disebut pariwisata aktif. Sedangkan kepergian seorang warganegara ke luar negeri memberikan efek negatif terhadap neraca pembayaran luar negeri negaranya. Ini dinamakan pariwisata pasif.

a. Lama berkunjung

Kedatangan seorang wisatawan di suatu tempat atau negara diperhitungkan pula menurut waktu lamanya ia tinggal di tempat atau negara yang bersangkutan. Hal ini menimbulkan istilah-istilah pariwisata jangka pendek dan pariwisata jangka panjang, yang mana tergantung kepada ketentuan-ketentuan yang diberlakukan oleh suatu negara untuk mengukur pendek atau panjangnya yang dimaksud.

b. Jumlah kunjungan

Perbedaan ini diperhitungkan atas jumlahnya wisatawan yang datang, apakah sang wisatawan datang sendiri atau dalam suatu rombongan. Maka timbullah istilah-istilah pariwisata tunggal dan pariwisata rombongan.

c. Transportasi yang digunakan

Dilihat dari segi penggunaan alat pengangkutan yang dipergunakan oleh sang wisatawan, maka kategori ini dapat dibagi menjadi pariwisata udara, pariwisata laut, pariwisata kereta api dan pariwisata mobil, tergantung apakah sang wisatawan tiba dengan pesawat udara, kapal laut, kereta api, atau mobil. Dilihat dari kacamata biasa sehari-hari, kiranya pembagian kategori bentukbentuk pariwisata dengan istilah-istilah tersebut, agaknya terlalu bersifat teknis, namun dilihat dari segi ekonomi, hal ini adalah sangat penting dan perlu, sebab klasifikasi ini menentukan sistem statistik perpajakan dan perhitungan pendapatan industri pariwisata ini.

2.4.4 Produk Pariwisata

Produk wisata merupakan suatu produk yang merupakan suatu rangkaian jasa, tidak hanya mempunyai segi-segi yang bersifat ekonomis, tetapi juga yang bersifat sosial, psikologis dan alam, walaupun produk wisata itu sendiri sebagian besar dipengaruhi oleh tingkah laku ekonomi (Suwanto, 2004:48).

Ciri-ciri produk wisata diuraikan oleh Gamal Suwandoro dalam “Dasar-Dasar Pariwisata” (2004:48) yaitu :

1. Hasil atau produk wisata tidak dapat dipindahkan. Karena dalam penjualannya tidak mungkin produk itu dibawa kepada konsumen.

Sebaliknya, konsumen (wisatawan) yang harus dibawa ketempat dimana produk itu dihasilkan. Hal ini berlainan dengan industri barang dimana hasil atau produknya dapat dipindahkan kemana barang tersebut diperlukan oleh konsumen.

2. Produksi dan konsumsi terjadi pada tempat dan saat yang sama. Tanpa adanya konsumen yang membeli produk atau jasa maka tidak akan terjadi proses produksi.
3. Produk wisata tidak menggunakan standar ukuran fisik tetapi menggunakan standar pelayanan yang didasarkan atas suatu kriteria tertentu.
4. Konsumen tidak dapat mencicipi atau mencoba contoh produk itu sebelumnya, bahkan tidak dapat mengetahui atau menguji produk itu sebelumnya.
5. Hasil atau produk wisata itu banyak tergantung pada tenaga manusia dan hanya sedikit yang mempergunakan mesin.
6. Produk wisata merupakan usaha yang mengandung resiko besar.

2.5 Video Pariwisata

Menurut Sean Cubitt (Cubitt, 1993:93) video merupakan media publikasi yang paling informatif, sebab video merupakan media publikasi yang dapat menyampaikan pesan secara textual, audio maupun visual. Kemampuan media video dalam hal menyampaikan pesan cukup luas jika dibandingkan dengan media publikasi lainnya seperti radio ataupun 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 populer internet. Sehingga mampu dengan cepat memperkenalkan objek-objek yang terekam dalam video kepada audiens.

Video sebaiknya memiliki nilai pembeda yang unik agar dapat menarik minat penonton tanpa mengesampingkan nilai informatif yang terkandung dalam video sesuai apa yang ditulis oleh Sean Cubitt (Cubitt, 1993:93). Keunikan yang ada dalam video akan digunakan sebagai pembeda sekaligus memberi nilai tambah dan dapat memberikan citra yang baik bagi isi video.

2.6 Tinjauan Promosi

2.6.1 Pengertian Promosi

Promosi berasal dari kata *promoto* dalam bahasa Inggris yang berarti mengembangkan/meningkatkan. Menurut Kamus Istilah Periklanan di Indonesia pengertian promosi adalah “usaha komunikasi yang menjembatani kesenjangan antara produsen dan konsumen. Usaha komunikasi tersebut dapat dibagi dalam bagian-bagian yang terdiri atas periklanan publisitas, humas dan proyek-proyek khusus seperti door to door (pintu ke pintu), direct mail (iklan pos langsung), sampling (pencontoh)”.

Menurut Kotler (1992), promosi mencakup semua alat-alat bauran pemasaran (marketing mix) yang peran utamanya adalah lebih mengadakan komunikasi yang sifatnya membujuk. Menurut Saladin (2003), promosi adalah salah satu unsur dalam bauran pemasaran perusahaan yang didayagunakan untuk memberitahukan, membujuk, dan mengingatkan tentang produk perusahaan.

Zimmerer (2002) mengatakan bahwa promosi adalah segala macam bentuk komunikasi persuasi yang dirancang untuk menginformasikan pelanggan tentang produk atau jasa untuk mempengaruhi mereka agar membeli barang atau jasa tersebut yang mencakup publisitas, penjualan perorangan dan periklanan.

Dari definisi-definisi diatas, maka dapat kita ketahui bahwa yang dimaksud dengan promosi adalah kegiatan penjualan dan pemasaran dalam rangka menginformasikan dan mendorong permintaan terhadap produk, jasa, dan ide dari perusahaan dengan cara mempengaruhi konsumen agar mau membeli produk dan jasa yang dihasilkan oleh perusahaan.

Menurut Cummins (1991:12) inti dari kegiatan promosi adalah manfaat, atau alasan mengapa calon pembeli harus membeli produk jasa yang kita tawarkan. Manfaat yang dimiliki setiap produk atau jasa dapat dikelompokkan menjadi tiga, yaitu :

1. Fungsi, yaitu apa yang dapat dilakukan oleh produk atau jasa tersebut.
2. Citra, yaitu gaya, *prestige* dan nilai emosional dari produk atau jasa tersebut.
3. Manfaat ekstra, yaitu manfaat lain yang bukan bagian utama dari produk atau jasa tersebut.

Strategi promosi sebagai rencana untuk penggunaan yang optimal atas sejumlah elemen-elemen promosi periklanan, hubungan masyarakat, penjualan pribadi dan promosi penjualan.

Strategi promosi merupakan strategi iklan, sedangkan iklan adalah bagian dari bauran promosi (*promotion mix*) dan bauran promosi adalah bagian dari

bauran pemasaran (*marketing mix*). Secara sederhana iklan didefinisikan sebagai pesan yang menawarkan suatu produk yang ditujukan kepada masyarakat lewat suatu media. Namun demikian, untuk membedakannya dengan pengumuman biasa, iklan lebih diarahkan untuk membujuk orang agar membeli, seperti yang dikatakan oleh Frank Jefkins : “*advertising is aims to persuade people to buy*” (Kasali, 1995:9).

Sebuah iklan yang baik haruslah memiliki unsur penting yang sering disebut dengan AIDCA, yaitu *Attention* (Perhatian), *Interest* (Ketertarikan), *Desire* (Keinginan), *Convition* (Keyakinan), *Action* (Tindakan).

1. *Attention* (Perhatian)

Iklan harus menarik khalayak sasaran, baik pembaca, pendengar dan pemirsa. Untuk itu memerlukan bantuan antara lain ukuran (*size* untuk media cetak, *air time* untuk media penyiaran), penggunaan warna (*spot* atau *full colour*), tata letak (*layout*), jenis huruf (*typography*) yang ditampilkan selain untuk memperjelasnya maka digunakan pembagian klasifikasi seperti berikut :

- a. Menggunakan *headline* yang mengarahkan
- b. Menggunakan slogan yang mudah di ingat
- c. Menonjolkan atau menebalkan huruf
- d. Menonjolkan *selling point* (keunggulan produk) pada suatu produk
- e. Menggunakan huruf tebal (*bold*) untuk menonjolkan kata-kata yang menjual

f. Menggunakan sub judul untuk membagi naskah dalam beberapa paragraf pendek

2. *Interest* (Ketertarikan)

Setelah perhatian calon konsumen dapat direbut maka sekarang adalah bagaimana caranya agar para calon konsumen berminat untuk mengunjungi dan mengakomodasi, untuk itu konsumen perlu dirangsang agar mau untuk membaca dan mengikuti pesan-pesan yang disampaikan.

3. *Desire* (Keinginan)

Iklan harus berhasil menggerakkan keinginan konsumen untuk memiliki atau menikmati produk yang diinginkan.

4. *Convition* (Keyakinan)

Setelah berhasil menciptakan kebutuhan bagi calon pembeli, maka untuk menimbulkan rasa percaya diri pada diri calon pembeli, sebuah iklan dapat ditunjang berbagai kegiatan peragaan seperti testimonial atau pembuktian, membagi-bagikan contoh secara gratis dan lain sebagainya.

5. *Action* (Tindakan)

Hal ini merupakan harapan agar calon pembeli segera melakukan pembelian tentang produk atau paling tidak mengunjungi tempat penjualan, toko, *showroom*, atau paling tidak calon konsumen menyimpan ingatan mereka sebagai catatan untuk membelinya kelak. Iklan sebagai investasi jangka panjang yaitu sebagai investasi yang ditanamkan dalam benak konsumen tentang keberadaan suatu produk sehingga tidak langsung dapat menghasilkan keuntungan.

Strategi pemasaran banyak berkaitan dengan komunikasi. Periklanan merupakan salah satu bentuk khusus komunikasi untuk memenuhi fungsi pemasaran. Untuk dapat menjalankan fungsi pemasaran, maka apa yang harus dilakukan dalam kegiatan periklanan tentu saja harus lebih dari sekedar memberikan informasi kepada khalayak. Periklanan harus dapat mampu membujuk khalayak ramai agar berperilaku sedemikian rupa sesuai dengan strategi pemasaran perusahaan untuk mencetak penjualan dan keuntungan (Jefkins, 1996:15).

2.6.2 Tujuan Promosi

Tujuan promosi yang dilakukan oleh perusahaan utamanya bertujuan untuk mencari laba. Pada umumnya kegiatan promosi yang dilakukan oleh perusahaan harus berdasarkan kepada tujuan sebagai berikut :

1. Modifikasi tingkah laku

Tujuan dari promosi ini adalah berusaha untuk mengubah tingkah laku dan pendapat individu, dari tidak menerima suatu produk menjadi setia terhadap produk tersebut. Perusahaan barang dan jasa selalu berusaha menciptakan kesan baik tentang dirinya atau mendorong pembelian barang-barang dan jasa perusahaan.

2. Memberitahu

Kegiatan promosi yang ditujukan untuk memberikan informasi kepada pasar yang dituju tentang pemasaran perusahaan, mengenai produk tersebut berkaitan dengan harga, kualitas, syarat pembeli, kegunaan, keistimewaan, dan lain sebagainya. Promosi yang bersifat informasi ini

umumnya lebih disukai dan dilakukan pada tahap-tahap awal dalam siklus kehidupan produk.

3. Membujuk

Promosi yang bersifat membujuk atau persuasif ini pada umumnya kurang disenangi oleh sebagian masyarakat. Tetapi, kenyataannya, sekarang ini terutama untuk mendorong pembeli. Perusahaan tidak ingin mendapatkan tanggapan secepatnya, tetapi lebih mengutamakan untuk menciptakan kesan positif. Hal ini dimaksudkan agar promosi dapat memberi pengaruh dalam waktu yang lama terhadap perilaku pembeli. Promosi yang bersifat membujuk ini akan menjadi dominan jika produksi yang bersangkutan mulai memasuki tahap pertumbuhan dalam siklus kehidupan produk tersebut.

4. Mengingat

Promosi yang bersifat mengingat ini dilakukan terutama untuk mempertahankan merek produk di hati masyarakat dan dilakukan selama tahap kedewasaan dalam siklus kehidupan produk. Ini berarti perusahaan berusaha untuk memperhatikan untuk mempertahankan pembeli yang ada sebab pembeli tidak hanya sekali saja melakukan transaksi, melainkan harus berlangsung secara terus menerus (Rangkuti, 2009:51).

2.6.3 Bauran Promosi (*Promotion Mix*)

Definisi bauran promosi menurut Kotler & Amstrong (2013:418) adalah Kombinasi alat-alat promosi yang terdiri dari *advertising*, *public relation*, *personal selling*, *sales promotion*, dan *direct marketing* yang dipakai oleh

perusahaan untuk komunikasi meyakinkan konsumen dan membangun hubungan.

Lima alat promosi tersebut didefinisikan sebagai berikut :

1. *Advertising*

Advertising yaitu semua bentuk persentasi non personal dan promosi ide barang atau jasa oleh sponsor yang ditunjuk dengan mendapat bayaran.

2. *Public Relation*

Public relation yaitu berbagai program yang dirancang untuk mempromosikan dan melindungi citra perusahaan atau produk individualnya.

3. *Personal Selling*

Personal selling yaitu interaksi langsung antara satu atau lebih calon pembeli dengan tujuan melakukan penjualan.

4. *Sales Promotion*

Sales promotion yaitu insentif jangka pendek untuk mendorong keinginan mencoba atau pembelian produk atau jasa.

5. *Direct Marketing*

Direct marketing yaitu penggunaan surat, telepon, dan alat penghubung non-personal lainnya untuk berkomunikasi dengan mendapatkan respon dari calon pelanggan dan pelanggan lainnya.

2.6.4 Media Promosi

Media promosi merupakan sarana atau tempat media yang dilakukan untuk mendukung sebuah realisasi dan pematapan dari promosi sendiri. Media promosi dalam dunia marketing dibagi menjadi dua bagian yaitu ATL dan BTL. ATL atau

Above The Line sendiri merupakan sebuah media promosi dengan segmentasi luas. Mengapa dikatakan luas karena media promosi ATL sendiri meliputi televisi, radio, majalah, Koran dan billboard. ATL sendiri merupakan cara promosi lebih kepada menjelaskan ide atau konsep kepada masyarakat tanpa melakukan tindakan atau interaksi secara langsung.

Sedangkan BTL atau *Below The Line* merupakan media promosi yang mempunyai segmentasi terbatas. Mengapa dikatakan terbatas? Karena BTL merupakan media promosi atau cara promosi yang kegiatannya memberikan kesempatan kepada audience untuk berinteraksi, merasakan, menyentuh bahkan melakukan action membeli. Beberapa media BTL antara lain seperti *event, sponshorship, sampling, point of sale material, consumer promotion* dan lain-lain (Bambang, 2011:23).

Ada salah satu istilah lagi dalam media promosi, yaitu TTL atau *Trough The Line*. TTL sendiri merupakan gabungan atau compare antara ATL dan BTL. Yang dimana pada jaman modern ini, ATL dan BTL sudah terjadi pergeseran dalam konteks masing – masing. Terkadang di dalam ATL terdapat unsur BTL, begitu juga sebaliknya. Namun media promosi apapun, tetap menjadi sebuah alat yang menjadi pendukung dari kegiatan promosi tersebut.

2.7 Media

Media adalah merupakan bentuk jamak dari kata medium. Dalam ilmu komunikasi, media bisa diartikan sebagai saluran, sarana penghubung, dan alatalat komunikasi. Kalimat media sebenarnya berasal dari bahasa latin yang secara harafiah mempunyai arti perantara atau pengantar. Menurut Grossberg media

merupakan institusi yang difungsikan untuk mengembangkan kebebasan berpendapat dan menyebarkan informasi ke segala arah, yakni kepada publik dan institusi lainnya termasuk pemerintah. Media dibagi menjadi dua yaitu:

1. Media cetak

Media cetak adalah media yang mempergunakan unsur percetakan untuk penyampaian pesannya. Sehingga pesan dapat dilihat atau dibaca oleh massa. Contohnya: surat kabar, buku, majalah, jurnal, leaflet, brosur, stiker, buletin, hand out, poster, spanduk, dan lain sebagainya.

Jenis media cetak ini tergolong jenis media murah atau tidak memakai biaya yang terlalu besar, media cetak dapat dijangkau oleh seluruh kalangan masyarakat.

2. Media elektronik

Media ini menggunakan perangkat elektronik untuk alat penyampaian pesan dari sumber kepada konsumen. Pesan dapat dilihat, didengar, atau dibaca oleh khalayak karena bentuknya lebih kompleks dari sekedar media cetak, dengan kemajuan teknologi yang semakin cepat. Contohnya: televisi, radio, film, *video recording*, *computer*, *electronic board*, *audio cassette*, internet dan sebagainya. Pada jaman yang berkembang ini, media internetlah yang paling banyak diikuti oleh masyarakat luas, karena sangat cepat mendapatkan informasi dan media elektronik seperti televisi kalah dengan media internet sebab media internet terhubung dengan dunia sedangkan televisi hanya sebagai media hiburan.

2.8 *Storyboard*

Hal penting yang harus diperhatikan dalam pembuatan *storyboard* yaitu adanya gerakan-gerakan kunci, awal dan akhir dari sebuah aksi, bukan sekadar hanya satu gambar untuk tiap *scene* (Simon, 2003: 62).

Dalam pembuatan *storyboard*, ada baiknya menambahkan *shading* (Bluth, 2004: 26). Ada tiga alasan pentingnya menambahkan *shading* pada *storyboard*. Pertama, *shading* akan membuat *storyboard* terlihat lebih baik, dan banyak orang akan mengetahui pandangan terhadap animasi sebelum diproduksi. Kedua, *shading* dapat membantu perancang *special effect* untuk mengatur efek-efek pencahayaan. Ketiga, *shading* membantu *color-key* artist untuk mengetahui bagaimana sebuah *scene* diberi pewarnaan.

2.9 **Warna**

Menurut Supriyono (2010:58) warna menjadi salah satu unsur penting dalam desain, karena warna memiliki kekuatan yang mampu mempengaruhi citra atau persepsi orang yang melihatnya. Masing-masing warna mampu memberikan respon secara psikologis. Sedangkat menurut Danger (1992:51) menyatakan bahwa warna adalah salah satu dari dua unsur yang menghasilkan daya tarik visual, dan kenyataannya warna lebih berdaya tarik pada emosi daripada akal.

Warna diletakkan sesuai konten untuk dapat memahami implikasi yang terkait dengan maknanya. Menurut Drew dan Mayer (2008:200) warna dapat dipisah-pisahkan dan digunakan secara terpisah untuk menyampaikan pesan dan emosi yang cepat, tanggapan *assosiatif*, dan perilaku yang dipelajari.

Menurut Marian (1987:119) warna digolongkan menjadi dua, yaitu warna eksternal dan warna internal. Warna eksternal adalah warna yang bersifat fisika dan faali, sedangkan warna internal adalah warna sebagai persepsi manusia, cara mengekpresikannya.

Warna dapat dilihat dari tiga bagian yaitu:

1. *Hue*: Pembagian warna berdasarkan nama-nama warna seperti merah, biru dan hijau.
2. *Value*: Pembagian warna berdasarkan gelap terangnya warna.
3. *Intensity*: Pembagian warna berdasarkan tingkat kejernihan warna.

Menurut Sanyoto (2009:13) warna dapat dibagi menjadi dua bagian menurut terjadinya, yaitu warna *additive* dan *subtractive*. Warna *additive* adalah warna yang tampak dan berasal dari cahaya dan biasa disebut spektrum/*additive color system* yang digunakan pada media elektronik. Sedangkan warna *subtractive* adalah warna yang berasal dari pigmen yang digunakan pada media cetak.

2.10 Tipografi

Typography can defined a art of selected right type printing in accordance with specific purpose ; of so arranging the letter, distributing the space and controlling the type as to aid maximum the reader's menurut buku *Manuale Typographicum*.

Dari pengertian diatas, memberikan penjelasan bahwa tipografi merupakan seni memilih dan menata huruf dengan pengaturan penyebarannya pada ruang-ruang yang tersedia, untuk menciptakan kesan khusus, sehingga akan menolong pembaca untuk mendapatkan kenyamanan membaca semaksimal mungkin.

Sebagai bagian dari kebudayaan manusia, huruf tak pernah lepas dari kehidupan keseharian. Hampir setiap bangsa di dunia menggunakannya sebagai sarana komunikasi. Sejarah perkembangan tipografi dimulai dari penggunaan *pictograph*. Bentuk bahasa ini antara lain dipergunakan oleh bangsa *Viking Norwegia* dan *Indian Sioux*. Di Mesir berkembang jenis huruf *Hieratia*, yang terkenal dengan nama *Hieroglyphe* pada sekitar abad 1300 SM. Bentuk tipografi ini merupakan akar dari bentuk *Demotia*, yang mulai ditulis dengan menggunakan pena khusus. Bentuk tipografi tersebut akhirnya berkembang sampai di Kreta, lalu menjalar ke Yunani dan akhirnya menyebar keseluruh Eropa. Puncak perkembangan tipografi, terjadi kurang lebih pada abad ke-8 SM di Roma saat orang Romawi mulai membentuk kekuasaannya. Karena bangsa Romawi tidak memiliki sistem tulisan sendiri, mereka mempelajari sistem tulisan Etruska yang merupakan penduduk asli Italia serta menyempurnakannya sehingga terbentuk huruf-huruf Romawi. Perkembangan tipografi saat ini mengalami perkembangan dari fase penciptaan dengan tangan (*hand drawn*) hingga mengalami komputerisasi. Fase komputerisasi membuat penggunaan tipografi menjadi lebih mudah dan dalam waktu yang lebih cepat dengan jenis pilihan huruf yang ratusan jumlahnya.

Berikut beberapa jenis huruf berdasarkan klasifikasi yang dilakukan oleh James Craig, antara lain sebagai berikut:

1. *Roman*

Ciri dari huruf ini adalah memiliki sirip/kaki/serif yang berbentuk lancip pada ujungnya. Huruf *Roman* memiliki ketebalan dan ketipisan yang

kontras pada garis-garis hurufnya. Kesan yang ditimbulkan adalah klasik, anggun, lemah gemulai dan feminin.

2. *Egyptian*

Adalah jenis huruf yang memiliki ciri kaki/sirip/serif yang berbentuk persegi seperti papan dengan ketebalan yang sama atau hampir sama.

Kesan yang ditimbulkan adalah kokoh, kuat, kekar dan stabil.

3. *Sans Serif*

Adalah jenis huruf yang memiliki ciri kaki/sirip/serif yang berbentuk persegi seperti papan dengan ketebalan yang sama atau hampir sama.

Kesan yang ditimbulkan adalah kokoh, kuat, kekar dan stabil.

4. *Script*

Huruf *Script* menyerupai goresan tangan yang dikerjakan dengan pena, kuas atau pensil tajam dan biasanya miring ke kanan. Kesan yang ditimbulkannya adalah sifat pribadi dan akrab.

5. *Miscellaneous*

Huruf jenis ini merupakan pengembangan dari bentuk-bentuk yang sudah ada. Ditambah hiasan dan ornamen, atau garis-garis dekoratif. Kesan yang dimiliki adalah dekoratif dan ornamental.

2.11 SWOT

Di dalam buku Metode Riset untuk Desain Komunikasi Visual, (Sarwono dan Lubis, 2007: 18-19) mengatakan bahwa SWOT dipergunakan untuk menilai dan menilai ulang (reevaluasi) suatu hal yang telah ada dan telah diputuskan

sebelumnya dengan tujuan meminimumkan resiko yang mendukung serta meminimalkan segi negatif yang telah diambil.

Langkah analisis : Mengkaji hal atau gagasan yang akan dinilai dengan cara memilah dan menginventarisasikan sebanyak mungkin segi kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunity*), dan ancaman (*threat*).

Segi kekuatan dan kelemahan merupakan kondisi internal yang dikandung oleh objek yang dinilai, sedangkan peluang dan ancaman merupakan faktor eksternal. Hasil kajian dari keempat segi ini kemudian disimpulkan, meliputi strategi pemecahan masalah, perbaikan, pengembangan, dan optimalisasi.

Penyusunan kesimpulan lazim dilakukan dengan cara meramu (sedapat mungkin) hal-hal yang dikandung oleh keempat faktor menjadi sesuatu yang positif, netral atau minimal dipahami. Penyusunan kesimpulan ini ditampung dalam Matriks Pakal yang terdiri dari :

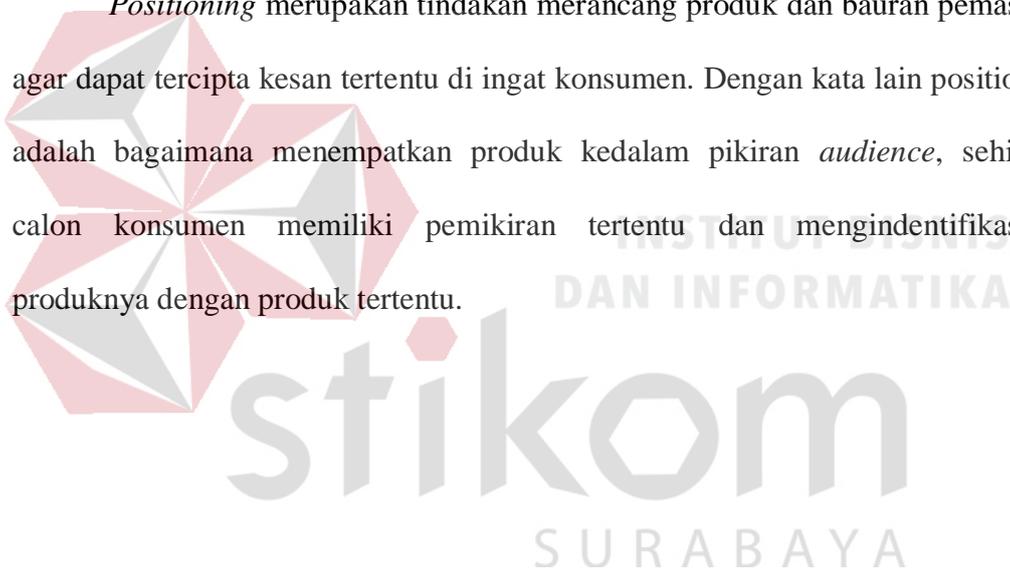
1. Strategi PE-KU (S-O) / Peluang dan Kekuatan : Mengembangkan peluang menjadi kekuatan.
2. Strategi PE-LEM (W-O) / Peluang dan Kelemahan : Mengembangkan peluang untuk mengatasi kelemahan.
3. Strategi A-KU (S-T) / Ancaman dan Kekuatan : Mengenali dan mengantisipasi ancaman untuk menambah kekuatan.
4. Strategi A-LEM (W-T) / Ancaman dan Kelemahan : Mengenali dan mengantisipasi ancaman untuk meminimumkan kelemahan. (Sarwono dan Lubis, 2007:18-19)

2.12 Segmentasi, Targeting, dan Positioning (STP)

Segmentasi merupakan upaya untuk membagi calon konsumen dalam kelompok-kelompok tertentu (Harjanto, 2009). Upaya tersebut dilakukan untuk memudahkan usaha penjualan seseorang karena segmentasinya yang difokuskan.

Targeting adalah tahap selanjutnya dari analisis segmentasi. Targeting yang dimaksudkan disini adalah target market (pasar sasaran), yakni beberapa segmen pasar yang akan menjadi fokus pemasaran.

Positioning merupakan tindakan merancang produk dan bauran pemasaran agar dapat tercipta kesan tertentu di ingat konsumen. Dengan kata lain positioning adalah bagaimana menempatkan produk kedalam pikiran *audience*, sehingga calon konsumen memiliki pemikiran tertentu dan mengidentifikasi produknya dengan produk tertentu.



BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Di dalam desain komunikasi visual mempunyai cakupan yang sangat luas, oleh karena itu dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif, agar dapat menjadi dasar dan sumber dalam penyusunan tugas akhir. Dengan menggunakan metode kualitatif, penelitian ini diharapkan dapat menghasilkan data yang bersifat deskriptif, seperti hasil pengumpulan data, observasi, wawancara, dokumentasi, studi literatur, studi eksisting dan studi kompetitor. Untuk melakukan metode penelitian kualitatif ini memerlukan pendekatan dengan orang-orang yang ahli di bidangnya, sehingga dapat memperoleh pemahaman yang jelas mengenai kenyataan di lapangan.

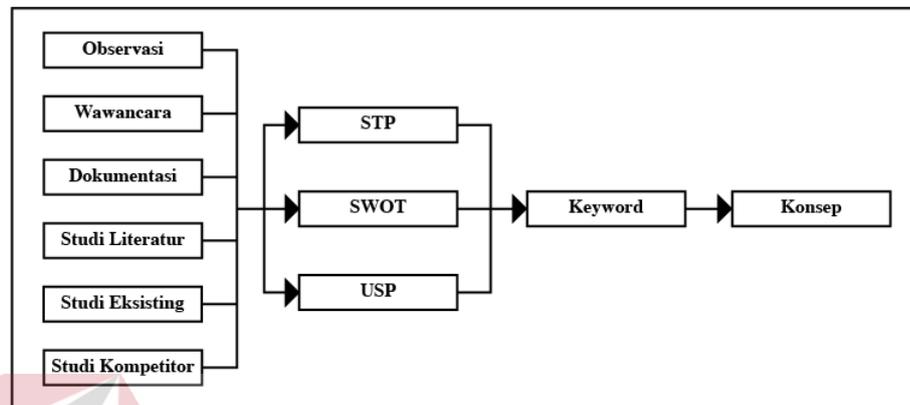
3.2 Perancangan Penelitian

Tahap perancangan penelitian ini harus disusun secara sistematis dan logis karena pada tahap ini merupakan tahap yang paling penting dalam penelitian. Tujuannya agar memberikan hasil yang sesuai dengan apa yang diharapkan sehingga dapat memberikan solusi dari permasalahan mengenai perancangan video promosi Candi-Candi di Trowulan sebagai upaya mengenalkan wisata sejarah Mojokerto. Adapun proses dari perancangan penelitian, yang pertama yaitu observasi, dilakukan dengan cara terjun langsung di lapangan. Melihat dan mengamati secara langsung lokasi Candi-Candi di Trowulan yang menjadi objek

penelitian. Langkah kedua yaitu wawancara, wawancara ini merupakan tahap awal untuk mendapatkan informasi yang beragam berkaitan dengan candi-candi di Trowulan. Tahap ketiga yaitu dokumentasi, dokumentasi untuk mengumpulkan bukti-bukti yang berkaitan dengan candi-candi di Trowulan yang diperlukan untuk memperdalam penelitian. Tahap keempat yaitu literatur, pada metode ini, digunakan berbagai literatur berhubungan dengan proses perancangan video promosi candi-candi di Trowulan sebagai upaya mengenalkan wisata sejarah Mojokerto seperti, buku, jurnal, dan atikel dari website. Tahap kelima yaitu studi eksisting, studi eksisting dilakukan untuk menganalisa dari segi upaya promosi yang telah dilakukan untuk mempromosikan Candi-Candi di Trowulan kepada khalayak luas. Tahap keenam Studi Kompetitor, studi kompetitor berkaitan dengan promosi berbasis videografi yang sudah ada kemudian dianalisa secara konten, visual, dan teknik pengambilan gambar. Tahap ketujuh yaitu menentukan segmentasi, *targeting*, dan *positioning* (STP). Tujuan STP sendiri yaitu untuk memilah target pasar dan memberikan penempatan (*positioning*) produk kepada target pasar, tentunya yang disasar sebagai target pasar yaitu yang memiliki peluang paling potensial untuk datang ke Candi-Candi di Trowulan. Tahap kedelapan yaitu menentukan *strength*, *weakness*, *opportunity* dan *threat* (SWOT) dan yang terakhir menentukan *Unique Selling Proposition* (USP).

Setelah dilakukan proses diatas kemudian semua data yang didapatkan diolah kembali yang mana semua tahapan yang telah dijelaskan sebelumnya merupakan tahapan perancangan penelitian dan proses untuk mencari kata kunci dan melahirkan sebuah konsep yang akan digunakan pada perancangan video

promosi candi-candi di Trowulan sebagai upaya mengenalkan wisata sejarah Mojokerto. Berikut gambar bagan perancangan penelitian :



Gambar 3.1 Bagan Perancangan Penelitian

(Sumber : Hasil olahan peneliti, 2018)

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan metode riset yang dipilih, agar data bisa dikumpulkan. Data yang dikumpulkan memiliki peranan yang penting untuk mengetahui permasalahan yang dihadapi dalam perancangan video promosi candi-candi di Trowulan sebagai upaya mengenalkan wisata sejarah Mojokerto.

1. Observasi

Observasi adalah salah satu cara pengumpulan data dengan melakukan pengamatan secara langsung terhadap suatu obyek dalam suatu periode tertentu dan mengadakan pencatatan secara sistematis tentang hal-hal tertentu yang diamati.

Dalam langkah ini penulis melakukan analisis terhadap candi-candi di Trowulan. Hal ini dilakukan untuk mengetahui informasi setiap candi yang diteliti, mulai dari yang menjadi daya tarik candi, info acara yang biasa

dilakukan di candi, dan perkiraan pengunjung.

2. Wawancara

Wawancara merupakan cara pengumpulan data dengan jalan bertanya baik sepihak maupun dua belah pihak yang dikerjakan dengan sistematis dan belandaskan kepada tujuan penelitian (Marzuki, 2000: 62). Wawancara memungkinkan untuk mendapatkan data secara lebih tajam dibanding lainnya, karena langsung menuju kepada pelaku atau orang yang berpengalaman dan memang melakukan hal yang berhubungan dengan perancangan tugas akhir ini.

Ahmad Kholif sebagai Staff Pusat Informasi Majapahit dan Arifin sebagai Staff Dinas Pemuda Olahraga Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Mojokerto, yang menjadi target wawancara. Karena hasil wawancara dari beliau-beliau ini dapat dijadikan sebagai referensi untuk penulis agar mempermudah dalam perancangan video promosi candi-candi di Trowulan sebagai upaya mengenalkan wisata sejarah Mojokerto.

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data dengan mengumpulkan bukti-bukti yang berkaitan dengan candi-candi di Trowulan. Hal ini diperlukan untuk memperdalam penelitian. Data yang dikumpulkan berupa foto-foto lokasi objek wisata, arsip, serta data-data tertulis yang berkaitan dengan perancangan ini.

4. Studi Literatur

Studi literatur sendiri adalah metode pengumpulan data dengan melakukan

referensi, literatur maupun bahan-bahan teori yang diperlukan dari berbagai sumber yang berkaitan dengan penyusunan laporan.

Pada metode ini, digunakan berbagai literatur berhubungan dengan proses perancangan video promosi candi-candi di Trowulan sebagai upaya mengenalkan wisata sejarah Mojokerto seperti, buku, jurnal, dan atikel dari website.

5. Studi Eksisting

Studi eksisting digunakan sebagai pembanding karya yang akan dibuat, kelebihan dan kekurangan dari video sebelumnya dijadikan bahan kajian sehingga karya yang akan dibuat nantinya memiliki pembeda dengan yang sebelumnya.

6. Studi Kompetitor

Untuk memperkuat konsep dan ide yang akan dituangkan ke dalam karya video promosi guna memperkenalkan candi-candi di Trowulan, maka dilakukan kajian terhadap karya video yang sejenis.

3.4 Analisa Data

Menurut Miles dan Huberman, terdapat tiga teknik analisis data kualitatif yaitu reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Proses ini berlangsung terus-menerus selama penelitian berlangsung, bahkan sebelum data benar-benar terkumpul.

1. Reduksi Data

Analisa data merupakan proses mencari dan menyusun secara sistematis

data yang telah diperoleh dari hasil wawancara dan catatan lapangan dengan cara mengorganisasikan data kedalam kategori, menjabarkan kedalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun kedalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.

Penggunaan strategi deskriptif kualitatif dimulai dari analisis berbagai data yang terhimpun dari suatu penelitian, kemudiam bergerak kearah pembentukan kesimpulan kategori atau ciri-ciri umum tertentu. Oleh karenanya, strategi ini dimulai dari mengklasifikasikan data (Burhan, 2001 : 290).

Setelah data yang dibutuhkan terkumpul, dari metode obervasi, wawancara, studi eksisting, dan studi literatur maka data akan dianalisa berdasarkan metode kualitatif. Selanjutnya, berdasarkan seluruh data yang terkumpul tersebut, kemudian dibuat beberapa rancangan video promosi Candi-Candi di Trowulan sebagai upaya mengenalkan wisata sejarah Mojokerto.

2. Penyajian Data

Penyajian data merupakan salah satu dari teknik analisis data kualitatif. Penyajian data adalah kegiatan ketika sekumpulan informasi disusun, sehingga memberi kemungkinan akan adanya penarikan kesimpulan. Bentuk penyajian data kualitatif berupa teks (berbentuk catatan lapangan), grafik, jaringan dan bagan (Ariesto dan Andrianus, 2010).

Penyajian data yang dilakukan peneliti dengan menyajikan dalam bentuk

skema perancangan yang akan menjelaskan tahap-tahap perancangan promosi dari pengumpulan data sampai pada tahap proses membuat video promosi candi-candi di Trowulan.

3. Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan merupakan salah satu dari teknik analisis data kualitatif. Penarikan kesimpulan adalah hasil analisis yang dapat digunakan untuk mengambil tindakan (Ariesto dan Andrianus, 2010).

Penarikan kesimpulan yang dilakukan peneliti dengan cara mengambil kesimpulan dari analisis data, SWOT dan STP hingga mendapatkan *keywords*.



BAB IV

PEMBAHASAN

4.1 Hasil dan Analisis Data

Pada bab ini difokuskan pada metode yang digunakan dalam perancangan karya, observasi data dan teknik pengolahannya dalam perancangan video promosi Candi-Candi di Trowulan sebagai upaya mengenalkan wisata sejarah Mojokerto.

4.1.1 Hasil Observasi

Melakukan observasi dengan tujuan untuk mencari informasi dan data valid mengenai permasalahan yang ada di Candi-Candi Trowulan. Observasi yang diteliti adalah Candi-Candi yang ada di Trowulan Mojokerto yaitu, Candi Brahu, Candi Gentong, Candi Kedaton, Candi Bajang Ratu, Candi Tikus dan Candi Wringin Lawang. Lokasi-lokasi tersebut merupakan tempat untuk mencari beberapa data yang diperlukan untuk mencari permasalahan yang ada.

Hasil observasi yang pertama yaitu di Candi Brahu, Candi Brahu terletak di Desa Bejjong, Kecamatan Trowulan, Kabupaten Mojokerto. Candi Brahu terbuat dari batu bata merah dan menghadap ke arah Barat. Candi Brahu memiliki bentuk badan lekuk bertingkat 3 dan mengecil di bagian atasnya. Bagian tubuh sisi sebelah kiri Candi terlihat sudah mulai rusak sedangkan bagian tubuh sisi sebelah kanan masih terlihat lebih utuh. Dilihat dari jarak yang lebih dekat tangga

yang menuju ke tingkat dasar pertama Candi relatif utuh kemudian tangga yang menuju ke tingkat dasar kedua Candi tampak tidak utuh lagi, akan tetapi tidak terlihat adanya tangga yang menuju ke dalam bangunan Candi. Di sekeliling Candi Brahu terdapat taman luas yang terlihat asri dan cukup terawat baik. Taman dilengkapi dengan air mancur dan berbagai macam tanaman maupun bunga serta terdapat tanaman yang dibentuk tulisan “*I Love Brahu*”. Untuk memasuki lokasi Candi Brahu pengunjung dikenakan biaya untuk tiket masuk sebesar Rp. 3000 per orang.

Destinasi berikutnya yang diobservasi adalah Candi Gentong. Candi Gentong letaknya tidak jauh dari lokasi Candi Brahu termasuk di wilayah Desa Bejijong. Candi Gentong berada dibawah 2 bangunan berbentuk pendopo yang terbuat dari besi dan beratapkan seng. Setelah memasuki pintu masuk candi terdapat papan yang berisi informasi tentang Candi Gentong. Di dalam bangunan pendopo hanya terdapat tumpukan batu bata merah yang berserakan dan sebagian sudah tersusun rapi. Di sekitar Candi Gentong terdapat taman luas yang terlihat indah dan unik. Taman pada Candi Gentong terdapat berbagai tanaman dan bunga uniknya beberapa tanaman dibentuk menyerupai bentuk binatang dan juga terdapat tanaman yang dibentuk tulisan “Candi Gentong”. Untuk memasuki lokasi Candi Gentong ini tidak ada tiket masuk, hanya memberikan uang seikhlasnya kepada petugas candi.

Destinasi ketiga yang dipilih adalah Candi Kedaton. Candi Kedaton terletak di Dusun Kedaton, Desa Sentonorejo, Kecamatan Trowulan, Kabupaten Mojokerto. Candi Kedaton berbentuk berupa bagian bawah bangunan candi atau

meyerupai pendopo kuno berbentuk persegi datar yang terbuat dari susunan batu bata merah setinggi hampir 2 meter. Di dekat Candi Kedaton terdapat bekas pondasi bangunan-bangunan yang biasa disebut dengan kompleks Candi Kedaton. Kompleks Candi ini berada di dalam sebuah bangunan yang sangat besar. Bentuk bangunan kompleks candi sudah tidak berbentuk lagi. Di tengah-tengah kompleks Candi Kedaton terdapat sebuah sumur yang biasa disebut sumur upas. Di dekat lokasi Candi Kedaton terdapat sebuah taman. Di taman tersebut terdapat umpak batu yang berjumlah 18 buah yang dimana bagian tengah tiap umpak berlubang. Untuk memasuki lokasi Candi Kedaton ini tidak ada tiket masuk, hanya memberikan uang seikhlasnya kepada petugas Candi.

Destinasi keempat adalah Candi Bajang Ratu. Candi Bajang Ratu terletak di Dukuh Kraton, Desa Temon, Kecamatan Trowulan, Kabupaten Mojokerto. Candi Bajang Ratu dibuat dari batu bata merah kecuali anak tangga. Candi Bajang Ratu menghadap ke arah Timur dan Barat. Dilihat dari struktur bangunan lebih mirip seperti gapura. Di sekeliling Candi Bajang Ratu memiliki taman yang terlihat asri dan cukup terawat. Untuk memasuki lokasi Candi Bajang Ratu pengunjung dikenakan biaya untuk tiket masuk sebesar Rp. 3000 per orang.

Destinasi kelima adalah Candi Tikus. Candi Tikus terletak di Dukuh Dinuk, Desa Temon, Kecamatan Trowulan, Kabupaten Mojokerto. Candi Tikus berdenah persegi letaknya menurun kebawah di tengah kolam dan menghadap ke utara. Pembuatan Candi Tikus menggunakan batu bata dan batu andesit. Di sekeliling Candi Tikus terdapat taman luas yang terlihat asri dan cukup terawat baik. Taman dilengkapi dengan berbagai macam tanaman maupun bunga serta

terdapat tanaman yang dibentuk tulisan “Candi Tikus”. Untuk memasuki lokasi Candi Tikus pengunjung dikenakan biaya untuk tiket masuk sebesar Rp. 3000 per orang.

Candi terakhir yang diobservasi adalah Candi Wringin Lawang. Candi Wringin Lawang terletak di Desa Jati Pasar, Kecamatan Trowulan, Kabupaten Mojokerto. Candi Wringin Lawang dibuat dari batu bata berdiri sisi kanan kiri mengapit anak tangga berbentuk seperti gapura. Di sekeliling Candi Wringin Lawang terdapat taman luas yang terlihat asri dan cukup terawat baik. Taman dilengkapi dengan kolam kecil dan berbagai macam tanaman maupun bunga serta terdapat tanaman yang dibentuk tulisan “Wringin Lawang”. Untuk memasuki lokasi Candi Wringin Lawang ini tidak ada tiket masuk, hanya memberikan uang seikhlasnya kepada petugas Candi. Berkaitan dengan judul video *Historical Of Majapahit* untuk penampilannya disesuaikan dari alur sejarahnya.

4.1.2 Wawancara

Hasil wawancara yang dilakukan kepada bapak Ahmad Kholif bahwa Candi-Candi di Trowulan merupakan peninggalan kerajaan Majapahit yang saat ini digunakan sebagai tempat rekreasi maupun tempat edukasi yang dikelola oleh Balai Pelestarian Cagar Budaya Jawa Timur (BPCB Jawa Timur) dan Dinas Pemuda Olahraga Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Mojokerto (Disporabudpar Kab. Mojokerto).

Candi Brahu merupakan candi agama Budha yang didirikan pada abad 15 Masehi. Di sekitar candi dulunya ditemukan seperti alat upacara dari logam yang

kesemuanya bersifat Budha. Candi Brahu berukuran tinggi 18 meter dan lebar 18 x 20 meter. Candi Brahu konon dulunya sebagai tempat pembakaran jenazah raja-raja Majapahit. Di kawasan Candi Brahu dibangun fasilitas seperti taman yang luas, toilet dan lahan parkir. Jumlah pengunjung perminggunya berkisar 50-100 orang namun pada hari tertentu seperti hari liburan sekolah, lebaran dan tahun baru jumlah pengunjung bisa mencapai ribuan. Disamping itu Candi Brahu dijadikan sebagai tempat rekreasi, edukasi, kegiatan keagamaan, syukuran warga sekitar maupun *event-event* yang diadakan oleh Kabupaten Mojokerto seperti pemilihan Gus dan Yuk dan lain sebagainya.

Candi Gentong dibangun pada pemerintahan Hayam Wuruk untuk upacara *sraddha* memperingati Tribuana Wijaya Tungga Dewi. Candi Gentong adalah nama yang diberikan berdasarkan awal ditemukan. Pada saat awal ditemukan, lokasi Candi Gentong tertimbun oleh tanah yang menggunung dan membentuk seperti gentong. Penggalan dilakukan tahun 1994 sampai tahun 1998 secara keseluruhan ternyata bangunannya berupa sebuah kaki bangunan candi. Pada saat dilakukan penggalian ditempat ini banyak ditemukan artefak-artefak berupa : pecahan keramik Cina, fragmen tembikar, mata uang cina, emas, stupika dan arca Budha. Bangunan ini mempunyai ukuran 23,5 x 23,5 meter dan tingginya 2,45 meter. Jumlah pengunjung di Candi Gentong tidak sebanyak seperti di candi-candi yang lain, hal ini dikarenakan bangunan candi yang rusak dan bahkan nyaris tak berbentuk. Di dalam Candi Gentong sekilas tidak ada yang menarik selain hanya taman yang indah dan tertata rapi. Disamping itu, Candi Gentong sudah tidak lagi aktif untuk tempat kegiatan keagamaan maupun kegiatan *event-event* lainnya.

Candi Kedaton merupakan tempat tinggal seseorang yang memiliki jabatan atau berpengaruh dimasa itu atau bahkan keluarga bangsawan kerajaan. Bangunan Candi Kedaton berdenah empat persegi panjang dengan ukuran 12,60 x 9,50 meter dan tinggi 2 meter. Di Candi Kedaton dibangun taman yang luas dan juga fasilitas seperti toilet dan lahan parkir. Jumlah pengunjung Candi Kedaton tidak banyak disamping itu Candi Kedaton masih diadakan kegiatan keagamaan.

Candi Bajang Ratu ini berhubungan dengan salah satu raja kerajaan Majapahit yaitu Raja Jayanegara. Raja Jayanegara adalah seorang raja yang dinobatkan sebagai raja ketika masih kecil, sehingga kata Bajang yang artinya kecil dan digabung dengan kata ratu sehingga menjadi sebutan gelar ratu bajang atau bajang ratu bagi raja Jayanegara. Candi Bajang Ratu dibangun untuk memperingati wafatnya Raja Jayanegara. Candi Bajang Ratu berukuran 11,5 x 10,5 meter dan tinggi 16,5 meter. Di kawasan Candi Bajang Ratu dibangun fasilitas seperti taman yang luas, toilet dan lahan parkir. Pengunjungnya Candi Bajang Ratu bermacam-macam mulai dari wisatawan lokal maupun wisatawan asing. Tujuan pengunjung yang datang ke Candi Bajang Ratu pun bermacam-macam seperti rekreasi, edukasi, kegiatan keagamaan, syukuran warga sekitar, maupun *event-event* yang diadakan oleh Kabupaten Mojokerto.

Candi Tikus, nama Candi Tikus diberikan oleh masyarakat karena pada saat dilakukan penggalian lokasi itu merupakan sarang tikus yang jumlahnya luar biasa banyak. Candi Tikus merupakan sebuah pemandian yang disucikan oleh pemeluk agama Hindu dan Buddha pada masa Majapahit. Denah bangunan candi Tikus berbentuk bujur sangkar dengan ukuran 22,50 x 22,50 meter dan tinggi 5,20

meter. Di kawasan Candi Tikus dibangun taman yang luas dan tertata rapi dan fasilitas seperti toilet dan lahan parkir. Pengunjungnya pun bermacam-macam mulai dari wisatawan lokal maupun wisatawan asing. Candi Tikus digunakan sebagai tempat rekreasi maupun edukasi.

Candi Wringin Lawang. nama Wringin Lawang berasal karena dulunya candi ini diapit oleh 2 pohon beringin kiri dan kanan. Tinggi Candi Wringin Lawang 15 meter. Di kawasan Candi Wringin Lawang dibangun taman yang luas dan tertata rapi dan fasilitas seperti toilet dan lahan parkir. Di Candi Wringin Lawang masih digunakan sebagai tempat rekreasi, edukasi dan juga masih aktif diadakan acara pada setiap malam bulan purnama seperti pertunjukan kesenian misalnya pagelaran tari, pagelaran ludruk, musik, teater dan pagelaran seni lainnya.

Pada wawancara dengan bapak Arifin selaku staff yang ada di Dinas Pemuda Olahraga Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Mojokerto, informasi yang didapat yaitu bahwa selama ini Dinas Pemuda Olahraga Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Mojokerto telah melakukan berbagai upaya untuk mempromosikan wisata-wisata yang ada di Kabupaten Mojokerto termasuk Candi-Candi di Trowulan. Media promosi yang digunakan untuk mempromosikan wisata-wisata Kabupaten Mojokerto seperti video dan brosur.

4.1.3 Dokumentasi

Dokumentasi dilakukan untuk memperkuat data yang sudah diperoleh. Berdasarkan data yang didapatkan yaitu tentang Candi-Candi di Trowulan,

dimana hal ini akan memberikan kejelasan kepada para calon wisatawan dan menarik minat wisatawan untuk berkunjung.



Gambar 4.1 Candi Brahu

(Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2018)

Candi Brahu terletak di Desa Bejijong, Kecamatan Trowulan, Kabupaten Mojokerto. Candi Brahu berukuran tinggi 18 meter dan lebar 18 x 20 meter dan konon dulunya Candi Brahu dijadikan sebagai tempat pembakaran jenazah raja-raja Majapahit.



Gambar 4.2 Candi Gentong

(Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2018)

Candi Gentong letaknya tidak jauh dari lokasi Candi Brahu termasuk di wilayah Desa Bejjong. Nama Candi Gentong adalah nama yang diberikan berdasarkan awal ditemukan. Pada saat awal ditemukan, lokasi Candi Gentong tertimbun oleh tanah yang menggunung dan membentuk seperti gentong. Candi Gentong berukuran 23,5 x 23,5 meter dan tingginya 2,45 meter.



Gambar 4.3 Candi Kedaton

(Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2018)

Candi Kedaton terletak di Dusun Kedaton, Desa Sentonorejo, Kecamatan Trowulan, Kabupaten Mojokerto. Candi Kedaton merupakan tempat tinggal seseorang yang memiliki jabatan atau berpengaruh dimasa itu atau bahkan keluarga bangsawan kerajaan. Bangunan Candi Kedaton berdenah empat persegi panjang dengan ukuran 12,60 x 9,50 meter dan tinggi 2 meter.



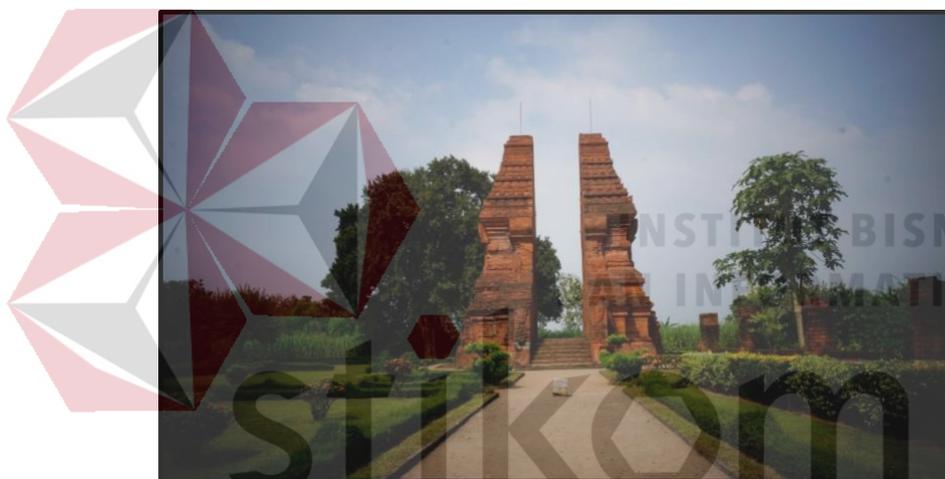
Gambar 4.4 Candi Bajang Ratu
(Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2018)

Candi Bajang Ratu terletak di Dukuh Kraton, Desa Temon, Kecamatan Trowulan, Kabupaten Mojokerto. Candi Bajang Ratu ini berhubungan dengan salah satu raja kerajaan Majapahit yaitu Raja Jayanegara. Raja Jayanegara adalah seorang raja yang dinobatkan sebagai raja ketika masih kecil. Candi Bajang Ratu berukuran 11,5 x 10,5 meter dan tinggi 16,5 meter.



Gambar 4.5 Candi Tikus
(Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2018)

Candi Tikus terletak di Dukuh Dinuk, Desa Temon, Kecamatan Trowulan, Kabupaten Mojokerto. Nama Candi Tikus diberikan oleh masyarakat karena pada saat dilakukan penggalian lokasi itu merupakan sarang tikus yang jumlahnya luar biasa banyak. Candi Tikus merupakan sebuah pemandian yang disucikan oleh pemeluk agama Hindu dan Buddha pada masa Majapahit. Denah bangunan candi Tikus berbentuk bujur sangkar dengan ukuran 22,50 x 22,50 meter dan tinggi 5,20 meter.



Gambar 4.6 Candi Wringin Lawang
(Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2018)

Candi Wringin Lawang terletak di Desa Jati Pasar, Kecamatan Trowulan, Kabupaten Mojokerto. Nama Wringin Lawang berasal karena dulunya Candi ini diapit oleh 2 pohon beringin kiri dan kanan. Tinggi Candi Wringin Lawang 15 meter.

4.1.4 Literatur

Berdasarkan literatur buku yang diterbitkan oleh Sean Cubitt (1993) video merupakan media publikasi yang paling informatif, 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 populer 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.

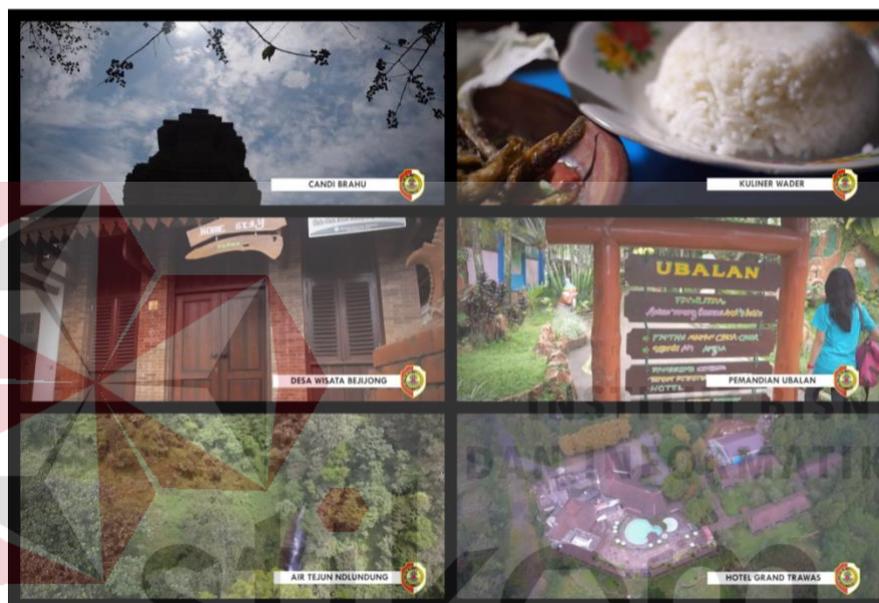
Berdasarkan hasil wawancara, observasi dan literatur lapangan, maka diperlukan solusi pemecahan yang tepat untuk masalah yang dihadapi oleh Candi-Candi di Trowulan ini yaitu perancangan video promosi Candi-Candi di Trowulan sebagai upaya mengenalkan wisata sejarah Mojokerto, dengan adanya video promosi Candi-Candi di Trowulan ini agar dapat dinikmati oleh *audiens* dan dapat menarik wisatawan untuk berkunjung di Candi-Candi Trowulan Mojokerto.

4.1.5 Hasil Studi Eksisting

Pada kajian eksisting ini, media promosi yang terdahulu dari Dinas Pemuda Olahraga Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Mojokerto adalah sebuah video promosi wisata. Dalam hal ini video berisikan tentang wisata yang ada di Kabupaten Mojokerto. Sedangkan media terdahulu dari Balai Pelestarian Cagar Budaya Jawa Timur adalah sebuah brosur yang berisikan tentang peninggalan-peninggalan bersejarah yang ada di Trowulan. Berikut contohnya :

1. Video Wisata Kabupaten Mojokerto

Keunggulan dari video promosi wisata yang dibuat oleh Dinas Pemuda Olahraga Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Mojokerto berisikan informasi beberapa wisata yang ada di Kabupaten Mojokerto, sehingga *audiens* bisa mengetahui informasi tentang wisata tersebut.



Gambar 4.7 Screenshot Video Wisata Kabupaten Mojokerto
(Sumber : Dinas Pemuda Olahraga Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Mojokerto)

Kelemahan dari video promosi wisata ini menampilkan semua wisata yang ada di Kabupaten Mojokerto dan tidak terfokus pada Candi-Candi yang ada di Trowulan. Dari segi publikasi masih dalam lingkup yang terbatas yaitu melalui online hanya *youtube*. Penyebarannya masih belum luas, sehingga perlu adanya pengembangan lagi untuk penyebaran informasi atau mempublikasikannya lebih gencar, tidak hanya di *youtube*, tetapi lebih banyak lagi, agar masyarakat yang menonton bisa tertarik untuk berkunjung di Candi-Candi Trowulan.

2. Brosur Sebaran Kepurbakalaan Trowulan

Keunggulan dari brosur yang dibuat oleh Balai Pelestarian Cagar Budaya Jawa Timur berisikan informasi tentang peninggalan-peninggalan yang ada di Trowulan, sehingga *audiens* bisa mengetahui informasi tentang wisata tersebut. Kelemahan dari brosur ini adalah kurang menariknya media cetak dibandingkan dengan media video.



Gambar 4.8 Brosur Sebaran Kepurbakalaan Trowulan
(Sumber : Balai Pelestarian Cagar Budaya Jawa Timur)

4.1.6 Hasil Studi Kompetitor

Studi kompetitor ini dilakukan sebagai acuan untuk memperkuat konsep dan ide yang akan dituangkan dalam promosi candi-candi di Trowulan sebagai upaya mengenalkan wisata sejarah Mojokerto, maka dilakukan kajian terhadap karya video yang sejenis. Berikut ini adalah contohnya:

1. Candi Mendut Dan Candi Pawon Si Imut yg Terlupakan (Sam Kolder Inspired)

Pada kajian ini, video live shoot yang diunggah oleh Kadalz.Item di *youtube* cukup detail pada setiap pengambilan gambar. Dengan durasi 3 menit 53 detik dapat dilihat banyak shoot menunjukkan keindahan budaya Candi Mendut dan Candi Pawon. Pada video ini di gambarkan keindahan Candi Mendut dan Candi Pawon tanpa ada dialog dari pemeran. Cuplikan-cuplikan gambar dikemas secara bagus dengan komposisi seimbang.



Gambar 4.9 Screenshot Video Candi Mendut Dan Candi Pawon Si Imut yg Terlupakan (Sam Kolder Inspired)

(Sumber : <https://www.youtube.com/watch?v=UNn52TbBj4Q>)

Pada video ini yang menjadi acuan penulis adalah teknik pengambilan gambar, dengan menampilkan keindahan Candi-Candi di Trowulan, video ini juga terlihat cocok untuk target *audiens* pada perancangan ini.

Kelebihan dari video ini secara visual gambar bergerak dalam video ini mampu menghasilkan citra visual yang sangat indah sehingga melampaui

realitasnya yang seolah-olah Candi Mendut dan Candi Pawon hanya dipenuhi keindahan dan budaya.

Kekurangan dari video ini karena banyaknya adegan yang berulang meskipun jarak antara adegan awal dengan yang berulang tidak terlalu dekat tetapi masih terlihat jelas yang menjadikan video ini kurang menarik.

4.2 Analisa Data

4.2.1 Reduksi Data

1. Observasi

Hasil dari reduksi data observasi adalah berupa data mengenai Candi-Candi di Trowulan, Mojokerto. Dari hasil pengamatan yang dilakukan bahwa Candi-Candi di Trowulan memiliki keindahan maupun ciri khas tersendiri pada setiap candi dan juga di setiap candi terdapat taman luas yang terlihat asri dan cukup terawat baik yang cocok sebagai tempat rekreasi, maupun edukasi. Candi-Candi di Trowulan dikelola oleh Balai Pelestarian Cagar Budaya Jawa Timur dan Dinas Pemuda Olahraga Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Mojokerto.

2. Wawancara

Hasil wawancara yang didapat dari 2 narasumber, yaitu Staff Pusat Informasi Majapahit dan Staff Disporabudpar Kabupaten Mojokerto, dari Pusat Informasi Majapahit sendiri menjelaskan mulai dari sejarah, fasilitas, perkembangan, karakter serta tujuan pengunjung Candi-Candi di

Trowulan. Sedangkan untuk Disporabudpar hanya menjelaskan sekilas tentang wisata-wisata di Kabupaten Mojokerto hingga upaya yang dilakukan dalam memajukan Candi-Candi di Trowulan.

3. Dokumentasi

Dalam dokumentasi yang didapat selama observasi di Candi-Candi di Trowulan, yaitu dapat mengetahui secara langsung kondisi Candi-Candi di Trowulan serta ciri khas pada tiap-tiap candi.

4. Hasil Studi Literatur

Dari studi literatur yang dilakukan pada buku "*Videography: Video Media As Art And Culture*" diperoleh data mengenai video merupakan media yang paling informatif. Dan menurut Sapta Nirwandar Wakil Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Budpar, 2012), video merupakan media yang memungkinkan untuk mengenalkan budaya dan cara hidup suatu bangsa secara nyata.

5. Studi Eksisting

Hasil dari studi eksisting pada perancangan video Candi-Candi di Trowulan adalah video dari Dinas Pemuda Olahraga Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Mojokerto. Dilihat dari proses pembuatan video tersebut terdapat beberapa kesamaan, namun terdapat perbedaan mengenai objek yang dibahas. Didalam video ini jumlah candi yang dijelaskan lebih banyak dan hanya terfokus di Candi-Candi Trowulan.

6. Studi Kompetitor

Hasil dari studi kompetitor pada perancangan video Candi-Candi di Trowulan adalah “Candi Mendut Dan Candi Pawon Si Imut yg Terlupakan (Sam Kolder Inspired)”. Dari video kompetitor tersebut terdapat beberapa persamaan dalam proses pembuatannya dengan menjadikan Candi sebagai objek video, tetapi dengan Candi yang berbeda.

4.2.2 Penyajian Data

Berdasarkan reduksi data yang telah di jabarkan seperti observasi, wawancara, dokumentasi, studi eksisting dan studi kompetitor, maka data yang didapat adalah :

1. Candi-Candi di Trowulan merupakan peninggalan kerajaan Majapahit. Candi yang pertama adalah Candi Brahu. Candi Brahu merupakan Candi Budha konon yang dulunya sebagai tempat pembakaran jenazah raja-raja Majapahit. Candi yang kedua adalah Candi Gentong, nama Candi Gentong adalah nama yang diberikan berdasarkan awal ditemukan. Pada saat awal ditemukan, lokasi Candi Gentong tertimbun oleh tanah yang menggunung dan membentuk seperti gentong. Candi yang ketiga adalah Candi Kedaton, Candi ini dipercaya dimasa lalu merupakan tempat tinggal seseorang yang memiliki jabatan atau berpengaruh dimasa itu atau bahkan keluarga bangsawan kerajaan. Candi yang keempat adalah Candi Bajang Ratu, penamaan Candi Bajang Ratu ini berhubungan dengan salah satu raja kerajaan Majapahit yaitu Raja Jayanegara. Raja Jayanegara adalah seorang

raja yang dinobatkan sebagai raja ketika masih kecil, sehingga kata Bajang yang artinya kerdil dan digabung dengan kata ratu sehingga menjadi sebutan gelar ratu bajang atau bajang ratu bagi raja Jayanegara. Candi Bajang Ratu dibangun untuk memperingati wafatnya Raja Jayanegara. Candi yang kelima adalah Candi Tikus. Nama Candi Tikus diberikan oleh masyarakat karena pada saat dilakukan penggalian lokasi itu merupakan sarang tikus yang jumlahnya luar biasa banyak. Candi Tikus merupakan sebuah pemandian yang disucikan oleh pemeluk agama Hindu dan Buddha pada masa Majapahit. Candi yang terakhir adalah Candi Wringin Lawang. Nama Wringin Lawang berasal karena dulunya candi ini diapit oleh 2 pohon beringin kiri dan kanan.

2. Candi-Candi di Trowulan memiliki keindahan serta ciri khas yang berbeda-beda pada setiap candinya
3. Fasilitas yang tersedia di setiap candi seperti taman yang luas dan indah, toilet dan lahan parkir.
4. Pengunjung yang datang ke Candi-Candi di Trowulan rata-rata pada usia pelajar seperti SD dan SMP yang berusia antara umur 7-13 tahun. Sedangkan pengunjung pada usia dewasa dengan rentang umur 18-40 tahun cenderung lebih sedikit jumlahnya oleh karena itu video promosi ini ditujukan untuk usia dewasa dengan rentang umur 18-40 tahun.
5. Pengunjung yang datang ke Candi-Candi di Trowulan biasanya bertujuan untuk rekreasi, edukasi, kegiatan keagamaan maupun mengikuti *event-*

event yang diadakan oleh Kabupaten Mojokerto maupun masyarakat sekitar.

6. Media promosi yang sudah dilakukan berupa : video dan brosur.

4.2.3 Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil pengamatan dan pengumpulan analisa data, lalu tahap reduksi data dan dilanjutkan ke tahap penyajian data, maka didapatkan kesimpulan bahwa Candi-Candi di Trowulan merupakan peninggalan kerajaan Majapahit yang saat ini dijadikan sebagai tempat wisata Kabupaten Mojokerto. Candi-Candi di Trowulan memiliki keindahan serta ciri khas yang berbeda-beda di setiap candinya. Dengan Fasilitas taman yang luas dan indah, toilet, serta lahan parkir.

Pengunjung yang datang ke Candi-Candi di Trowulan rata-rata pada usia pelajar seperti SD dan SMP yang berusia antara umur 7-13 tahun. Tujuan pengunjung yang datang adalah untuk berwisata, beredukasi, melakukan kegiatan keagamaan, maupun mengikuti event yang diadakan.

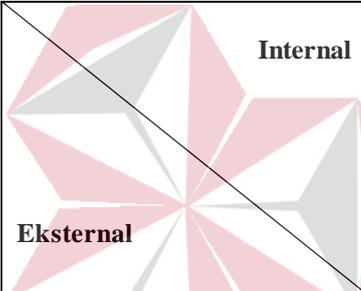
Pengunjung Candi-Candi di Trowulan saat ini untuk kalangan dewasa dengan rentang umur 18-40 tahun tidak sebanyak pengunjung usia pelajar. Hal ini disebabkan karena belum adanya video promosi yang fokus untuk mempromosikan Candi-Candi di Trowulan. Oleh karena itu diperlukan pembuatan video promosi khususnya wisata Candi-Candi di Trowulan agar dikenal dan meningkatkan minat di kalangan usia dewasa.

4.3 Konsep atau Keyword

4.3.1 SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, Threat)

Analisa SWOT pada perancangan video promosi Candi-Candi di Trowulan sebagai upaya mengenalkan wisata sejarah Mojokerto dapat dilihat pada tabel 4.1 berikut:

Tabel 4.1 Tabel SWOT Perancangan Video Promosi Candi-Candi di Trowulan Sebagai Upaya Mengenalkan Wisata Sejarah Mojokerto

| | | |
|---|---|--|
|  | <p>Strength</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ciri khas yang berbeda pada setiap candi - Candi-Candi di Trowulan banyak mengalami pemugaran, sehingga wisatawan dapat melihat bentuk aslinya | <p>Weakness</p> <ul style="list-style-type: none"> - Kurangnya fasilitas-fasilitas untuk kegiatan pariwisata - Kurangnya promosi yang dilakukan oleh pihak pengelola dalam mengenalkan Candi – Candi Trowulan |
| <p>Opportunity</p> <ul style="list-style-type: none"> - Kemajuan teknologi yang dapat dijadikan media promosi - Terdapat acara-acara rutin tiap tahunnya yang diadakan oleh warga sekitar maupun pemerintah daerah | <p>S – O</p> <ul style="list-style-type: none"> - Memaksimalkan keunikan & kekayaan budaya melalui media promosi agar menjadi lebih menarik dan mudah di akses - Meningkatkan acara rutin dan mempublikasikannya dengan baik | <p>W – O</p> <ul style="list-style-type: none"> - Menjadikan Candi-Candi di Trowulan sebagai salah satu destinasi wisata sejarah unggulan di Kabupaten Mojokerto - Merancang video promosi dalam upaya mengenalkan pariwisata Kabupaten Mojokerto |
| <p>Threat</p> <ul style="list-style-type: none"> - Aktifitas masyarakat dan wisatawan dapat merusak kawasan objek wisata - Lama tinggal wisatawan sangat rendah, karena kurangnya akomodasi yang ada di sekitar kawasan Candi | <p>S – T</p> <ul style="list-style-type: none"> - Merancang promosi candi-candi yang memberikan informasi pada setiap obyek wisata - Merancang promosi candi-candi yang mempengaruhi wisatawan tetap melestarikan kawasan wisata | <p>W – T</p> <ul style="list-style-type: none"> - Merancang promosi yang melibatkan masyarakat sekitar - Mengupayakan kesadaran masyarakat dan wisatawan dalam menjaga dan melestarikan Candi-Candi di Trowulan |
| <p>Strategi Utama : Merancang video promosi Candi-Candi di Trowulan yang menampilkan ciri khas candi serta memberikan informasi guna menarik minat wisatawan untuk berkunjung di salah satu destinasi wisata sejarah unggulan Kabupaten Mojokerto.</p> | | |

4.3.2 STP (Segmentation, Targeting, Positioning)

1. *Segmentation*

Dalam perancangan video promosi candi-candi di Trowulan sebagai upaya mengenalkan wisata sejarah Mojokerto, 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 *audience* pada perancangan video ini adalah umur 18-40 tahun yang mempunyai rasa keingintahuan tinggi, suka mencari informasi melalui media, menyukai hal baru, aktifitas padat dan butuh refreshing.

3. *Positioning*

Video promosi ini akan memberikan visual baru dari video sebelumnya, dengan mengangkat keindahan tiap-tiap Candi sebagai destinasi wisata sejarah unggulan di Kabupaten Mojokerto yang diharapkan dapat

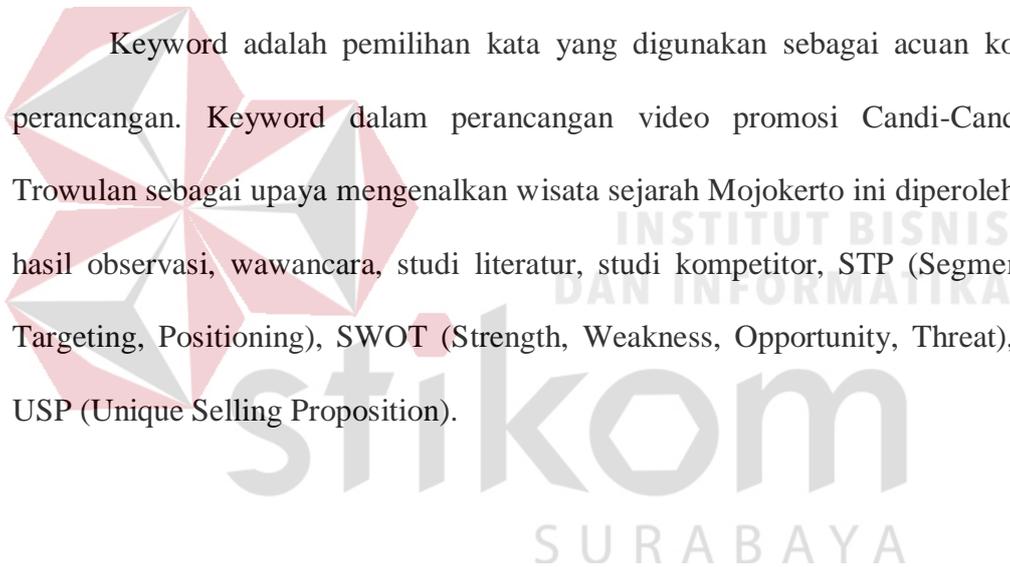
merangkul berbagai calon wisatawan dengan berbagai kelas sosial, gaya hidup, usia, maupun jenis kelamin.

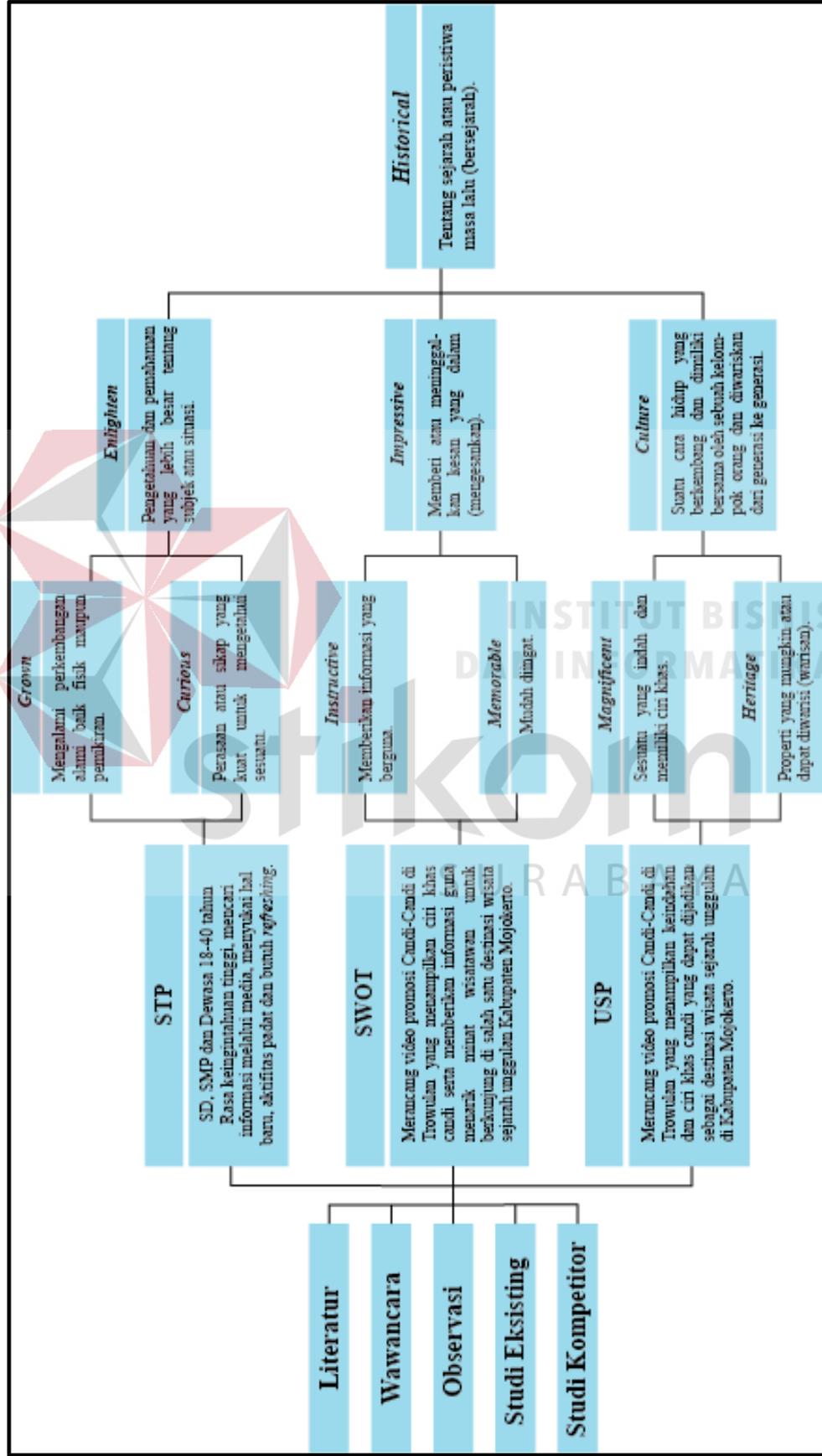
4.3.3 USP (Unique Selling Proposition)

Merancang video promosi Candi-Candi di Trowulan yang menampilkan keindahan dan ciri khas Candi yang dapat dijadikan sebagai destinasi wisata sejarah unggulan di Kabupaten Mojokerto.

4.3.4 Keyword

Keyword adalah pemilihan kata yang digunakan sebagai acuan konsep perancangan. Keyword dalam perancangan video promosi Candi-Candi di Trowulan sebagai upaya mengenalkan wisata sejarah Mojokerto ini diperoleh dari hasil observasi, wawancara, studi literatur, studi kompetitor, STP (Segmentasi, Targeting, Positioning), SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, Threat), dan USP (Unique Selling Proposition).





Gambar 4.10 Analisa Keyword
(Sumber: Hasil Olahan Peneliti 2018)

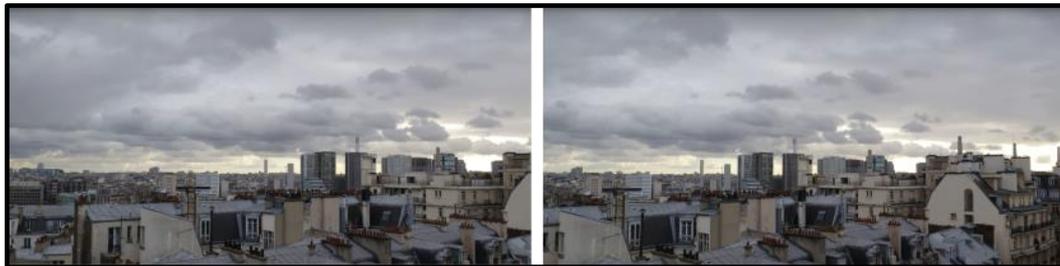
4.3.5 Deskripsi Konsep

Konsep perancangan video promosi Candi-Candi di Trowulan adalah “*Historical*”. Deskripsi dari “*Historical*” adalah Tentang sejarah atau peristiwa masa lalu (bersejarah). Konsep “*Historical*” bertujuan untuk menunjukkan Candi-Candi di Trowulan merupakan warisan budaya yang dapat dijadikan wisata sejarah unggulan terbesar di Mojokerto yang memiliki keindahan serta ciri khas untuk menarik wisatawan dan diharapkan Candi-Candi di Trowulan dapat memberikan kesan bagi wisatawan.

Pemilihan musik dalam video ini menggunakan musik instrumental yang merupakan musik tradisional Majapahit dengan narasi yang puitis. Warna menggunakan warna Cream yang dimana mewakili konsep *Historical*, warna *Cream* memiliki makna klasik yang nantinya akan diimplementasikan pada media pendukung. Perancangan video promosi Candi-Candi di Trowulan ini diharapkan dapat membuat masyarakat tertarik untuk berwisata di Kabupaten Mojokerto.

4.4 Ide & Konsep

Merancang sebuah video promosi yang mengekspos segala potensi keindahan yang dimiliki Candi-Candi di Trowulan. Dengan ini untuk mewakili konsep “*Historical*” untuk komposisi video, yang dipakai adalah *camera movement* dominan menggunakan *panning* untuk menampilkan kondisi Candi-Candi di Trowulan, dan keindahan lain disekitar Candi.



Gambar 4.11 Panning

(Sumber : <https://www.youtube.com/watch?v=OskvGAj9p1Q>)

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



Gambar 4.12 Selective Focus

(sumber : <https://www.youtube.com/watch?v=zlt2AUYU2DY>)

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

4.5 Pemilihan Lokasi & Riset

Dari permasalahan yang ada, ditentukanlah lokasi untuk perancangan ini, lokasi yang dipilih adalah 6 Candi yang ada di Trowulan Mojokerto, 6 Candi tersebut adalah Candi Brahu, Candi Gentong, Candi Kedaton, Candi Bajang Ratu, Candi Tikus dan Candi Wringin Lawang. Candi-Candi ini terpilih berdasarkan hasil observasi yang dilakukan, dimana keenam Candi ini mempunyai ciri khas masing-masing. Candi Brahu terlihat megah dan memiliki taman luas yang cocok untuk bersantai bersama keluarga di akhir pekan sambil bermain-main di area

Candi dan juga cocok untuk belajar sejarah, kemudian Candi Gentong yang cocok untuk wisata edukasi dan bersantai, selanjutnya Candi Kedaton dimana disana terdapat sebuah sumur yang biasa disebut sumur upas dan Candi Kedaton cocok untuk wisata edukasi, lalu Candi Bajang Ratu memiliki bentuk yang unik seperti gapura namun memiliki atap yang cocok untuk wisata edukasi, bersantai bersama keluarga di akhir pekan sambil bermain-main di area Candi, selanjutnya Candi Tikus memiliki bentuk yang unik karena terdapat air disekitar bangunan Candi yang cocok untuk wisata edukasi maupun bersantai dan yang terakhir adalah Candi Wringin Lawang berbentuk seperti gapura yang cocok untuk wisata edukasi dan bersantai. Dari keunikan masing-masing Candi sangat cocok untuk menarik wisatawan berkunjung ke Candi-Candi Trowulan Mojokerto.

4.6 Perancangan Kreatif

4.6.1 Tujuan Kreatif

Perancangan video promosi Candi-Candi di Trowulan sebagai upaya mengenalkan wisata sejarah Mojokerto. Video ini memiliki tujuan untuk mengenalkan Candi-Candi di Trowulan agar dapat dinikmati audiens dan dapat menarik wisatawan untuk berkunjung.

Penerapan desain yang digunakan diantaranya adalah *X-banner*, *Poster*, *T-shirt*, *Gantungan Kunci* dan *Stiker* yang diharapkan media – media tersebut dapat menjadikan masyarakat lebih mengenal Candi-Candi di Trowulan sebagai wisata sejarah Mojokerto.

4.6.2 Strategi Kreatif

Untuk memenuhi tujuan perancangan tersebut maka diperlukan sebuah strategi dalam perancangan promosi ini. Salah satu strategi yang dipakai adalah dengan menampilkan keindahan serta ciri khas yang berbeda pada setiap Candingnya.

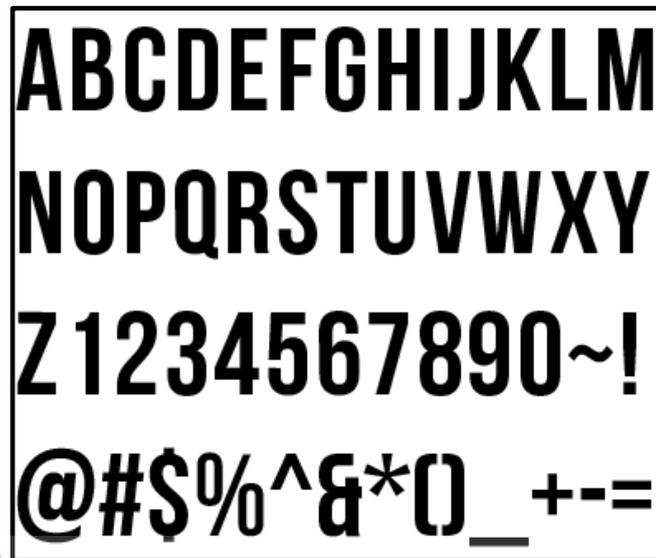
1. Jenis dan Ukuran Video

| | |
|----------------|-----------------|
| Jenis Video | : Video Promosi |
| Durasi | : 3.48 menit |
| Resolusi Video | : 1920 x 1080 |
| FPS | : 30 FPS |
| 2. Bahasa | |

Dalam perancangan video ini menggunakan Bahasa Indonesia dengan tujuan *audiens* dapat memahami informasi yang disuguhkan.

3. Tipografi

Font yang dipilih adalah *Bebas Neue* karena memiliki keterbacaan yang jelas serta memiliki tingkat ketebalan yang beragam.



Gambar 4.13 Bebas Neue Font

(Sumber : <https://www.dafont.com/bebas-neue.font>)

4. Warna

Warna yang digunakan pada media pendukung perancangan ini yaitu warna *Cream* yang dimana mewakili konsep *historical*, warna *Cream* memiliki makna klasik yang nantinya akan diimplementasikan pada media pendukung.



Gambar 4.14 Warna Cream

(Sumber : https://www.colourlovers.com/palette/2701779/sienna_cream)

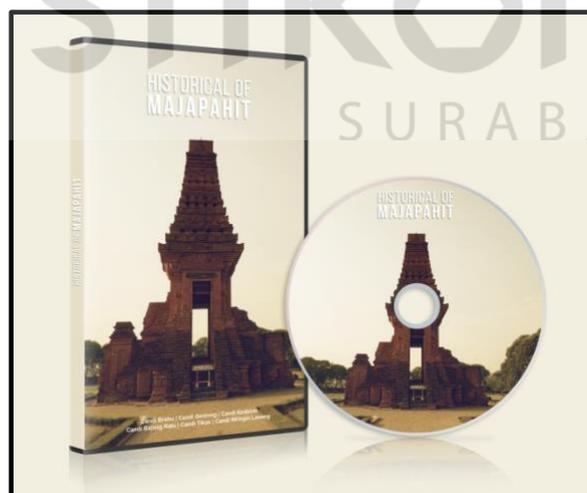
5. Judul Video

Pada perancangan ini, judul video yang digunakan adalah “*Historical of Majapahit*”. *Historical* memiliki arti bersejarah. Pemilihan judul tersebut sesuai dengan tema cerita serta pesan yang ingin disampaikan video ini. Lalu “of Majapahit” menunjukkan peninggalan bangunan Candi kerajaan Majapahit.

4.7 Strategi Media

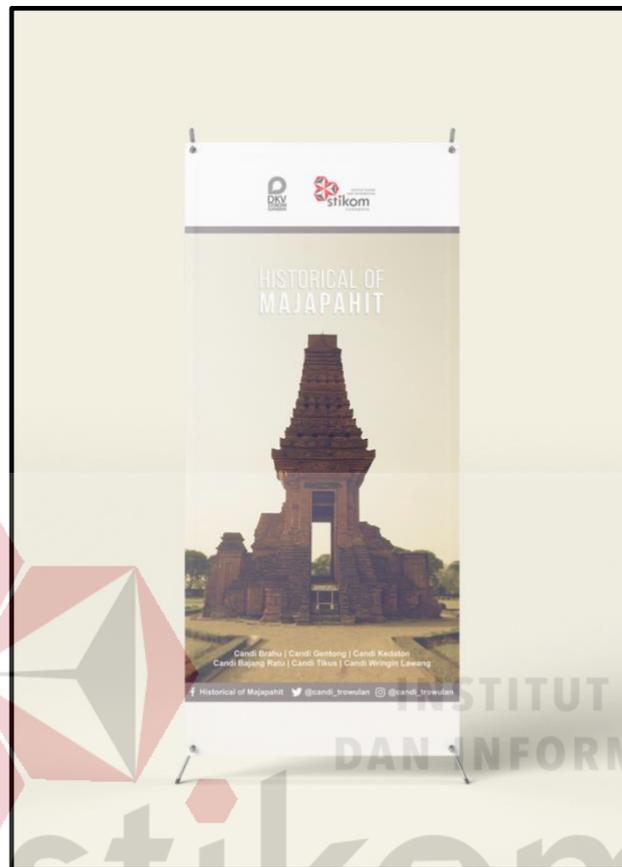
Strategi media perlu dilakukan supaya tercapai tujuan perancangan. Terdapat dua media yang digunakan pada perancangan ini, yaitu media utama berupa video promosi serta media pendukungnya berupa *X-banner*, *Poster*, *T-shirt*, *Gantungan Kunci* dan *Stiker*.

1. DVD



Gambar 4.15 DVD
(Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2018)

2. *X-banner*



Gambar 4.16 X-banner
(Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2018)

X-banner digunakan sebagai media pendukung dengan tujuan sebagai media promosi dan diletakkan ketika sedang melakukan pameran dan juga pada saat terdapat wisatawan yang berkunjung.

3. Poster

**Gambar 4.17 Poster**

(Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2018)

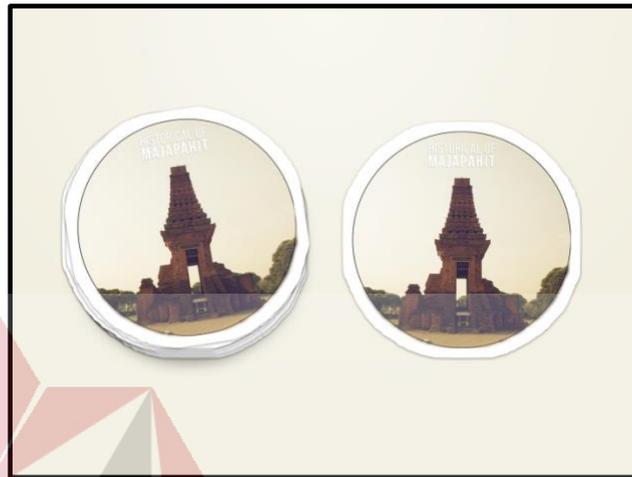
Desain poster menampilkan informasi mengenai sosial media dan website Badan Pelestarian Cagar Budaya Jawa Timur agar calon wisatawan yang melihat dapat mencari informasi langsung di halaman sosial media ataupun website tersebut. Poster ini ditempatkan pada kantor biro-biro pariwisata.

4. *T-shirt***Gambar 4.18 T-shirt**

(Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2018)

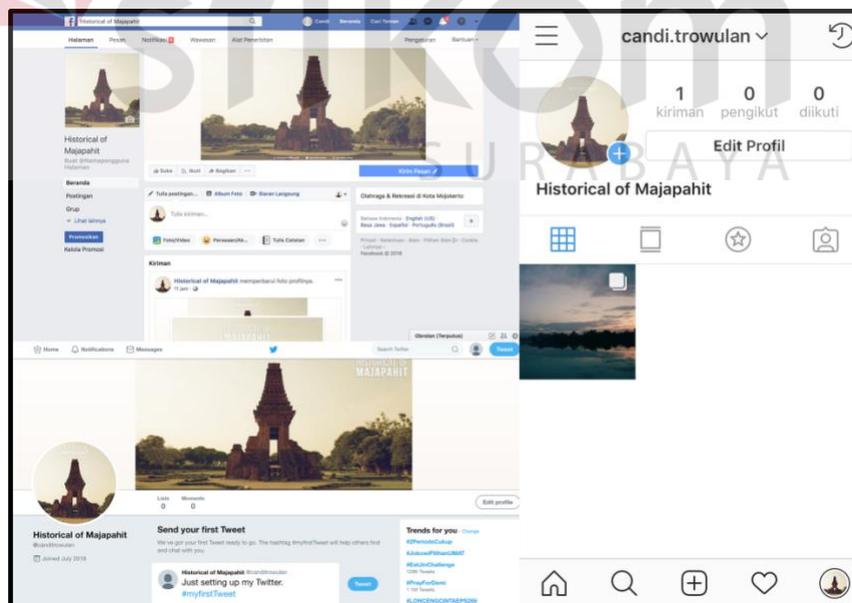
T-shirt merupakan media pendukung yang efektif. Dapat digunakan sebagai cinderamata wisatawan yang datang ke Candi-Candi Trowulan.

5. Stiker



Gambar 4.19 Stiker
(Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2018)

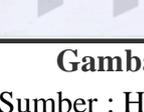
6. Sosial Media



Gambar 4.20 Sosial Media
(Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2018)

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.

4.8 Storyboard

| Gambar | Durasi | Notasi | Deskripsi |
|---|-----------|--|--|
| ALPHA DREAM | 1-4 detik | | - Intro |
|  | 1-5 detik | Mechanical of storyboard | - Opening - Timeline - Lokasi: Pulau Segara |
|  | 1-6 detik | Ketepatan storyboard & timeline yang merupakan hasil penggabungan awal sehingga menjadi storyboard yang baik | - Caption: Kondisi Wisatawan - Lokasi: Pantai wisata di kawasan - Lokasi: Pantai wisata di kawasan - Lokasi: Pantai wisata di kawasan - Lokasi: Pantai wisata di kawasan |
|  | 1-7 detik | Cardi timeline Lokasi: Pantai wisata di kawasan Lokasi: Pantai wisata di kawasan Lokasi: Pantai wisata di kawasan Lokasi: Pantai wisata di kawasan | - High angle - Lokasi: Pantai wisata di kawasan |
|  | 1-8 detik | | - Planning - Lokasi: Pantai wisata di kawasan |

Gambar 4.21 Storyboard 1
(Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2018)

| Gambar | Durasi | Plotting | Deskripsi |
|--------|-----------|---|---|
| | 1-5 detik | Condri Kotakan anda-pada-nya terhadap Selayang yang mendaki Selayang atau Selayang yang tersebut | - Drone - Lokasi : Condri Kotakan |
| | 1-1 detik | | - Drone - Lokasi : Condri Kotakan |
| | 1-6 detik | Condri Teras adalah perumahan yang dibangun oleh Pleasant Agung Mandi dan Selayang pada masa Majapahit | - Drone - Lokasi : Condri Teras |
| | 1-7 detik | | - Drone - Lokasi : Condri Teras |
| | 1-1 detik | Condri Bering Pan adalah salah satu rumah yang dibangun oleh Selayang | - Drone - Lokasi : Condri Bering Pan |

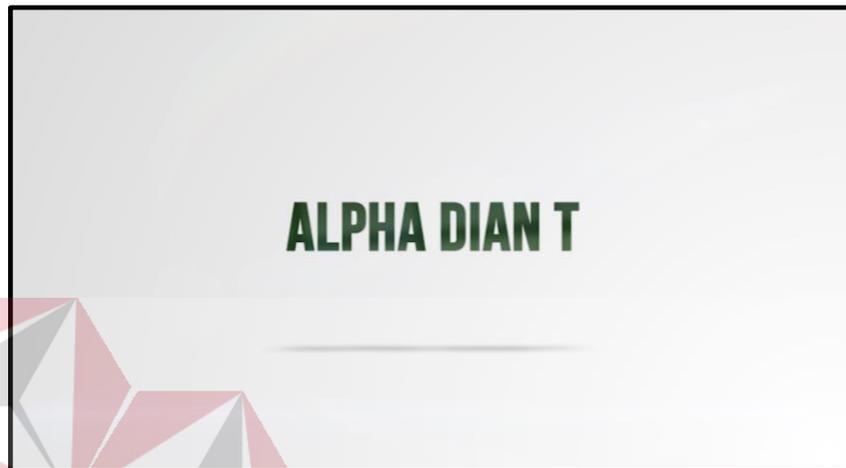
Gambar 4.22 Storyboard 2
(Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2018)

| Gambar | Durasi | Plotting | Deskripsi |
|--------|-----------|---|---|
| | 1-5 detik | | - Drone - Lokasi : Condri Bering Pan |
| | 1-7 detik | Condri Gantung adalah rumah yang dibangun oleh Selayang pada masa Majapahit | - Drone - Lokasi : Condri Gantung |
| | 1-2 detik | | - Drone - Lokasi : Condri Gantung |
| | 1-5 detik | Condri Teras adalah rumah yang dibangun oleh Pleasant Agung Mandi dan Selayang pada masa Majapahit | - Drone - Lokasi : Condri Teras |
| | 1-5 detik | Mengapa Condri di Kondri anda-pada-nya terhadap Selayang yang mendaki Selayang atau Selayang yang tersebut | - Drone - Lokasi : Condri Bering Pan |

Gambar 4.23 Storyboard 3
(Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2018)

4.9 *Final Artwork*

Hasil akhir dari *project* ini berupa video promosi yang berjudul “*Historical of Majapahit*” yang berdurasi 3:45 dengan format *H.264*.



Gambar 4.24 *Opening*
(Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2018)

Opening pada bagian awal menunjukkan pembuka dari video ini yang menampilkan nama.



Gambar 4.25 *Sunset*
(Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2018)

Timelapse matahari terbit untuk menunjukkan indahnya sinar matahari dan awan yang bergerak cepat, warna langit biru dan oranye membuat sangat unik.



Gambar 4.26 Candi Wringin Lawang
(Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2018)

Pada *shot* ini menunjukkan Candi Wringin Lawang berbentuk seperti Gapura.



Gambar 4.27 Candi Kedaton
(Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2018)

Pada bagian ini menunjukkan di Candi Kedaton terdapat sebuah sumur yang biasa disebut sumur upas.



Gambar 4.28 Candi Tikus
(Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2018)

Candi Tikus memiliki bentuk yang unik karena terdapat air disekitar bangunan Candi.



Gambar 4.29 Candi Bajang Ratu
(Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2018)

Pada *shot* ini menunjukkan Candi Bajang Ratu memiliki bentuk yang unik seperti gapura namun memiliki atap.



Gambar 4.30 Candi Gentong
(Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2018)

Pada shot ini menunjukkan bangunan Candi Gentong yang sudah tidak berbentuk lagi.



Gambar 4.31 Penutup
(Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2018)

Menampilkan logo DKV Stikom Surabaya dan logo Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya menandakan berakhirnya video.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dari hasil implementasi karya pada pembahasan sebelumnya dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Tujuan utama perancangan ini ialah merancang video promosi untuk mengenalkan Candi-Candi di Trowulan sebagai wisata sejarah Mojokerto.
2. Konsep yang digunakan dalam perancangan ini berasal dari *Key Communication Message* yaitu *Historical*. Deskripsi dari "*Historical*" adalah Tentang sejarah atau peristiwa masa lalu (bersejarah). Konsep "*Historical*" bertujuan untuk menunjukkan Candi-Candi di Trowulan merupakan warisan budaya yang dapat dijadikan wisata sejarah unggulan terbesar di Mojokerto yang memiliki keindahan serta ciri khas untuk menarik wisatawan dan diharapkan Candi-Candi di Trowulan dapat memberikan kesan bagi wisatawan..
3. Konsep "*Historical*" diimplementasikan kedalam video promosi dan diaplikasikan kedalam media pendukung berupa : X-banner, Poster, *T-shirt*, Gantungan Kunci dan Stiker.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil yang sudah dilakukan, berikut saran yang dapat diberikan :

1. Pihak Disporabudpar Kabupaten Mojokerto dan Balai Pelestarian Cagar Budaya Jawa Timur diharapkan dapat memaksimalkan kegiatan kepariwisataan dengan tujuan mengenalkan dan menarik minat para wisatawan untuk berkunjung ke Candi-Candi Trowulan.
2. Diharapkan penelitian ini dapat dilanjutkan dengan perancangan yang berbeda seperti perancangan video animasi sebagai upaya mengenalkan Candi-Candi Trowulan.



DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku

- A.J, Muljadi. 2012. *Kepariwisata dan Perjalanan*. Jakarta: Raja Grafindo
- Ariesto Hadi, Sutopo dan Andrianus Arief. 2010. *Terampil Mengolah Data Kualitatif*. Jakarta: Prenada Media Group
- Arnawa, Bagus L. 1998. *Mengenal Peninggalan Majapahit Di Daerah Trowulan*. Mojokerto: Koperasi Pegawai Republik Indonesia Purbakala
- Bluth, D. 2004. *The Art of Storyboard*. China: DH Press
- Bungin, Burhan. 2001. *Metodologi Penelitian Sosial: Format-format Kuantitatif dan Kualitatif*. Surabaya: Airlangga University Press
- Cubbit, S. 1993. *Videography: Video Media As Art And Culture*. Melbourne: Pelgrave Macmillan
- Cummins, Julian. 1991. *Promosi Penjualan*. Jakarta: Binarupa Aksara
- Djoko. 1991. *Trowulan Bekas Ibu Kota Majapahit*. Jakarta: Balai Pustaka
- Harjanto, Rudi. 2009. *Prinsip-Prinsip Periklanan*. Jakarta: Gramedia
- I.G. Bagus L, Arnawa. 2004. *Mengenal Peninggalan Majapahit Di Daerah Trowulan*. Mojokerto: Koperasi Pegawai Republik Indonesia (KPRI) Purbakala.
- Jefkins, Frank. 1996. *Periklanan*. Jakarta: Erlangga

- Kasali, Rhenald. 1995. *Manajemen Periklanan*. Jakarta: Pustaka Grafiti
- Kotler. 1992. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta: Midas Surya Grafindo
- Marpaung, Happy & Herman Bahar. 2000. *Pengantar Pariwisata*. Bandung: Alfabeta
- Maryanto, Daniel A. 2007. *Candi Masa Majapahit*. Yogyakarta: Citra Aji Parama
- Marzuki. 2000. *Metodologi Riset*. Yogyakarta: UII Press
- Pendit, Nyoman S. 1967. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Jakarta: Pradnya Paramita
- Rangkuti, Freddy. 2009. *Strategi Promosi yang Kreatif*. Jakarta: Gramedia
- R. Soekmono. 1997. *Candi: Fungsi dan Pengertiannya*. Semarang: IKIP Semarang Press
- Saladin, Djaslim, 2003. *Intisari Pemasaran dan Unsur-unsur Pemasaran*. Bandung: Linda Karya
- Sanyoto, Sadjiman. 2009. *Nirmana: Elemen-elemen Seni dan Desain*. Yogyakarta: Jalasutra
- Sarwono Jonathan dan Lubis Hary. 2007. *Metode Riset untuk Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Andi
- Suwantoro, Gamal. 2004. *Dasar – Dasar Pariwisata*. Yogyakarta: Andi
- Wijaya Sukma, Bambang. 2011. *Iklan Ambient Media Konsep, Strategi dan Implementasi*. Malang: UB Press

Sumber Jurnal

Elok, Sofiyah. 2016. *Pembuatan game bergenre arcade puzzle sebagai upaya mengenalkan candi-candi di Trowulan Mojokerto kepada Anak dengan judul "Construct Temple"*

Anwar, Khairil. 2009. *Potensi Wisata Budaya Situs Sejarah Peninggalan Kerajaan Majapahit di Trowulan Mojokerto*. Jurnal Sastra dan Seni Rupa

Sumber Website

<http://mojokertokab.go.id>

Diakses 6 Maret 2018

