



**PERANCANGAN VIDEO PROMOSI SAMBANG SEGORO DESA  
PUJIHARJO KABUPATEN MALANG SEBAGAI UPAYA  
MENINGKATKAN JUMLAH KUNJUNGAN WISATAWAN**



**OLEH**

**RYAN BINTANG SAPUTRA**

**15420100014**

---

**FAKULTAS TEKNOLOGI DAN INFORMATIKA**

**INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA STIKOM SURABAYA**

**2019**

**PERANCANGAN VIDEO PROMOSI SAMBANG SEGORO DESA  
PUJIHARJO KABUPATEN MALANG SEBAGAI UPAYA  
MENINGKATKAN JUMLAH KUNJUNGAN WISATAWAN**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan

Tugas Akhir :



Disusun Oleh :

: Ryan Bintang Saputra

: 15420100014

: S1 (Strata Satu)

: Desain Komunikasi Visual

INSTITUT BISNIS  
DAN INFORMATIKA  
**stikom**  
SURABAYA

**FAKULTAS TEKNOLOGI DAN INFORMATIKA**

**INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA STIKOM SURABAYA**

**2019**

**Tugas Akhir**

**PERANCANGAN VIDEO PROMOSI SAMBANG SEGORO DESA  
PUJIHARJO KABUPATEN MALANG SEBAGAI UPAYA  
MENINGKATKAN JUMLAH KUNJUNGAN WISATAWAN**

Dipersiapkan dan disusun oleh :

**Ryan Bintang Saputra**

**Nim : 15420100014**

Telah diperiksa, diuji dan disetujui oleh Dewan Pembahas

Pada : 30 Juli 2019

**Susunan Dewan Pembahas**

Pembimbing :

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

NIDN 0726027101

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

NIDN 0720028701

Pembahas :

I. **Florens Debora Patricia, M.Pd**

NIDN 0720048905

*Fut  
Z  
FDB*

Tugas Akhir ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk

memperoleh gelar sarjana



**Dr. Jusak**

**NIDN 0708017101**

**Dekan Fakultas Teknologi dan Informatika**

**INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA STIKOM SURABAYA**

2019



Scanned with  
CamScanner

## SURAT PERNYATAAN

### PERSETUJUAN PUBLIKASI DAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Sebagai mahasiswa Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya, saya :

Nama : Ryan Bintang Saputra  
NIM : 15420100014  
Program Studi : S1 – Desain Komunikasi Visual  
Fakultas : Fakultas Teknologi Dan Informatika  
Jenis Karya : Tugas Akhir  
Judul Karya

### “PERANCANGAN VIDEO PROMOSI SAMBANG SEGORO DESA PUJIHARJO KABUPATEN MALANG SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN JUMLAH KUNJUNGAN WISATAWAN”

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 Royalty 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 sebagian maupun 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 kesarjanaan yang telah diberikan kepada saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 30 Juli 2019,



Ryan Bintang Saputra  
NIM : 15420100014



Scanned with  
CamScanner

## ABSTRAK

Desa Pujiharjo merupakan salah satu desa wisata yang berada di Kabupaten Malang, Jawa Timur. Saat berkunjung ke desa tersebut wisatawan akan ditawari paket wisata Sambang Segoro untuk menikmati atraksi wisata yang menjadi poin utama yang menantang *adrenaline* saat berkunjung. Hal ini dapat membuat objek wisata tersebut memiliki nilai jual tinggi bagi masyarakat yang bertempat tinggal di sekitar pantai tersebut. Akan tetapi pantai ini masih belum banyak khalayak umum yang mengetahui informasi tentang wisata Sambang Segoro di Desa Pujiharjo. Dari hasil penelitian wawancara dengan pengelola pantai setiap tahun kunjungan menjadi menurun. Hal ini terjadi karena kurangnya informasi dan sebuah media yang mendukung untuk mempromosikan pantai tersebut. Maka perlunya sebuah tindakan yang dapat membantu untuk menunjang perkembangan pantai tersebut untuk lebih maju maupun untuk meningkatkan jumlah kunjungan yang datang ke Pantai Sipelot. Dari permasalahan yang disimpulkan peneliti membuat perancangan video promosi dengan menggunakan teknik kualitatif deskriptif untuk menunjang kemajuan pantai tersebut dengan membuat video promosi yang dapat disebarluaskan melalui media sosial seperti Instagram, Youtube, dan Facebook dan media pendukung lainnya peneliti menyediakan media promosi klasik yaitu dengan menggunakan brosur, *x-banner* dan *Merchandise*.

**Kata kunci :** Video promosi, Program wisata, Sambang Segoro, Desa Pujiharjo, *Extraordinary*



## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat dan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan Laporan Tugas Akhir yang berjudul “Perancangan Video Promosi Sambang Segoro Desa Pujiharjo kabupaten Malang Sebagai Upaya Meningkatkan Jumlah Kunjungan Wisatawan”.

Melalui kesempatan ini, penulis hendak menyampaikan ucapan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu penyelesaian Laporan Tugas Akhir ini, terutama kepada yang terhormat:

1. Istriharyani selaku bunda saya
2. Prof. Dr. Budi Jatmiko, M.Pd selaku Rektor Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya..
3. Siswo Martono, S.Kom, M.M. selaku dosen pembimbing I.
4. Dhika Yuan Yursima, M.Ds. selaku Kepala Program Studi dan dosen pembimbing II.
5. Florens Debora Patricia, M.Pd selaku dosen pembahas.
6. Bapak yoyot selaku Podarwis Desa Pujiharjo
7. Hilda Maharani membantu dan memberi semangat
8. Ardony S M selaku partner produksi video.
9. Basri Hartono Selaku aktor dalam video promosi

Akhir kata, penulis memohon maaf apabila terdapat kesalahan kata kata yang kurang berkenan terima kasih.

Surabaya, 30 Juli 2019

Penulis

## LEMBAR MOTTO



*“Terus belajar , terus berusaha tiada akhir.*

## LEMBAR PERSEMBAHAN



*Kupersembahkan kepada Allah SWT, Kedua Orang Tua yang kucintai, Bapak Ibu  
Dosen yang kuhormati, Teman yang kuhargai dan kekasih yang selalu mendukungku  
disamping saya*

## DAFTAR ISI

<b>SURAT PERNYATAAN .....</b>	Error! Bookmark not defined.
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>v</b>
<b>LEMBAR MOTTO.....</b>	<b>vi</b>
<b>LEMBAR PERSEMPAHAN .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xvii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xxii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	9
1.3 Batasan Masalah.....	9
1.4 Tujuan .....	9
1.5.2 Manfaat Praktis .....	10
<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>11</b>
2.1 Penelitian Terdahulu .....	11
2.2 Desa Pujiharjo .....	12
2.3 Pengertian Pantai.....	13
2.4 Media Promosi .....	13
2.4.1 Media.....	13
2.4.2Promosi .....	14

2.4.3 Definisi Media Promosi .....	14
2.4.4 Tujuan Media Promosi.....	15
2.4.5 Jenis Media Promosi .....	16
2.5 Video .....	17
2.5.1 Jenis Video.....	18
2.5.2 Pengertian <i>Editing</i> .....	18
2.5.3 Jenis-Jenis <i>Editing</i> .....	19
2.6 Storyboard.....	19
2.7 Sudut Pengambilan Gambar.....	20
2.8 Ukuran Gambar.....	22
2.9 Gerakan kamera .....	26
2.10 Warna .....	28
2.11 Tipografi.....	31
2.12 Tagline / Slogan .....	32
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>33</b>
3.1 Perancangan Penelitian .....	33
3.1.1 Jenis Penelitian.....	33
3.1.2 Subjek Penelitian.....	34
3.1.3 Objek Penelitian.....	34
3.1.4 Lokasi Penelitian.....	35
3.2 Teknik Pengumpulan Data.....	35
3.2.1 Observasi.....	35

3.2.2 Wawancara.....	36
3.2.3 Dokumentasi .....	37
3.2.4 Studi Kompetitor .....	38
3.2.5 Studi Literatur .....	38
3.3 Analisis Data .....	39
<b>BAB IV PEMBAHASAN.....</b>	<b>41</b>
4.1 Hasil Pengumpulan Data.....	41
4.1.1 Hasil Observasi .....	41
4.1.2 Hasil Wawancara .....	42
4.1.3 Dokumentasi .....	44
4.1.4 Studi Literatur.....	47
4.1.5 Studi Kompetitor.....	47
4.2 Hasil Analisa Data.....	49
4.2.1 Reduksi Data .....	49
4.2.2 Penyajian Data .....	52
4.2.3 Kesimpulan .....	53
4.3.1 Segmentasi, Targeting, Positioning ( STP ) .....	53
4.3.2 Unique Selling Proposition .....	55
4.3.2 Analisa SWOT .....	56
4.3.3 Keyword.....	58
4.3.4 Deskripsi Konsep .....	58
4.4 Perancangan Karya.....	59

4.4.1 Tujuan Kreatif .....	59
4.4.2 Strategi Kreatif .....	59
4.5 Implementasi video .....	81
4.6 Perencanaan Media Pendukung .....	108
4.6.1 Tujuan Media .....	108
4.6.2 Strategi Media Pendukung .....	108
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>114</b>
5.1 Kesimpulan .....	114
5.2 Saran .....	115
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>117</b>
<b>Lampiran .....</b>	Error! Bookmark not defined.
<b>BIODATA PENULIS .....</b>	Error! Bookmark not defined.

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pantai Sipelot.....	3
Gambar 1.2 Pantai Sipelot.....	4
Gambar 1.3 Air terjun wedi putih .....	5
Gambar 1.4 Watu Payung .....	5
Gambar 1.5 Pantai Tenger.....	7
Gambar 2.1 Pusat informasi pantai wisata Pujiharjo .....	12
Gambar 2.2 Bird eye view .....	20
Gambar 2.3 High angle .....	21
Gambar 2.4 Normal angle .....	21
Gambar 2.5 Frog level.....	21
Gambar 2.6 Low angle .....	22
Gambar 2.7 : Extreme close-up.....	22
Gambar 2.8 : Big close-up .....	23
Gambar 2.9 : close-up .....	23
Gambar 2.10 :Medium close-up.....	24
Gambar 2.11 Mid shoot.....	24
Gambar 2.12 Full shoot.....	25
Gambar 2.13 Long Shoot .....	25
Gambar 2.14 Pan.....	26
Gambar 2.15 Tilting .....	27
Gambar 2.16 Follow shoot.....	27
Gambar 2.17 Zooming .....	28

Gambar 3.1 Balai desa pujiharjo.....	37
Gambar 3.13 : Studi kompetitor.....	38
Gambar 4.1 Dudukan pantai sipelot.....	44
Gambar 4.2 Fasilitas umum pantai sipelot .....	45
Gambar 4.3 Fasilitas umum pantai sipelot .....	45
Gambar 4.4 Tebing tebing di sekitaran desa pujiharjo .....	46
Gambar 4.5 Sungai pantai sipelot .....	46
Gambar 4.6 Studi kompetitor.....	48
Gambar 4.7 Studi kompetitor.....	48
Gambar 4.8 Storyboard 1-4.....	67
Gambar 4.9 Storyboard 5-8.....	68
Gambar 4.10 Storyboard 9-12.....	69
Gambar 4.11 Storyboard 13-16.....	70
Gambar 4.12 Storyboard 17-20.....	71
Gambar 4.13 Storyboard 21-24.....	72
Gambar 4.14 Storyboard 25-28.....	73
Gambar 4.15 Storyboard 29-32.....	74
Gambar 4.16 Storyboard 33-36.....	75
Gambar 4.17 Storyboard 37-40.....	76
Gambar 4.18 Storyboard 41-44.....	77
Gambar 4.19 Storyboard 45-48.....	78
Gambar 4.20 Storyboard 49-51 .....	79
Gambar 4.21 <i>Tipografi</i> .....	80

Gambar 4.22 <i>Color image scale</i> .....	81
Gambar 4.24 Scene 1 .....	81
Gambar 4.25 Scene 2 .....	82
Gambar 4.26 Scene 3 .....	82
Gambar 4.27 Scene 4 .....	83
Gambar 4.28 Scene 5 .....	83
Gambar 4.29 Scene 6 .....	84
Gambar 4.30 Scene 7 .....	84
Gambar 4.31 Scene 8 .....	85
Gambar 4.32 Scene 9 .....	85
Gambar 4.34 Scene 10 .....	86
Gambar 4.35 Scene 11 .....	86
Gambar 4.36 Scene 12 .....	87
Gambar 4.37 Scene 13 .....	87
Gambar 4.38 Scene 14 .....	88
Gambar 4.39 Scene 15 .....	88
Gambar 4.40 Scene 16 .....	89
Gambar 4.41 Scene 17 .....	89
Gambar 4.42 Scene 18 .....	90
Gambar 4.43 Scene 19 .....	90
Gambar 4.44 Scene 20 .....	91
Gambar 4.45 Scene 21 .....	91
Gambar 4.46 Scene 22 .....	92

Gambar 4.47 Scene 23 .....	92
Gambar 4.48 Scene 24 .....	93
Gambar 4.48 Scene 25.....	93
Gambar 4.48 Scene 26.....	94
Gambar 4.49 Scene 27.....	95
Gambar 4.50 Scene 28.....	95
Gambar 4.51 Scene 29.....	95
Gambar 4.52 Scene 30.....	96
Gambar 4.53 Scene 31.....	96
Gambar 4.54 Scene 32.....	97
Gambar 4.55 Scene 33.....	97
Gambar 4.56 Scene 34.....	98
Gambar 4.57 Scene 35.....	98
Gambar 4.58 Scene 36.....	99
Gambar 4.59 Scene 37.....	99
Gambar 4.60 Scene 38.....	100
Gambar 4.61 Scene 39.....	100
Gambar 4.62 Scene 40.....	101
Gambar 4.63 Scene 41.....	101
Gambar 4.64 Scene 42.....	102
Gambar 4.65 Scene 43.....	102
Gambar 4.66 Scene 44.....	103
Gambar 4.67 Scene 45.....	103

Gambar 4.68 Scane 46.....	104
Gambar 4.69 Scane 47.....	104
Gambar 4.70 Scane 48.....	105
Gambar 4.71 Scane 49.....	105
Gambar 4.72 Scane 50.....	106
Gambar 4.73 Scane 51.....	106
Gambar 4.74 Scane 52.....	107
Gambar 4.75 Scane 53.....	107
Gambar 4.75 Sketsa Brosur.....	109
Gambar 4.76 Implementasi Desain Brosur.....	110
Gambar 4.77 Sketsa x-banner.....	110
Gambar 4.78 Implementasi Desain x- banner.....	111
Gambar 4.79 Sketsa t-shirt.....	111
Gambar 4.80 Implementasi Desain t-shirt.....	112
Gambar 4.81 Sketsa gantungan kunci.....	112
Gambar 4.82 Implementasi gantungan kunci.....	112
Gambar 4.83 Sketsa <i>note book</i> .....	113
Gambar 4.84 Implementasi Desain <i>note book</i> .....	113

**DAFTAR TABEL**

Tabel 1.1 Rekapan Data Pengunjung Desa Pujiharjo .....	8
Tabel 4.1 SWOT Sambang Segoro .....	57
Tabel 4.2 Keyword Sambang Segoro.....	58
Tabel 4.3 Storyline .....	61





## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar belakang**

Jawa timur memiliki beragam kekayaan alam yang luar biasa yang dapat dijadikan oleh masyarakat sekitar sebagai potensi untuk membuka peluang pariwisata. Keanekaragaman potensi wisata yang ada di Jawa timur yang sangat potensial dapat menarik perhatian banyak wisatawan domestik maupun internasional. Wisata di Jawa timur terbilang lengkap wisatawan dapat melakukan kunjungan untuk pendidikan maupun untuk sekedar melakukan relaksasi dengan mengunjungi berbagai wisata alam mulai dari objek wisata pegunungan, wisata bukit, wisata air terjun, wisata pantai dan lain sebagainya. Hampir di setiap kota atau kabupaten di Jawa timur memiliki objek wisata favorit bagi wisatawan. Salah satu objek wisata yang sangat favorit bagi wisatawan untuk dikunjungi adalah kota Malang, karena di kota Malang wisatawan disuguhkan dengan pesona alam yang menakjubkan.

Malang sendiri memiliki letak yang sangat strategis, hal ini diharapkan sarana dan prasarana mampu untuk menunjang dalam perekonomian secara dinamis sehingga dapat menjadikan proses untuk menuju perubahan kota ke arah yang lebih maju dengan meningkatkan pengelolaan jasa dan industri, termasuk juga dalam pariwisata. Malang juga memiliki berbagai tempat yang berpotensi

untuk dijadikan destinasi wisata, karena pesona keindahan alam yang sangat menawan dan kesejukan alam yang diberikan membuat banyak wisatawan yang berkunjung untuk menikmati keindahan alam di kota Malang. Dalam potensi pengembangan kepariwisataan di Kabupaten Malang perlu dikembangkan guna untuk menunjang pembangunan daerah dan pembangunan kepariwisataan (malangkota.go.id). Salah satu destinasi wisata yang dapat dikunjungi yaitu terletak di Desa Pujiharjo yang merupakan desa yang terletak di Kecamatan Tirtoyudo, Kabupaten Malang, Jawa Timur. Desa Pujiharjo merupakan sebuah desa yang memiliki berbagai potensi yang sangat beragam, yaitu mulai dari keindahan alam yang disajikan disetiap objek-objek nya yang dapat memanjakan mata para wisatawan yang datang ke desa ini.

Desa Pujiharjo merupakan desa yang terletak di Kecamatan Tirtoyudo, Kabupaten Malang, Jawa Timur. Meskipun akses untuk menuju desa Pujiharjo ini terbilang sedikit sulit dikarenakan akses jalan menuju desa ini harus melewati jalan yang tergolong sempit dan berkelok-kelok, namun akses jalan ini dapat dilalui dengan menggunakan roda dua ataupun roda empat. Akan tetapi ketika melewati perjalanan yang berkelok-kelok wisatawan yang berkunjung ke Desa Pujiharjo ini akan di suguhkan dengan pemandangan hamparan perkebunan dan pegunungan yang indah yang dapat memanjakan mata saat menuju ke desa Pujiharjo. Di desa Pujiharjo ini juga dikenal dengan memiliki objek wisata yang sangat indah dan wajib untuk dikunjungi oleh wisatawan, desa Pujiharjo memiliki tiga program wisata yang pertama Sambang Sedulur, Sambang Kebon, dan Sambang Segoro, akan tetapi potensi yang paling besar dimiliki Desa Pujiharjo adalah melalui pantai nya yang biasanya ditawarkan kepada wisatawan yaitu program Sambang Segoro.

Sambang Segoro ini dalam bahasa indonesia yang berarti (mengunjungi lautan) merupakan kegiatan mengajak wisatawan untuk mengunjungi berbagai macam pantai dan

objek yang ada di sekitaran desa Pujiharjo. Menurut Pak Yoyot sebagai kepala pengelola wisata desa Pujiharjo menjelaskan, saat Sambang Segoro wisatawan akan diajak berkeliling ke objek-objek yang berada di desa Pujiharjo contohnya seperti Pantai Sipelot, Air terjun Wedi putih, Watu Payung, dan Pantai Tenger. Objek yang pertama terdapat wisata pantai yang bernama Pantai Sipelot. Kata Sipelot sendiri diambil dari bahasa Belanda yaitu “Spelot” yang berarti persinggahan, menurut cerita masyarakat di Desa Pujiharjo dulu pantai sipelot ini menjadi tempat persinggahan atau tempat beristirahat bagi Belanda lalu menamainya dengan sebutan Spelot. Dan akhirnya kata Spelot tersebut diubah menjadi Sipelot sampai sekarang ini. Pantai Sipelot ini terbilang pantai yang unik yang memiliki pesona alam yang berbeda dengan pantai di kota Malang lainnya, pantai Sipelot ini berbentuk melingkar seperti sebuah teluk yang memiliki panjang 1300 meter panjang ini tidak termasuk dengan karang-karang dan tebing-tebing yang ada di sekitaran pantai.



Gambar 1.1 Pantai Sipelot  
Sumber : Penulis, 2019

Pantai Sipelot ini terletak di selatan Pulau Jawa di tepi Samudra Hindia yang memiliki pasir pantai yang berwarna kecoklatan dan air laut yang berwarna biru untuk memanjakan mata bagi wisatawan yang melihatnya, Pantai Sipelot memiliki kedalaman 15 meter lebih dengan memiliki ombak besar. Deburan ombak yang besar akan membuat wisatawan dapat merelaksasikan pikiran sejenak saat sampai di Pantai Sipelot ini. Di sepanjang perjalanan menuju objek wisata pengunjung akan ditemani dengan deretan

peohonan yang rindang dan segala pesona alamnya yang biasanya dapat digunakan wisatawan sebagai tempat berteduh dan mendirikan *hammock*, tidak hanya itu terdapat fasilitas yang telah disediakan Pantai Sipelot seperti ayunan yang langsung menghadap ke laut yang biasa digunakan sebagai *spot photo* wisatawan, lalu terdapat duduk kan kayu, meja dan gazebo bambu yang tersebar di pesisir Pantai Sipelot.

Pantai Sipelot ini memiliki sebuah keunikan tersendiri yaitu memiliki sebuah garis pantai yang sangat panjang dan menjadi pemisah antara air laut dan air tawar dari potensi tersebut yang dimiliki Pantai Sipelot menjadi daya tarik tersendiri sebagai objek wisata pantai. Tidak hanya itu para wisatawan juga dapat menikmati pesona alam pantai tersebut dengan menyusuri setiap sudut pantai dengan menaiki sebuah perahu yang disediakan di desa Pujiharjo.



Gambar 1.2 Pantai Sipelot  
Sumber: penulis, 2019

Objek kedua Seperti yang di sajikan di Air Terjun Wedi Putih berdasarkan namanya sendiri Air Terjun Wedi Putih yang yang memiliki arti Air Terjun yang berpasir putih. Air Terjun Wedi Putih ini terletak masih terletak dikawasan yang sama yaitu terletak di Desa Pujiharjo Kabupaten Malang. Wisatawan dapat mengunjungi Air Terjun Wedi Putih melalui jalur laut, dengan melewati jalur laut wisatawan dapat menaiki perahu yang telah disediakan pihak dari Desa Pujiharjo dengan biaya sebesar Rp. 150.000. Ketika sampai di Air Terjun Wedi Putih wisatawan dapat melihat hamparan pasir yang berwarna putih dan lembut dikarenakan Air Terjun Wedi Putih terletak jauh dari pemukiman warga dan masih

minimnya pengunjung yang datang ke objek wisata ini yang menjadikan Air Terjun Wedi Putih bersih dari sampah-sampah yang dapat mencemari Air Terjun ini, wisatawan dapat merasakan segar nya Air Terjun yang langsung menghadap ke laut, selain itu wisatawan juga dapat melakukan aktivitas seperti melakukan snorkeling, dan juga di kawasan sekitaran pantai wisatawan pecinta alam juga diperbolehkan untuk bermalam di Air Terjun Wedi Putih tersebut dengan mendirikan sebuah tenda .



Gambar 1.3 Air Terjun Wedi Putih

Sumber : Penulis, 2019

Ke objek yang ketiga selanjut nya Watu Payung (dalam bahasa jawa), berdasarkan nama nya Watu Payung yang berartikan batu yang berbentuk seperti payung wisatawan dapat berfoto dengan *background* Watu payung atau berfoto di bawah Watu Payung seakan-akan wisatawan dipayungi oleh batu yang berbentuk payung. Akses untuk menuju ke Watu Payung dapat dilalui menggunakan jalur laut dengan menaiki perahu yang telah di sediakan sepaket dengan perjalanan setelah menuju ke Air Terjun Wedi Putih



Gambar 1.4 Watu Payung

Sumber : Penulis, 2019

Objek yang terakhir yaitu Pantai Tenger, pantai ini terbilang menarik karena terletak di balik bukit-bukit Pantai Sipelot dan ladang penduduk Desa Pujiharjo jadi seakan-akan Pantai Tenger ini masih rahasia dan tidak banyak terjamah oleh wisatawan. Masyarakat sekitar menamainya dengan nama Pantai Tenger dikarenakan di depan Pantai ini terdapat sebuah Pulau yang bernama Pulau Tenger yang biasa digunakan oleh para nelayan untuk beristirahat setelah melaut. Akses untuk menuju Pantai Tenger wisatawan dapat melalui jalur darat dan jalur laut, jika melalui jalur darat wisatawan dapat menggunakan motor untuk menuju ke lokasi, Disana telah disediakan juga beberapa jalur berupa jalan setapak yang telah di cor oleh masyarakat sekitar desa Pujiharjo. Wisatawan juga dapat mengakses melalui jalur laut dengan menggunakan perahu yang telah disediakan di Pantai Sipelot, wisatawan akan ditawarkan dengan sebuah paket ketika hendak menyebrang sekaligus untuk kembali ke lokasi utama dengan dikenakan biaya sebesar Rp. 500.000 per orang. Saat sampai di Pantai Tenger wisatawan akan disambut dengan pasir putih yang lembut dan hamparan luas pemandangan yang masih asri Pulau Tenger untuk memanjakan mata bagi yang melihatnya, dengan air laut yang berwarna biru dan gelombang air yang tidak terlalu besar. Dengan gelombang air yang tidak terlalu besar ini wisatawan dapat menikmati sensasi ketenangan air yang menyapu di bibir pantai tersebut atau juga bisa melakukan aktivitas seperti bermain pasir dan berjemur disepanjang pesisir Pantai Tenger sambil menikmati keelokan Pantai Tenger.



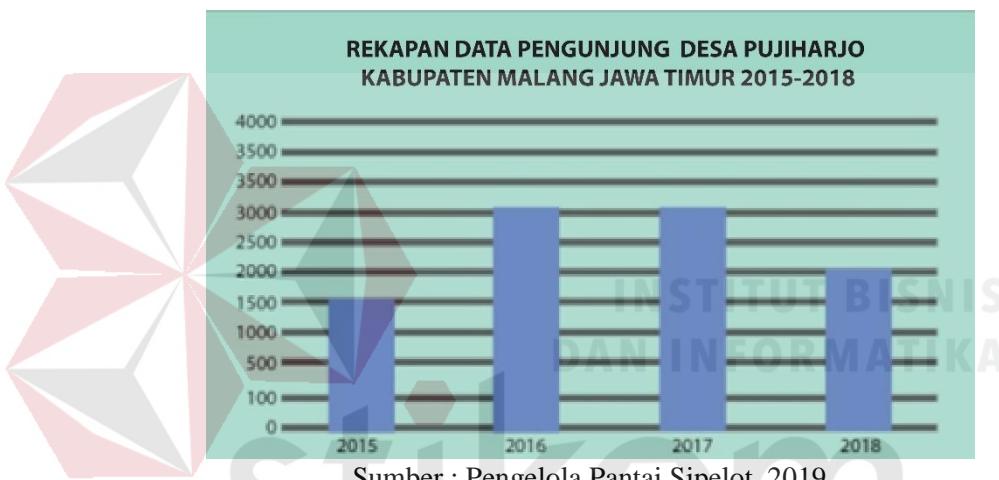
Gambar 1.5 Pantai Tenger  
Sumber : Penulis, 2019

Bukan hanya itu saja yang dapat dirasakan wisatawan saat Sambang Segoro, wisatawan dapat merasakan atraksi wisata seperti menaiki perahu-perahu kecil nelayan untuk mengunjungi beberapa objek yang berada di Pantai Sipelot, pada saat menaiki perahu dalam perjalanan wisatawan akan ditemani dengan pemandangan tebing-tebing di pinggir laut yang terbentuk secara alami karena terkikis oleh air laut, saat perjalanan wisatawan juga bisa memancing ikan sambil menunggu sampai tiba dilokasi tujuan, biasanya nelayan akan mengajak wisatawan untuk mencoba melempar jala untuk menangkap ikan, setelah mendapatkan berbagai macam ikan hasil dari tangkapan jala tersebut wisatawan akan diajak untuk menikmati hasil laut yang telah di dapat tadi dengan memasak ikan hasil tangkapan dengan cara dibakar dengan bumbu seadanya di pinggir pantai sambil menikmati keindahan alam saat Sambang Segoro.

Akan tetapi dari segala potensi yang dimiliki oleh Desa Pujiharjo dan telah dibuatnya program wisata Sambang Segoro, jumlah pengunjung yang hadir di Desa Pujiharjo dalam tahun-ketahun relatif menurun, menurut bapak Hendik Arso selaku Kepala Desa Pujiharjo menjelaskan bahwa masih minimnya informasi para wisatawan mengenai objek wisata di Desa Pujiharjo Kabupaten Malang untuk mengunjungi pelosok wilayah desa tersebut yang terdapat objek wisata pantai dan air terjun yang dapat dijadikan sebagai destinasi wisata saat Sambang Segoro. Desa Pujiharjo ramai ketika pada bulan-bulan

tertentu akan tetapi hanya segelintir wisatawan yang sudah pernah sebelum nya ke Desa Pujiharjo ucapan bapak Hendik Arso. Masyarakat di wilayah Pujiharjo, Malang berharap pada tahun 2019 ini wisatawan pecinta keindahan alam lebih banyak lagi yang datang untuk mengunjungi objek-objek yang ada di Desa Pujiharjo. Sayang sekali bila potensi sumberdaya alam yang begitu indah di Desa Pujiharjo Kabupaten Malang belum banyak wistawan yang mengenal dan berwisata ke desa ini.

Tabel 1.1 Rekapan Data Pengunjung Desa Pujiharjo



Maka dari itu sebagai upaya untuk memperkenalkan Desa Pujiharjo khusus nya dengan program wisata Sambang Segoro dan beberapa objek wisata lainnya yang ada di Desa Pujiharjo, kepada wisatawan domestik maupun internasional dilakukan sebuah perancangan video promosi, untuk upaya memperkenalkan Sambang Segoro dan beberapa objek wisata melalui media video promosi. Menurut Cecep Kustandi (2013:64) video adalah alat yang dapat menyajikan informasi, memaparkan proses, menjelaskan konsep-konsep yang rumit, mengajarkan keterampilan, menyingkat atau memperlambat waktu dan mempengaruhi sikap *audience*. Dan menurut Rusman (2012: 220) salah satu kelebihan yang dimiliki media video adalah video mengatasi keterbatasan ruang dan waktu, lebih realistik dan dapat diulang atau dihentikan sesuai kebutuhan. Sehingga sangat efektif untuk keperluan promosi dari Desa Pujiharjo dengan memberikan promosi berupa video.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah yang dapat diambil adalah : Bagaimana merancang video promosi Sambang Segoro Desa Pujiharjo Kabupaten Malang sebagai upaya meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan ?

## 1.3 Batasan Masalah

Mengingat banyaknya permasalahan dalam pembahasan ini, maka perlu di buat batasan masalah sebagai berikut :

- a. Merancang video promosi Sambang Segoro di Desa Pujiharjo yang terdiri dari objek Pantai Sipelot, Air Terjun Wedi Putih, Watu Payung, Pantai Tenger dan atraksi wisata yang menjadi daya tarik wisatawan.
- b. Media pendukung pada penelitian ini antara lain Brosur, X- banner, dan merchandise yang berupa kaos, gantungan kunci, dan note book

## 1.4 Tujuan

Tujuan dari perancangan ini adalah untuk merancang video promosi Sambang Segoro Desa Pujiharjo Kabupaten Malang sebagai upaya meningkatkan jumlah kunjungan dan untuk memperkenalkan kepada masyarakat dan wisatawan mengenai program wisata di Desa Pujiharjo.

## 1.5 Manfaat

### 1.5.1 Manfaat Teoritis

- a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan ilmu kepada masyarakat/mahasiswa dalam merancang video promosi Sambang Segoro Desa Pujiharjo Kabupaten Malang

- b. Hasil dari penelitian video promosi ini dapat menjadi referensi kepada peneliti lain untuk meneliti Desa Pujiharjo Kabupaten Malang.

### **1.5.2 Manfaat Praktis**

Hasil dari perancangan ini diharapkan dapat membantu masyarakat yang tinggal di sekitar Desa Pujiharjo Kabupaten Malang dalam pengelolaan industri pariwisata dan dapat di implementasikan upaya meningkatkan jumlah wisatawan yang berkunjung ke Desa Pujiharjo. Khususnya bagi masyarakat dan wisatawan semoga hasil dari perancangan ini dapat menambah wawasan dan info mengenai beberapa objek wisata saat Sambang Segoro yang terdapat di Desa Pujiharjo.



## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Penelitian Terdahulu**

Penelitian terdahulu yang relevan dengan permasalahan yang akan diteliti penulis tentang perancangan video promosi keindahan alam pantai yang berada di Desa Pujiharjo Kabupaten Malang. Yohanes Anggoroadi Wicaksono dalam jurnalnya yang berjudul Perancangan *Destination Branding* Desa Wisata Pujiharjo Kabupaten Malang Sebagai Upaya Meningkatkan *Brand Awareness* memaparkan tentang perancangan *Destination Branding* Desa Wisata Pujiharjo di Kabupaten Malang. Perancangan yang telah dilakukan Yohanes Anggoroadi Wicaksono menghasilkan sebuah identitas visual, tagline, media promosi, dan *merchandise* yang dapat menarik wisatawan untuk datang ke Desa Pujiharjo. Perancangan promosi ini dilakukan berdasarkan hasil survei pada target *audience* yang sudah ditentukan, yang bertujuan untuk mendorong minat masyarakat Indonesia untuk mengenal Wisata Desa Pujiharjo lebih mendalam dan menarik banyak wisatawan untuk berkunjung ke Desa Pujiharjo. Perbedaan pada perancangan dilakukan Yohanes Anggoroadi Wicaksono yang digunakan adalah Perancangan *Destination Branding* Desa Wisata Pujiharjo Kabupaten Malang, sedangkan penelitian tugas akhir yang akan lakukan peneliti adalah merancang video promosi Sambang Segoro Desa Pujiharjo Kabupaten Malang sebagai upaya meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan, dan menunjukkan objek-objek keindahan alam yang berada di Desa Pujiharjo Kabupaten Malang khususnya Sambang Segoro. Dengan cara mempromosikan Sambang Segoro dan beberapa objek yang berada di Desa Pujiharjo yang patut untuk dikunjungi dan dinikmati.

## 2.2 Desa Pujiharjo

Desa Pujiharjo adalah desa yang terletak di Kecamatan Tirtoyudo, Kabupaten Malang, Jawa Timur. Menurut wawancara bersama bapak Hendik Arso yang selaku sebagai kepala Desa Pujiharjo mengatakan bahwa Desa Pujiharjo merupakan desa yang telah berdiri pada tahun 1925 yang telah ditemukan oleh bapak Tarimin yang merupakan tokoh masyarakat Desa Tambak Asri yang biasa di kenal dengan nama mbah Puji. Desa Pujiharjo diresmikan oleh pemerintah Belanda pada tanggal 16 juli 1932, nama Desa Pujiharjo sendiri diambil dari nama mbah Puji dan nama harjo yang di ambil dari kata raharjo yang memiliki arti (tentrem rahayu kerto raharjo).



Gambar 2.1 Pusat Informasi Pantai Wisata Pujiharjo

Sumber : Penulis, 2019

Desa ini terletak di daerah perbukitan yang di jepit antara laut dan bukit, kebanyakan masyarakat Desa Pujiharjo berprofesi sebagai petani dan nelayan. Di Desa Pujiharjo memiliki tiga program wisata yang pertama Sambang Sedulur, Sambang Kebon, dan Sambang Segoro, akan tetapi potensi yang paling besar dimiliki Desa Pujiharjo adalah melalui pantai nya yang biasanya ditawarkan kepada wisatawan yaitu program Sambang Segoro. Sambang Segoro yang memiliki arti (mengunjungi lautan), dalam program Sambang Segoro wisatawan di ajak untuk menikmati objek-objek wisata yang berada di

Desa Pujiharjo dan melakukan berbagai jenis atraksi wisata yang dapat dirasakan wisatawan saat Sambang Segoro.

### **2.3 Pengertian Pantai**

Pantai menurut Ellen Tjandra (2006:2) adalah wilayah perairan laut yang masih terjangkau oleh pengaruh daratan. Wilayah pantai merupakan bagian samudra yang dikatakan sempit sekali jika dibandingkan dengan luasan perairan secara keseluruhan. Semua pantai pasti memiliki garis pantai. Garis pantai merupakan pembatas pertemuan antara air laut dan daratan pada saat terjadi pasang air laut tertinggi. Perairan pantai memiliki banyak ekosistem, misalnya ekosistem pasang surut, ekosistem terumbu karang, ekosistem mangrove, dan ekosistem lamun.

### **2.4 Media Promosi**

#### **2.4.1 Media**

Media Menurut Maimunah (2012:284) merupakan sebuah sarana untuk menyampaikan pesan atau informasi kepada *audience* dengan menggunakan unsur komunikasi grafis seperti gambar teks, dan foto. Media biasanya di gunakan untuk menyampaikan pesan komersial kepada khalayak luas, media dapat dikatakan sebagai salah satu alat yang mengkomunikasikan periklanan yang melalui saluran media tertentu, seperti contohnya televisi, surat kabar, majalah, radio, internet. Dapat disimpulkan bahwa media adalah sebuah bentuk promosi yang unsur komunikasi grafis untuk menyampaikan informasi kepada khalayak luas.

## 2.4.2 Promosi

Promosi adalah usaha untuk mengkomunikasikan dan yang menjembatani kesenjangan antara produsen dan konsumen. Promosi menurut Rangkuti (2009:49) merupakan unsur dalam bauran pemasaran sebuah perusahaan yang digunakan untuk mengajak, membujuk, dan mengingatkan konsumen tentang sebuah produk. Promosi sendiri memiliki peran penting yang menghubungkan dan mengkomunikasikan keunggulan produk kepada pelanggan, sehingga pelanggan memilih produk tertentu menurut Kotler dan Armstrong (2014:77). Kegiatan promosi sendiri tidak bisa dibuat sembarangan dikarenakan dapat mempengaruhi pendapatan dan kelangsungan hidup perusahaan jangka panjang. Dapat di simpulkan bahwa dengan membuat sebuah kegiatan promosi dapat menyampaikan berbagai informasi kepada konsumen dan juga dapat membantu memperkenalkan suatu produk kepada konsumen.

## 2.4.3 Definisi Media Promosi

Menurut Pujiriyanto (2005:15) media promosi suatu sarana untuk mengkomunikasikan suatu produk, jasa, image, perusahaan atau yang lain untuk dapat lebih dikenal masyarakat atau terget market. Media promosi dibagi menjadi 2 jenis dalam periklanan yaitu:

1. *Above The Line* (ATL) atau Media Lini Atas.

Pemasaran atau marketing *Above The Line* (ATL) adalah pemasaran produk atau jasa yang menggunakan media massa untuk memasarkan produknya. Media yang digunakan untuk memasarkan produknya adalah media televisi, radio, media cetak, dan internet. ATL sendiri merupakan media yang tidak secara langsung tertarget kepada *audience* nya dikarenakan sifat ATL sendiri yang terbatas pada penerimaan *audience*. Ciri-ciri *Above The Line* (ATL):

- a. Target *audience* yang luas.
  - b. Tidak secara langsung berinteraksi dengan *audience*.
  - c. Media yang digunakan merupakan media masa berupa TV, radio, media cetak, dan internet.
2. *Below The Line* (BTL) atau Media Lini Bawah.

*Below The Line* (BTL) merupakan aktivitas marketing atau promosi yang dilakukan secara langsung kepada konsumen, dengan memiliki tujuan merangkul dan mengajak konsumen agar tertarik dengan suatu produk tertentu. BTL merupakan media yang secara langsung berinteraksi dengan *audience*, contohnya: program hadiah, event, pembinaan konsumen dan masih banyak lagi. Ciri-ciri *Below The Line* (BTL):

- a. Target *audience* terbatas.
- b. Media atau kegiatannya yang memberikan kesempatan *audience* untuk merasakan, menyentuh atau berinteraksi secara langsung, bahkan langsung membeli.
- c. Media yang digunakan adalah event, sponsorship, sampling, workshop, dan sebagainya.

#### 2.4.4 Tujuan Media Promosi

Tujuan dari media promosi sendiri adalah sebagai berikut:

1. Menumbuhkan rasa suatu kebutuhan kepada konsumen. (*category need*).
2. Memperkenalkan dan memberikan penjelasan suatu produk kepada konsumen, yang bertujuan membuat konsumen menjadi percaya kualitas produk yang dipromosikan (*brand awareness*).
3. Mendorong konsumen agar memilih suatu produk (*brand attitude*).

4. Membujuk pelanggan agar tertarik untuk membeli suatu produk (*brand purchase intention*).

#### **2.4.5 Jenis Media Promosi**

Rakmat Supriyono (2010:136) mengatakan jenis media promosi sebagai berikut:

a. Media Cetak

Media cetak merupakan sebuah media yang mengutamakan kata-kata yang tertulis, gambar atau pun foto, baik itu dengan cetakan berwarna maupun tidak berwarna contohnya : buku, katalog, iklan majalah, dan packaging.

b. Media Elektronik

Media elektronik merupakan sebuah media yang hanya bisa digunakan bila ada transmisi siaran. Sumber media elektronik yang familiar bagi pengguna umum antara lainnya rekaman video, presentasi multimedia, radio, televisi, dan film.

c. Media Internet

Media internet merupakan sebuah media yang hanya dapat digunakan bila penggunanya tersambung menggunakan koneksi internet contohnya : Youtube.com, Instagram, Google.com dan menurut Rudi Berts (2008:128) ada tiga jenis media yang mengandalkan unsur pokok berdasarkan indra yang terlibat yaitu:

a. Media Audio

Sudirman (2005:49) mengatakan media audio merupakan media yang digunakan untuk menyampaikan pesan dengan bentuk lambang-lambang audit, yang dapat di simpulkan media ini media yang tertuju langsung kepada indra pendengaran.

### b. Media Visual

Fathurrohman (2007:67) mengatakan media visual adalah media yang mengandalkan indra pengelihatan. Media visual ini menyampaikan pesan kepada *audience* dengan slide foto, lukisan atau gambar dan film strip, tidak hanya itu terkadang juga menampilkan film bisu yang hanya menampilkan gambar yang bergerak tanpa disertai suara di dalamnya.

### c. Media Audio Visual

Media audio visual menurut Salahudin (1986:3) merupakan sebuah media kombinasi yang terdiri dari media audio dan media visual yang menyajikan gambar-gambar yang bergerak dan suara yang sesuai dengan gambar sehingga orang yang melihat media audio visual ini mendapatkan pesan yang akan disampaikan.

## 2.5 Video

Menurut Azhar Arsyad (2011:49) video merupakan sebuah gambar-gambar dalam *frame* dimana *frame* demi *frame* di proyeksi melalui sebuah lensa proyektor sehingga pada layar gambar terlihat hidup dan bergerak. Video merupakan sebuah teknologi pemeroses sinyal elektronik mewakili gambar yang bergerak, menurut Ilham Zoebazary (2010:274) istilah video sendiri bisa digunakan sebagai singkatan dari video tape, perekam video (*video recorder*) dan pemutar video. Menurut Cecep Kustandi (2013:64) video adalah alat yang dapat menyajikan informasi, memaparkan proses, menjelaskan konsep-konsep yang rumit, mengajarkan keterampilan, menyingkat atau memperlambat waktu dan mempengaruhi sikap *audience*. Dan menurut Rusman (2012:220) salah satu kelebihan yang dimiliki media video adalah video mengatasi keterbatasan ruang dan waktu, lebih realistik dan dapat diulang atau dihentikan sesuai kebutuhan.

### 2.5.1 Jenis Video

Pada dasarnya video memiliki 2 jenis dalam pembuatannya yaitu dengan analog dan digital, kedua jenis video ini mempunyai perbedaan menurut Cahyo (2007:3) berikut penjelasannya :

#### 1. Video analog

Video analog menurut Cahyo (2007:3) video yang menggunakan media rekam berupa pita magnetik, cahaya dan suara diubah oleh sensor (CCD- charge Coupling Devices) menjadi gelombang elektronik magnetik analog menurut frekuensi dan amplitudo nya. Akan tetapi kelemahan dari video analog akan banyak menghasilkan *noise* dalam video dikarenakan pita mengalami gesekan dengan material yang lain nya.

#### 2. Video Digital

Video digital menurut Cahyo (2007:4) video yang hanya mengenal angka 0 dan angka 1, mati atau hidup sebagai komponen dan data digital. Berbeda dengan video analog, dalam perekaman digital lebih praktis dan lebih mudah dibandingkan dengan video analog.

### 2.5.2 Pengertian *Editing*

Menurut Nardi (1977:47) *editing* merupakan sebuah proses memilih dan menyusun kembali potongan gambar yang telah diambil saat proses merekam, bila tidak melalui proses editing hasil gambar tidak akan menjadi maksimal dan *audience* merasa cepat bosan.

### 2.5.3 Jenis-Jenis *Editing*

Menurut Joseph V. Mascelli (1998:194) ada tiga jenis *editing* berikut penjelasan nya

:

#### 1. *Editing* Kontinuitas

*Editing* Kontinuitas (*continuity cutting*) merupakan *editing* yang menyambungkan potongan-potongan gambar yang sesuai dengan alur jalan cerita, dari *shot* satu berpindah ke *shot* yang lain nya dengan *angle* yang berbeda

#### 2. *Editing* Kompilasi

Pada *editing* kompilasi (*compilation cutting*) merupakan sebuah editing yang berjenis dokumenter, sejarah atau laporan perjalanan. Pada *editing* ini selalu dihubungkan dengan sebuah narasi, pada *editing* ini editor harus mendengarkan kan narasi dan menampilkan beberapa *shot* yang sesuai dengan isi dalam narasi.

#### 3. *Editing* Kontinuitas dan Kompilasi

Dalam *editing* ini (*Continuity and Compilation*) merupakan bentuk gabungan antara *editing* kontinuitas dan *editing* kompilasi yang seperti serangkaian *shot-shot* introduksi atau serangakaian *shot* yang tidak saling berkaitan untuk memberikan sebuah kesan kepada *audience*.

## 2.6 Storyboard

Menurut Untung (2011:16) Storyboard merupakan rangkaian sebuah gambar sketsa yang menjelaskan adegan peradegan dalam bentuk tulisan ataupun dalam bentuk visual. Menurut M. Ilham Zoebazary (2010:244) storyboard merupakan gambaran yang dilengkapi dengan catatan pengambilan gambar dan petunjuk yang sesuai dengan adegan

yang telah direncanakan, berupa gambaran sederhana yang memudahkan pada saat kebutuhan syuting.

## 2.7 Sudut Pengambilan Gambar

Menurut Bonafix Nunnun (2011:850) *camera angle* atau sudut pengambilan gambar adalah posisi kamera mengarah pada obyek tertentu yang dapat memiliki pengaruh terhadap makna dan pesan yang akan disampaikan melalui video. Sudut pengambilan gambar menurut Bonafix Nunnun (2011:851) dibagi menjadi lima macam yaitu :

- *Bird Eye View* Pengambilan gambar dilakukan dari sudut atas dari ketinggian tertentu sehingga memperlihatkan lingkungan yang sedemikian luas dengan benda-benda lain sehingga terlihat kecil. Pengambilan gambar biasanya menggunakan helicopter maupun dari gedung-gedung tinggi.



Gambar 2.2 Bird Eye View  
Sumber : Bonafix Nunnun (2011:851)

- *High Angle* Sudut pengambilan gambar tepat diatas obyek, pengambilan gambar seperti ini memiliki arti yang dramatik, yaitu kecil atau kerdil.



Gambar 2.3 High Angle  
Sumber : Bonafix Nunnun (2011:851)

- *Eye Level / Normal Angle* Pengambilan gambar mengambil sudut sejajar dengan mata objek yang memperlihatkan pandangan mata seseorang yang berdiri.



Gambar 2.4 Eye Level / Normal Angle  
Sumber : Bonafix Nunnun (2011:851)

- *Frog Level* Sudut pengambilan gambar diambil sejajar dengan permukaan tempat objek berdiri, seolah-olah memperlihatkan objek menjadi sangat besar.



Gambar 2.5 Frog Level  
Sumber : Bonafix Nunnun (2011:851)

- *Low Angle* Pengambilan gambar dengan posisi kamera lebih rendah dari subjek mata.

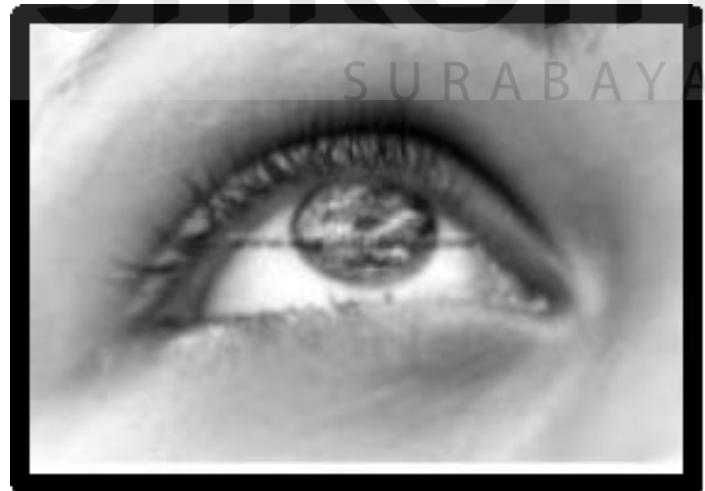


Gambar 2.6 Low Angle  
Sumber : Bonafix Nunnun (2011:851)

## 2.8 Ukuran Gambar

Menurut Bonafix Nunnun (2011:852) ukuran gambar dalam setiap adegan memiliki maksut dan makna tersendiri, ukuran gambar harus di sesuaikan dengan kebutuhan skenario untuk menyampaikan pesan yang dimaksut.

- a. *Extreme Close-up* (ECU) Pengambilan gambar sangat dekat, hanya menampilkan bagian tertentu pada tubuh obyek. Fungsinya untuk kedetailan suatu obyek.



Gambar 2.7 Extreme Close-up  
Sumber : Bonafix Nunnun (2011:852)

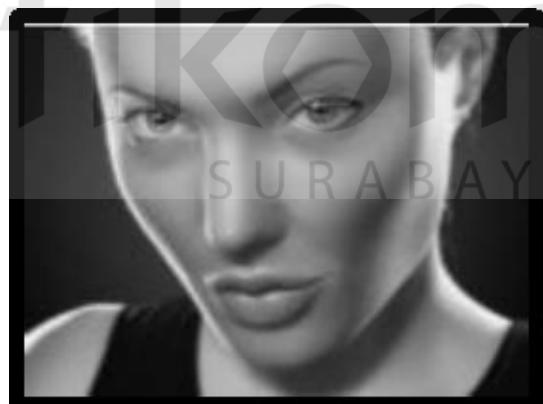
- b. *Big Close-up* (BCU) Pengambilan gambar sebatas kepala hingga dagu objek.

Berfungsi menonjolkan ekspresi yang dikeluarkan oleh objek.



Gambar 2.8 Big Close-up  
Sumber : Bonafix Nunnun (2011:852)

- c. *Close-up* (CU) Ukuran gambar hanya dari ujung kepala hingga leher. Fungsinya untuk memberi gambaran jelas terhadap objek.



Gambar 2.9 Close-up  
Sumber : Bonafix Nunnun (2011:852)

- d. *Medium Close-up (MCU)* Gambar yang diambil sebatas dari ujung kepala hingga dada. Fungsinya untuk mempertegas profil seseorang.



Gambar 2.10 Medium Close-up  
Sumber : Bonafix Nunnun (2011:852)

- e. *Mid Shoot (MS)* Pengambilan gambar sebatas kepala hingga pinggang. Fungsinya memperlihatkan sosok objek secara jelas.



Gambar 2.11 Mid Shoot  
Sumber : Bonafix Nunnun (2011:852)

- f. *Full Shoot* (FS) Pengambilan gambar penuh dari kepala hingga kaki. Fungsinya memperlihatkan objek wisata berserta lingkungannya.



Gambar 2.12 Full Shoot

Sumber : Bonafix Nunnun (2011:852)

- g. *Long Shoot* (LS) Pengambilan gambar lebih luas dari pada *Full Shoot*. Fungsinya menunjukkan objek dengan latar belakangnya.



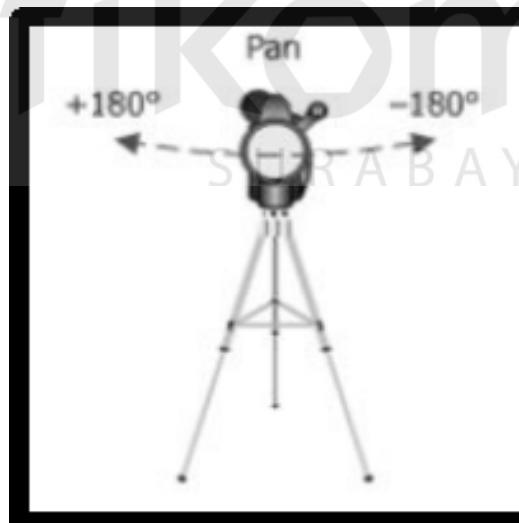
Gambar 2.13 Long Shoot

Sumber : Bonafix Nunnun (2011:852)

## 2.9 Gerakan kamera

Gerakan kamera atau yang bisa disebut *camera movement* menurut Bonafix Nunnun (2011:853) adalah gerakan yang dilakukan oleh cameramen untuk menghasilkan sebuah gambar dengan mengikuti objek yang bergerak atau objek yang tidak bergerak, beda dengan gerakan lensa seperti *zoom out* dan *zoom in*, dikarenakan yang bergerak adalah posisi kamera semisal dari posisi x ke posisi y. Pergerakan kamera sendiri dibagi menjadi lima macam yaitu:

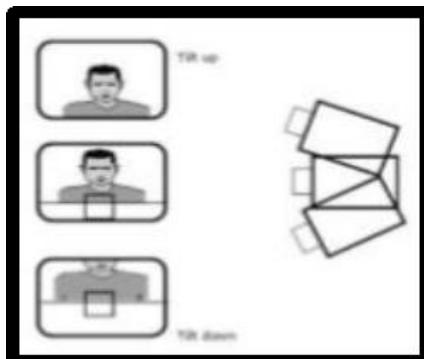
- a. *Stay* : Pergerakan kamera tetap tidak bergerak ke kanan ataupun ke kiri. *Stay* bisa menggunakan alat bantuan dengan tripod. Jika ingin mengambil gambar *stay* namun sedikit bervariasi bisa menggunakan *handheld* menggunakan tangan kosong.
- b. *Pan* : gerakan kamera pada poros horizontal, menoleh ke samping, mengikuti gerakan subjek/*talent*. Lebih memperlihatkan gerak gerik *talent* serta pada biasanya memperlihatkan ekspresi antara kepala hingga pinggang.



Gambar 2.14 Pan

Sumber : Bonafix Nunnun (2011:853)

- c. *Tilting* : gerakan kamera secara vertikal,mendongak dari bawah ke atas atau sebaliknya, Gerakan *tilt* dilakukan untuk mengikuti gerakan objek, untuk menciptakan efek dramatis, mempertajam situasi.



Gambar 2.15 Tilting  
Sumber : Bonafix Nunnun (2011:853)

- d. *Follow shot*: gerakan kamera memutar mengitari objek dari kiri ke kanan atau sebaliknya. Guna memperlihatkan dua titik perspektif suatu benda/objek/*talent*.



Gambar 2.16 Follow shot  
Sumber : Bonafix Nunnun (2011:853)

- e. *Zooming* : gerakan lensa *zoom* mendekati atau menjauhi objek secara *optic*, dengan mengubah panjang *focal* lensa dari sudut pandang sempit ke sudut pandang lebar atau sebaliknya.



Gambar 2.17 Zooming  
Sumber : Bonafix Nunnun (2011:853)

## 2.10 Warna

Warna dalam sebuah pembuatan video merupakan hal yang paling penting dalam merancang konsep yang akan digunakan saat pengambilan gambar maupun saat proses *editing*. Terdapat lima klasifikasi warna menurut Nugroho (2015:33) yaitu warna primer, warna sekunder, warna intermadiet, warna tersier, dan warna kuarter.

### 1. Warna primer

Warna primer merupakan salah satu sebuah warna pokok, disebut warna primer dikarenakan warna ini tidak dapat dibentuk dari warna lainnya. Dan disebut warna pokok dikarenakan warna-warna inilah yang menjadi bahan utama pencampuran warna yang dapat menghasilkan warna di luar warna primer. Terdapat klarifikasi contoh warna primer yaitu sebagai berikut :

#### a. Biru

Nama biru sebenarnya adalah cyan yaitu berwarna biru semu hijau. Pada tube cat tidak tercantum warna cyan melainkan cat yang berwarna cerulean blue, warna sebenarnya terletak didalam tinta cetak bernama cyan.

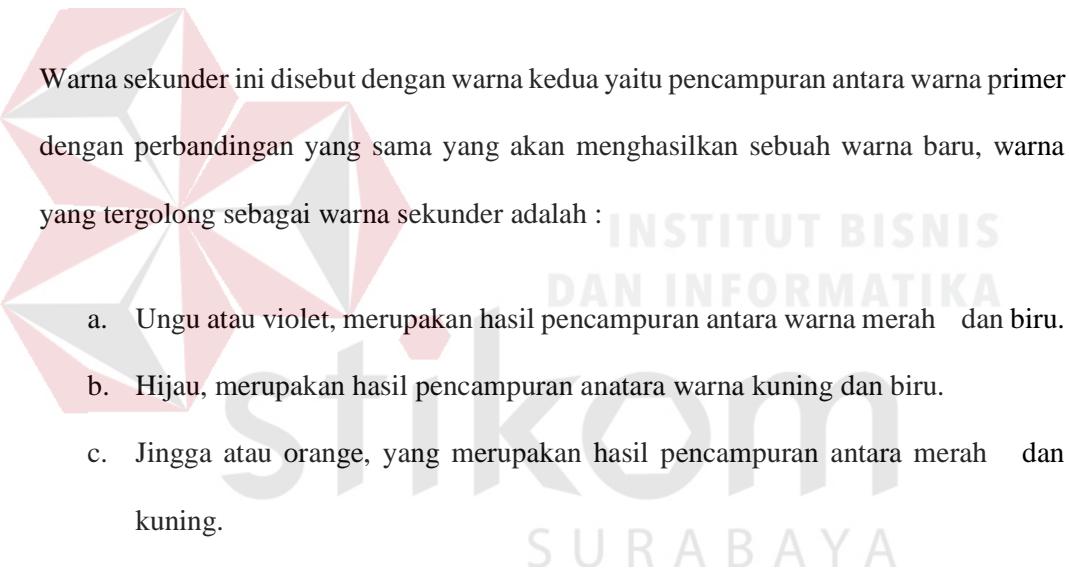
b. Kuning

Kuning dalam tube cat disebut lemon *yellow* lalu dalam tinta vcat disebut dengan nama *yellow*.

c. Merah

Sebutan lain dari warna merah adalah warna magenta yaitu merah semu ungu, bila di dalam tube cat disebut dengan carmine namun sebutan dalam tinta cetak bernama magenta.

2. Warna sekunder



3. Warna intermadiet

Warna intermadiet merupakan perantara warna yang ada di antara warna primer dan warna sekunder. Warna yang tergolong sebagai warna intermadiet adalah sebagai berikut :

- Warna kuning-hijau yaitu warna yang berada di tengah-tengah antara warna kuning dan hijau yang disebut dengan *moon green*.
- Warna kuning-jingga yaitu warna yang berada di tengah-tengah antara warna kuning dan jingga yang disebut dengan *deep yellow*.

- c. Warna merah-jingga yaitu warna yang berada di tengah-tengah antara warna merah dan jingga yang disebut dengan *red vermilion*.
- d. Warna merah-ungu yaitu warna yang berada di tengah-tengah antara warna merah dan ungu yang disebut dengan *purple*.
- e. Warna biru-violet yaitu warna yang berada di tengah-tengah antara warna biru dan *violet* yang disebut dengan *blue* atau *indigo*.
- f. Warna biru-hijau yaitu warna yang berada di tengah-tengah antara warna biru dan hijau yang disebut dengan *sea green*.

#### 4. Warna tersier

Warna tersier adalah warna ketiga yang merupakan perpaduan antara warna primer dan warna sekunder. Inilah contoh yang perpaduan warna yang menghasilkan warna tersier :

- a. Warna coklat-biru biasa disebut *siera sepia*, biru tersier atau *navy blue* yaitu pencampuran antara warna hijau dan ungu.
- b. Warna coklat-merah biasa disebut *siena bakar* (*Burnt Sinea/ Red brown*) yaitu pencampuran antara warna jingga dan ungu.
- c. Warna coklat-kuning biasa disebut dengan *siena mentah*, kuning tersier dan olive, yaitu perpaduan warna jingga dan hijau.

#### 5. Warna kuarter

Warna kuarter merupakan hasil percampuran warna yang ke-empat yaitu hasil dari perpaduan warna dari dua warna tersier, berikut warna yang tergolong warna kuarter adalah :

- a. Warna coklat-jingga atau jingga-orange kuarter atau semacam jingga adalah hasil percampuran dari kuning tersier dan merah tersier.
- b. Warna hijau atau hijau kuarter (*moss green*) merupakan perpaduan warna biru tersier dan kuning tersier.
- c. Warna ungu atau ungu kuarter yang biasa disebut juga *deep purple* yang merupakan pencampuran antara warna merah tersier dengan biru tersier.

## 2.11 Tipografi

Daton Sihombing (2015:164) mengatakan Tipografi merupakan sebuah ilmu visual yang berkaitan dengan bentuk huruf dan angka. Tipografi sendiri menjadi unsur yang penting dalam penataan huruf dan angka yang dapat mengkomunikasikan maksut dan tujuan kepada *audience* nya Hendratman (2008: 29). Karna itu untuk menghasilkan sebuah desain yang dapat mengkomunikasikan informasi dengan baik tidak dapat lepas dengan ilmu tipografi Daton Sihombing (2015:159).

### 1. Old style :

*Old style* memiliki arti sama dengan *serif* humanis yang berkembang pada periode-15 dan 16 yang memiliki karakteristik umum dari *old style* sendiri, *serif* memiliki ukuran yang kecil dengan lengkungan yang besar, dan memiliki kontras *stroke* yang rendah.

### 2. Transitional :

Transitional merupakan gabungan antara *old style* dan tipografi *serif* modern yang muncul pada pertengahan abad-17 yang memiliki ciri seperti *serif* berukuran kecil, memiliki sudut lengkung yang kecil, dan kontras *stroke* yang cukup.

### 3. Modern :

Tipografi *serif modern* merupakan sebuah perubahan bentuk dari tipografi tradisional yang berkembang pada abad-18 yang memiliki ciri-ciri *serif* berukuran kecil, tidak memiliki sudut lengkung dan memiliki kontras *stroke* yang ekstrim.

### 4. Egyptian :

Tipografi *egyptian* dikenal pada abad-19 yang memiliki arti sama dengan *slab serif*, *egyptian* sendiri biasa digunakan pada desain iklan yang memiliki ciri-ciri *serif* berbentuk persegi yang berukuran besar tanpa memiliki sudut lengkung dan memiliki *stroke* yang rendah.

### 5. Sans Serif

Tipografi *sans serif* sendiri muncul pada abad-19 yang memiliki ciri- ciri tanpa memiliki *serif* dan tidak memiliki *stroke*

## 2.12 Tagline / Slogan

Menurut Hasan Alwi (2003:108) Tagline / Slogan adalah sebuah kalimat pendek yang menarik dan mudah di ingat pembacanya, yang bertujuan untuk mengajak dan menjelaskan suatu maksut dan tujuan kepada *audience*. Tagline sendiri biasa digunakan sebagai penutup sebuah iklan yang menyimpulkan secara singkat maksut dan tujuan sebuah iklan.

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

Metode penelitian menurut Sugiyono (2013:2) merupakan sebuah cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan memiliki tujuan dan kegunaan tertentu. Perancangan ini menggunakan metodelogi kualitatif, hal ini bertujuan memperoleh informasi mendalam yang digunakan untuk perancangan video promosi Pantai Sipelot Kabupaten Malang.

#### **3.1 Perancangan Penelitian**

##### **3.1.1 Jenis Penelitian**

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan penelitian kualitatif. Menurut Kirk Miller Moleong (1999:2) mengatakan penelitian kualitatif merupakan kajian berbagai jenis materi empiris, seperti studi kasus, wawancara, pengamatan, interaksional dan berbagai teks visual.

Dengan metode kualitaif, penelitian ini diharapkan dapat menghasilkan data yang bersifat deskriptif, seperti hasil pengumpulan data, wawancara, studi literasi, studi eksisting, catatan lapangan, dan lain-lain. Untuk melakukan metode penelitian kualitatif ini memerlukan pendekatan dengan orang-orang yan ahli di bidangnya, sehingga dapat memperoleh pemahaman yang jelas kenyataan di lapangan. Penelitian kualitatif adalah suatu aktifitas pengamatan di lokasi tempat berbagai fakta, data, bukti, atau hal-hal lain yang terkait dengan riset menurut Lofland

Moleong (1999:112). Dengan pendekatan kualitatif, diharapkan data yang di dapatkan saat observasi di Pantai Sipelot Kabupaten Malang ini sesuai, terperinci dan menunjang dalam perancangan video promosi Pantai Sipelot Kabupaten Malang.

### **3.1.2 Subjek Penelitian**

Subjek penelitian dalam penelitian kualitatif menurut Sugiono (2007:215) dapat disebut dengan *Social Situation* dengan cara mengamati seperti individu, masyarakat, kelompok, organisasi, keadaan suatu wilayah, dan waktu tertentu tergantung dengan masalah yang akan diteliti. Subjek penelitian pada perancangan ini yaitu masyarakat Desa Pujiharjo dan perhutani dengan mencari informasi yang terkait dengan masalah yang akan di angkat oleh peneliti di Desa Pujiharjo dengan metode kualitatif.

### **3.1.3 Objek Penelitian**

Objek yang akan menjadi sasaran penelitian disini adalah sebuah tempat pariwisata yaitu sebuah pantai yang bernama Pantai Sipelot yang terletak di Kabupaten Malang tepatnya di Desa Pujiharjo. Peneliti akan mencari sebuah informasi mengenai perkembangan di pantai tersebut dengan menggunakan metode kualitatif dengan melalui pendekatan deskriptif. Pendekatan deskriptif menurut Nawawi dan Matini (1994:74) adalah metode yang melukiskan suatu kedaan objektif atau peristiwa tertentu berdasarkan fakta-fakta yang tampak atau sebagaimana mestinya yang kemudian diiringi dengan upaya pengambilan kesimpulan secara umum berdasarkan fakta historis tersebut. Dengan penggunaan metode kualitatif yang melalui pendekatan secara deskriptif ini bertujuan untuk mendeskripsikan suatu keadaan atau fenomena secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai hasil penelitian yang sedang diteliti.

### 3.1.4 Lokasi Penelitian

Menurut Moleong (2005:128) Lokasi penelitian merupakan tempat dimana peneliti melakukan penelitian terutama dalam menangkap fenomena atau peristiwa yang sebenarnya yang terjadi dari objek yang diteliti dalam rangka untuk mendapatkan data-data yang akurat.

Tempat penelitian yang dituju adalah di Pantai Sipelot, Air Terjun Wedi Putih, Watu Payung, Pantai Tenger yang terletak di Desa Pujiharjo, Kecamatan Tirtoyudo, Kabupaten Malang, Jawa Timur. Dalam merangkup suatu penelitian yang berbasis penelitian kualitatif, tempat penelitian adalah sumber utama untuk melakukan penelitian, dan untuk mendapatkan informasi-informasi penting yang berkaitan dengan penelitian yang sedang diteliti.

## 3.2 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Moleong (1997:6) dalam penelitian kualitatif deskriptif, data yang dikumpulkan berupa kata-kata, gambar dan bukan angka. Data yang didapatkan berasal dari naskah wawancara, catatan lapangan, foto, video, dokumen pribadi, catatan atau memo, dan dokumen resmi lainnya. Teknik pengumpulan data merupakan cara mengumpulkan data yang dibutuhkan dari narasumber yang bersifat faktual dan kualitatif guna agar dapat menyelesaikan suatu masalah saat kegiatan penelitian berlangsung. Adapun proses yang dapat diterapkan untuk menunjang pengambilan data yaitu dilakukan secara lisan ataupun tertulis adalah sebagai berikut :

### 3.2.1 Observasi

Menurut Bungin (2005:143) observasi atau pengamatan adalah metode pengumpulan data yang digunakan untuk menghimpun data penilaian, data-data penelitian tersebut dapat diamati oleh peneliti. Data yang dibutuhkan peneliti saat observasi berupa

data kunjungan Desa Pujiharjo, informasi objek-objek saat Sambang Segoro yang terdapat di desa Pujiharjo, data berupa foto dan video yang dapat dijadikan bukti penelitian. Kesimpulan yang dapat ditarik dari teknik observasi ini merupakan sebuah cara untuk mengetahui adanya kegiatan dan potensi yang dimiliki pada Desa Pujiharjo berdasarkan pengamatan dari peneliti baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap objek penelitian. Pengamatan langsung dilaksanakan di Desa Pujiharjo Kabupaten Malang sebagai cara untuk memperoleh informasi data yang valid terkait beberapa objek wisata dan atraksi wisata yang berada saat Sambang Segoro sekaligus untuk mengamati objek sasaran yang diteliti secara langsung dan berdasarkan fakta lingkungan guna untuk merancang video promosi sebagai bentuk upaya memperkenalkan kepada wisatawan layak kunjung.

### 3.2.2 Wawancara

Menurut Yusuf (2014:372) wawancara secara sederhana adalah suatu kejadian atau suatu proses interaksi antara pewawancara (*interviewer*) dan narasumber atau orang yang akan diwawancarai (*interviewee*) yang dilakukan melalui komunikasi secara langsung. Wawancara merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan berhadapan secara langsung dengan yang di wawancarai. Wawancara merupakan alat *re-checking* atau pembuktian terhadap informasi atau keterangan yang di peroleh sebelumnya Sugiono (2011:139).

Metode wawancara digunakan penulis untuk mencari informasi terkait variabel desain dari kepariwisataan dalam perancangan video promosi Sambang Segoro Desa Pujiharjo Kabupaten Malang berbasis destinasi wisata keindahan alam, oleh karena itu wawancara dilakukan secara langsung kepada pengelola Desa Pujiharjo yaitu bapak Yoyot dikarenakan perancangan ini berkaitan dengan Sambang Segoro yang berada di Desa

Pujiharjo dan menggali informasi secara langsung kepada kepala pengelolanya secara langsung, lalu peneliti melakukan wawancara kepada kepala desa Pujiharjo bapak Hendik, Bapak Hendik sendiri cukup banyak memberikan informasi seputar desa Pujiharjo dan perancangan ini membutuhkan data yang berhubungan dengan data kunjungan yang berada di kantor kelurahan dan masyarakat sekitar.



Gambar 3.1 Balai desa Desa Pujiharjo

Sumber : Penulis,2019

### 3.2.3 Dokumentasi

Sejumlah besar fakta dan data tersimpan dalam bahan yang berbentuk dokumentasi.

Sebagian besar data yang tersedia berbentuk surat-surat, catatan foto dan video Sugiono (2011:139). Metode dokumentasi digunakan untuk memperoleh data berupa arsip foto maupun video seputar keindahan alam, obyek-obyek wisata, dan atraksi wisata yang dimiliki oleh Desa Pujiharjo Kabupaten Malang. Dalam perancangan video promosi upaya memperkenalkan ke wisatawan yang nantinya dapat digunakan sebagai pembentuk konsep visual video promosi Sambang Segoro Desa Pujiharjo Kabupaten Malang sebagai upaya meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan.

### 3.2.4 Studi Kompetitor

Studi kompetitor merupakan kesamaan produk yang di teliti sehingga studi ini dilakukan sebagai meneliti pesaing yang serupa dengan produk yang sedang dirancang oleh peneliti. Kekuatan dan kelemahan yang dimiliki pesaing dapat dijadikan peluang untuk membuat nilai lebih dalam menarik parawisatawan. Studi kompetitor dalam penelitian ini video promosi dari *Amazing Malang Strudel* yang memperlihatkan keindahan dan keunikan pesona alam Pantai Sipelot. Dengan demikian peneliti akan merancangan video promosi Sambang Segoro Desa Pujiharjo kabupaten Malang merupakan suatu upaya yang konkret dalam rangka mengemas objek-objek wisata sebagai destinasi wisata yang dapat menjadi pusat daya tarik wisatawan.



Gambar 3.2 Studi competitor *Amazing Malang Strudel*  
Sumber : Penulis,2019

### 3.2.5 Studi Literatur

Menurut Sugiono (2014:291) studi literatur berkaitan dengan kajian teoritis dan refrensi yang mengandung unsur nilai, norma, dan budaya yang mengacu pada literatur-literatur ilmiah. Jadi dapat disimpulkan bahwa studi literatur merupakan teknik pengumpulan data melalui sumber-sumber buku, jurnal, internet ataupun artikel dengan sumber yang terpercaya untuk mendukung perancangan video promosi Sambang Segoro

Desa Pujiharjo Kabupaten Malang sebagai upaya meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan.

### **3.3 Analisis Data**

Menurut Bogdan dalam Sugiyono (2013:244) Analisis data merupakan proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain sehingga mudah untuk dipahami dan temuannya dapat diinformasikan kepada khalayak umum. Menurut Sugiono (2011:163) Teknik analisis data merupakan cara menganalisis data penelitian termasuk alat-alat statistik yang relevan untuk digunakan dalam penelitian. Penelitian ini menggunakan metode analisis dekriptif-kualitatif. Dekriptif yaitu penafsiran data yang dilakukan dengan penalaran yang didasarkan pada data yang telah dikumpulkan mengenai *setting* sosial atau mengenai suatu fenomena dan kenyataan sosial. Menurut Miles dan Huberman, setelah data-data yang dibutuhkan telah terkumpul, dilakukan pengolahan atau analisis data yang mencakup reduksi data, model data, dan penarikan / verifikasi kesimpulan Emzir (2008:23)

#### **1. Reduksi Data**

Reduksi data mengacu pada bentuk analisis pemilihan, pemfokusan, penyederhanaan, dan pentransformasian data mentah. Tahap – tahap dalam reduksi data diantaranya; membuat rangkuman, membuat tema, membuat pemisah–pemisah, pemberian kode, menulis memo, dan pegembangan. Dengan kegiatan mereduksi data ini akan menghasilkan sebuah data penelitian guna untuk mempermudah peneliti melakukan pengumpulan data.

## 2. Model data/Penyajian Data

Menurut Yusuf (2014:408) *display* atau penyajian dalam konteks ini adalah kumpulan informasi yang telah tersusun yang memperbolehkan penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan yang kemudian hasil data tersebut dapat disajikan berupa gambar, video, grafik, dan tabel. Bentuk penyajian data kualitatif yang paling sering digunakan untuk menyajikan data adalah dengan teks yang bersifat naratif yang berbentuk catatan di lapangan. Penyajian data tersebut mencakup berbagai jaringan kerja, grafik, jenis matrik dan bagan. Semua hasil tersebut disusun sebagai kumpulan dari berbagai informasi untuk mendeksripsikan kesimpulan dan pengambilan tindakan, serta agar penyajian data dari hasil reduksi data lebih tertata dan semakin mudah dipahami. Pada langkah penyajian data peneliti berusaha untuk menyusun data yang akurat, agar nantinya menjadi informasi yang dapat disimpulkan dan memiliki makna tertentu.

## 3. Verifikasi Kesimpulan

Tahap selanjutnya adalah penarikan kesimpulan dari hasil penelitian yang dilakukan berdasarkan temuan secara faktual dan kualitatif untuk melakukan verifikasi data. Pada dasarnya kesimpulan awal yang sudah diperoleh masih bersifat sementara dan kesimpulan tersebut akan diubah menjadi kesimpulan akhir bila peneliti menemukan suatu fakta, inilah yang dimaksud dengan verifikasi data. Setelah melalui proses di atas akan didapatkan berbagai keyword yang dibutuhkan oleh peneliti, yang selanjutnya akan dikembangkan lagi untuk menjadi sebuah konsep pada perancangan penelitian

## **BAB IV**

### **PEMBAHASAN**

#### **4.1 Hasil Pengumpulan Data**

Pembahasan pada bab ini difokuskan pada hasil data yang telah dikumpulkan dan digunakan dalam perancangan video promosi Desa Pujiharjo Kabupaten Malang melalui program wisata Sambang Segoro sebagai upaya meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan.

##### **4.1.1 Hasil Observasi**

Observasi ini dilakukan dengan cara mengamati secara langsung objek wisata yang berada di Desa Pujiharjo dan melakukan pengamatan secara sistematis tentang hal tertentu yang menjadi target objek pengamatan peneliti.

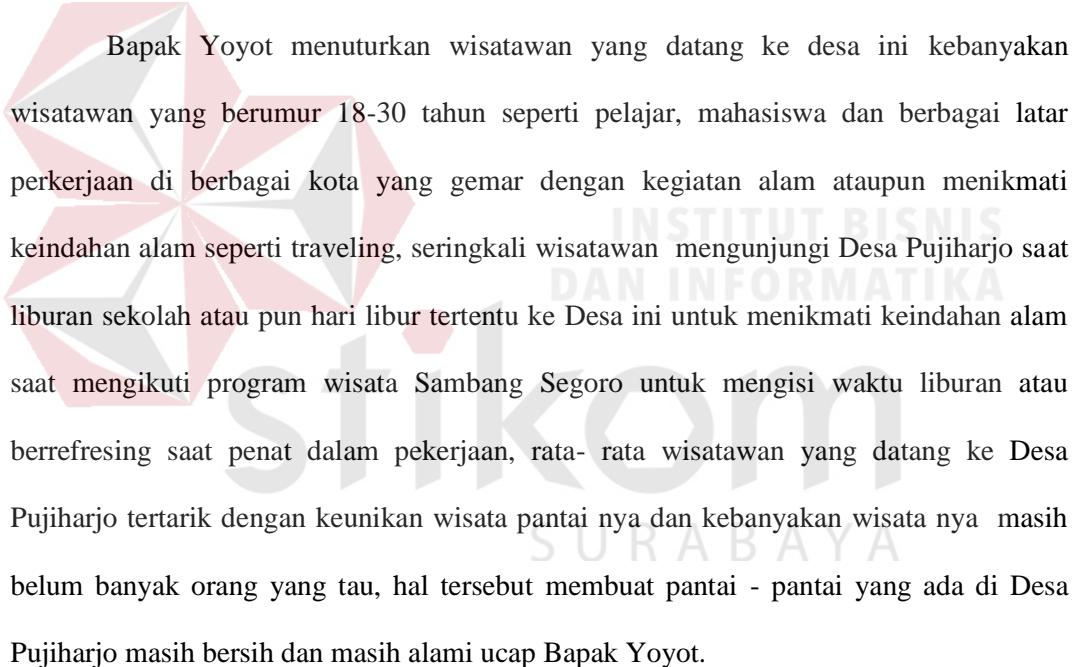
1. Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan di wilayah Kecamatan Tirtiyudo Kabupaten Malang terdapat sebuah desa yang bernama Desa Pujiharjo yang merupakan sebuah desa wisata yang memiliki keindahan alam yang disajikan ke pada wisatawan yang berwisata di desa ini.
2. Objek – objek wisata yang dapat dinikmati wisatawan saat Sambang Segoro yang pertama Pantai Sipelot, Air Terjun Wedi Putih, Watu Payung, dan Pantai Tenger, Semua objek wisata ini dapat dirasakan wisatawan saat Sambang Segoro dan wisatawan juga dapat melakukan berbagai atraksi wisata saat Sambang Segoro mulai dari menaiki perahu, memancing, berenang, membakar ikan, dan berfoto – foto dengan keindahan yang telah disajikan saat Sambang Segoro.
3. Desa Pujiharjo sendiri memiliki berbagai potensi yang sangat banyak tapi disayangkan belum memiliki sebuah video promosi yang mempromosikan paket

wisata Sambang Segoro dan menyebutkan secara lengkap objek-objek wisata yang dimiliki oleh Desa Pujiharjo.

#### **4.1.2 Hasil Wawancara**

Wawancara merupakan sebuah teknik pengumpulan data dengan melakukan interaksi peneliti dengan sumber informasi agar peneliti mendapatkan data atau informasi yang dapat menjelaskan permasalahan yang terdapat pada lokasi yang diteliti. Wawancara pertama dilakukan kepada kepala Desa Pujiharjo bapak Hendik, bapak Hendik menjelaskan Desa Pujiharjo merupakan sebuah Desa yang memiliki banyak potensi yang pantas untuk dinikmati wisatawan, Desa Pujiharjo ini terletak di balik sebuah bukit jadi desa ini seakan akan tidak terlihat dari kejauhan dikarenakan tertutup hutan yang lebat dan perbukitan yang tinggi di Desa Pujiharjo terdapat paket wisata yang bernama Sambang Segoro yang mengajak wisatawan untuk mengunjungi beberapa objek wisata yang berada di desa ini, dengan memanfaatkan perahu - perahu yang dimiliki nelayan yang berada di desa ini untuk mengantarkan wisatawan untuk melakukan Sambang Segoro tidak hanya itu wisatawan juga dapat membeli ikan langsung kepada nelayan-nelayan yang ada di Desa Pujiharjo sebagian besar penduduk Desa Pujiharjo sendiri berprofesi sebagai petani namun ada beberapa masyarakat desa yang berprofesi sebagai nelayan, maka dari itu pengurus desa mengajak kerja sama kepada masyarakat yang berprofesi sebagai nelayan agar dapat ikut berpartisipasi untuk mengembangkan paket wisata Sambang Segoro ini. wawancara selanjutnya peneliti mewawancarai Bapak Yoyot yang selaku sebagai ketua Podarwis yang berada di Desa Pujiharjo, Bapak Yoyot menjelaskan pemerintah Kabupaten Malang mendukung penuh adanya wisata yang dibuat di Desa Pujiharjo tertera di dalam RPJP Kabupaten Malang 2005-2025, dikarenakan desa ini memiliki potensi keindahan alam dan juga dapat membantu perekonomian masyarakat Desa Pujiharjo, meskipun dalam hal ini pemerintah sudah mendukung program yang di selenggarakan masyarakat sekitar akan

tetapi Desa Pujiharjo belum memiliki sebuah video promosi yang mempromosikan dan memperkenalkan kegiatan Sambang Segoro. Oleh karena itu masih banyak wisatawan yang belum mengenal Sambang Segoro, sebelum nya Desa Pujiharjo sendiri telah membuat promosi di media sosial instagram dan membuat berbagai konten yang membahas tentang objek wisata yang berada di Desa Pujiharjo tapi disayangkan tidak berjalan efektif. Maka dari itu pengunjung yang datang ke desa ini tidak banyak hanya sebatas wisatawan yang sudah mengetahui informasi mengenai Desa Pujiharjo dan para wisatawan yang pernah datang mengunjungi desa ini.



Bapak Yoyot menuturkan wisatawan yang datang ke desa ini kebanyakan wisatawan yang berumur 18-30 tahun seperti pelajar, mahasiswa dan berbagai latar perkerjaan di berbagai kota yang gemar dengan kegiatan alam ataupun menikmati keindahan alam seperti traveling, seringkali wisatawan mengunjungi Desa Pujiharjo saat liburan sekolah atau pun hari libur tertentu ke Desa ini untuk menikmati keindahan alam saat mengikuti program wisata Sambang Segoro untuk mengisi waktu liburan atau berrefresing saat penat dalam pekerjaan, rata- rata wisatawan yang datang ke Desa Pujiharjo tertarik dengan keunikan wisata pantai nya dan kebanyakan wisata nya masih belum banyak orang yang tau, hal tersebut membuat pantai - pantai yang ada di Desa Pujiharjo masih bersih dan masih alami ucapan Bapak Yoyot.

#### 4.1.3 Dokumentasi

Dokumentasi yang telah didapatkan digunakan untuk memperkuat data-data yang telah di peroleh untuk perancangan video promosi Desa Pujiharjo berikut adalah dokumentasi yang di peroleh peneliti :



Gambar 4.1 Dudukan Pantai Sipelot  
Sumber : Peneliti, 2019

Seperti yang terlihat pada gambar di atas merupakan salah satu dari beberapa fasilitas yang telah di sediakan di pantai Sipelot yang dapat di gunakan wisatawan untuk duduk bersantai sambil menikmati keindahan pantai sipelot. Fasilitas yang disediakan oleh pihak Pantai Sipelot bukan hanya itu saja akan tetapi masih banyak lagi yang dapat digunakan wisatawan sebagai tempat untuk dijadikan salah satu hiburan sambil menikmati pesona di pantai Sipelot seperti di pantai tersebut juga terdapat ayunan, meja dan kursi yang bertutupkan payung yang terbuat dari anyaman biasa disebut juga saung bambu.



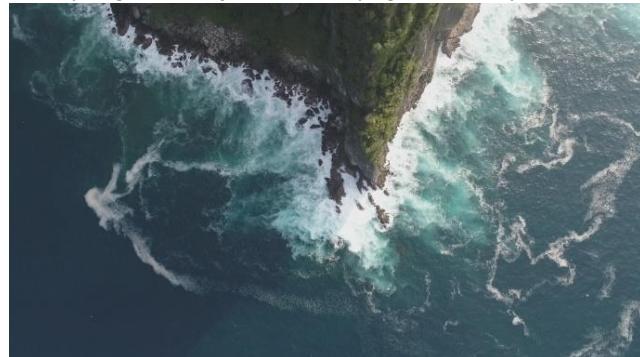
Gambar 4.2 Fasilitas umum Pantai Sipelot  
Sumber : Peneliti,2019



Gambar 4.3 Fasilitas umum Pantai Sipelot  
Sumber : Peneliti, 2019

Gambar diatas merupakan salah satu fasilitas yang menjadi tempat favorit bagi wisatawan untuk berfoto dikarenakan ketika wisatawan hendak berfoto di atas ayunan tersebut background yang akan di hasilkan yaitu langsung menghadap hamparan laut lepas yang elok, waktu yang cocok dan selalu di tunggu-tunggu oleh wisatawan untuk menghasilkan hasil foto yang bagus adalah ketika air laut pasang sehingga setengah dari ayunan ini tergenang air laut dan tergulung oleh ombak-ombak kecil. Tak hanya itu diatas sebuah ayunan tersebut juga terdapat sebuah tulisan yang menjadi salah satu poin fasilitas

di pantai tersebut. Di pantai Sipelot juga tidak hanya di suguhkan oleh keindahan lautannya yang biru, akan tetapi wisatawan juga disuguhkan kehijauan pemandangan yang terdapat di tebing-tebing pantai yang memanjakan mata yang melihatnya.



Gambar 4.4 Tebing-tebing di sekitaran Desa Pujiharjo

Sumber : Peneliti, 2019

Gambar diatas menunjukkan keindahan tebing-tebing yang dapat dilihat wisatawan ketika melakukan perjalanan ke objek-objek yang lain nya saat menaiki perahu. Tebing-tebing tersebut terbentuk secara alami dikarenakan terkikis oleh gelombang air laut yang besar. Tak hanya itu wisatawan juga dapat melihat keindahan bawah laut saat melakukan perjalanan ke rute wisata selanjunya melalui sebuah kapal yang memang di modifikasi oleh pihak pemilik perahu yaitu perahu yang permukaannya telah diganti dengan sebuah kaca guna untuk melihat indahnya bawah laut seperti terdapat ikan-ikan yang sedang berenang dibawah perahu dan keindahan beberapa terumbu karang untuk mengurangi kejemuhan saat melakukan perjalanan laut.



Gambar 4.5 Sungai Pantai Sipelot

Sumber : Peneliti, 2019

Gambar terakhir merupakan sebuah sungai yang terpisahkan oleh garis pantai yang terdapat di Pantai Sipelot, wisatawan dapat menyusuri sungai tersebut dengan perahu yang telah di sediakan, saat menyusuri sungai tersebut wisatawan merasakan sensasi melewati sungai yang di tutupi rimbunnya pepohonan dan air sungai yang bersih dan segar.

#### **4.1.4 Studi Literatur**

Dalam melakukan penelitian ini peneliti menggunakan studi literatur yang telah dikumpulkan dari berbagai sumber buku yang berhubungan dengan perancangan ini yang diharapkan dapat mempermudah peneliti dalam perancangan video promosi program wisata Sambang Segoro Desa Pujiharjo yaitu buku dari Salahudin yang berjudul “Pengertian Audio Visual Dalam Pembelajaran”, buku dari Sugiyono yang berjudul “Metode Penelitian Kuantitatif”, jurnal Yohanes Anggoroadi Wicaksono yang berjudul “Perancangan Destination Branding Desa Pujiharjo Kabupaten Malang Sebagai Upaya Meningkatkan *Brand Awarness*” dan, RPJP kabupaten Malang 2005-2025 yang menyebutkan bahwa pemerintah Kabupaten Malang mendukung dalam mengembangkan wisata yang ada di Desa Pujiharjo

#### **4.1.5 Studi Kompetitor**

Pada studi kompetitor ini peneliti mengambil salah satu video dari Malang Strudel yang di unggah didalam youtube, video Malang Strudel ini berupa sebuah video promosi yang menjelaskan sebuah pantai yang berada di Desa Pujiharjo yaitu Pantai Sipelot. Didalam video Malang Strudel membahas perihal keindahan alam dan keunikan pantai Sipelot, dalam video ini Malang Strudel menjelaskan dan memperlihatkan keindahan

pantai sipelot saja tidak menyebutkan objek-objek yang lain nya yang berada di Desa Pujiharjo.



Gambar 4.6 Studi Kompetitor *Amazing Malang Strudel*  
Sumber : Penulis, 2019

Di dalam video yang berdurasi kurang lebih hampir 4 menit tersebut Malang Strudel menjelaskan dari awal perjalanan menuju ke Pantai Sipelot hingga sampai di objek wisatanya menggunakan sebuah narasi untuk memperjelas bagi yang melihat akun youtube tersebut yang ingin berkunjung ke Pantai Sipelot. Didalam video tersebut memperlihatkan rute perjalanan ke pantai yang tidak terlalu sulit untuk ditempuh karena akses menuju jalan tersebut sudah diperbarui oleh masyarakat Pujiharjo sehingga itu menjadi poin untuk menuju ke Desa Pujiharjo. Karena tidak banyak pantai yang dalam rute perjalanannya bisa dilalui oleh kendaraan beroda empat, akses ke pantai tersebut juga lumayan baik.



Gambar 4.7 Studi Kompetitor *Amazing Malang Strudel*  
Sumber : Penulis, 2019

Video promosi yang dilakukan oleh Malang Strudel ini bertujuan untuk memperkenalkan Pantai Sipelot yang berada di Desa Pujiharjo agar calon wisatawan yang ingin berlibur bisa melihat situasi ataupun suasana keindahan alam Pantai Sipelot tersebut.

Dalam video ini menjelaskan bahwa sebagian dari masyarakat Desa Pujiharjo beraktivitas sebagai nelayan untuk mencukupi kehidupan mereka, uniknya adalah mereka tidak saling berkompetisi dalam dunia usaha akan tetapi mereka bekerja sama untuk menangkap ikan dan dibagi sama rata yang selanjutnya dijual ke pengepul ikan di pasar.

## 4.2 Hasil Analisa Data

### 4.2.1 Reduksi Data

#### a. Observasi

Reduksi data dari tahap observasi ini adalah Desa Pujiharjo merupakan sebuah desa yang memiliki panorama keindahan alam dibagian pesisir pantainya dan memiliki berbagai macam objek wisata yang masih asri dan alami dikarenakan belum banyak wisatawan yang belum mengetahui objek objek wisata yang berada di Desa Pujiharjo ini. Selain itu di Desa Pujiharjo terdapat sebuah paket wisata yang bernama Sambang Segoro yang mengajak wisatawan untuk mengunjungi beberapa objek wisata yang berada di Desa Pujiharjo seperti Pantai Sipelot, Air Terjun Wedi Putih, Watu Payung, dan Pantai Tenger tidak hanya itu saja tetapi wisatawan dapat merasakan berbagai macam atraksi wisata saat Sambang Segoro. Namun pada saat ini di Desa Pujiharjo belum memiliki sebuah video promosi yang memperkenalkan paket wisata Sambang Segoro yang memperlihatkan keindahan objek wisata yang dapat menarik wisatawan untuk berwisata ke desa ini.

#### b. Wawancara

Hasil wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti adalah tentang potensi yang ada di Desa Pujiharjo yang dapat diangkat di dalam perancangan video promosi ini. Desa Pujiharjo memiliki sebuah paket wisata Sambang Segoro yang mengajak wisatawan untuk mengunjungi objek wisata yang ada di Desa Pujiharjo, tidak

hanya itu saja wisatawan akan merasakan sensasi saat menaiki perahu-perahu kecil nelayan, pada saat menuju ke objek-objek wisata itu tadi wisatawan akan di ajak untuk memancing ikan bersama nelayan, setelah mendapatkan hasil tangkapan ikan wisatawan akan di ajak untuk menikmati hasil tangkapan tersebut dengan membakar ikan yang tadi telah di tangkap di pesisir pantai. Program wisata Sambang Segoro dapat di ikuti oleh semua kalangan tanpa membedakan umur yaitu wisatawan dalam rentang umur 18-30 tahun, seperti pelajar, mahasiswa dan berbagai latar belakang perkerjaan di berbagai kota yang gemar dengan kegiatan alam ataupun menikmati keindahan alam seperti traveling. Pemerintah Kabupaten Malang juga mendukung penuh adanya wisata yang dibuat di Desa Pujiharjo yang tertera di dalam RPJP Kabupaten Malang 2005–2025, Namun disayangkan pada saat wawancara bapak Yoyot menerangkan bahwa di Desa Pujiharjo belum memiliki sebuah media promosi dalam bentuk video yang mempromosikan program Sambang Segoro untuk Desa Pujiharjo, sehingga perlu dibuatlah perancangan video promosi dan media pendukung lainnya untuk mempromosikan dan memperkenalkan program wisata Sambang segoro kepada wisatawan lebih luas lagi.

c. Dokumentasi

Sebagian besar hasil dokumentasi yang telah di dapat dan diambil oleh peneliti seperti Pantai Sipelot, Air Terjun Wedi Putih, Watu Payung, Pantai Tenger dan fasilitas yang telah disediakan, dapat membantu dalam perancangan pembuatan video promosi Sambang Segoro di Desa Pujiharjo, kegiatan dokumentasi ini juga bertujuan untuk menentukan objek mana saja yang akan dimasukkan dan menjadi poin penting di dalam video promosi sebagai upaya untuk memperkenalkan dan menambah jumlah kunjungan pada Desa Pujiharjo Kabupaten Malang.

d. Studi Literatur

Hasil studi literatur yang telah di kumpulkan oleh peneliti dari berbagai sumber buku dapat membantu dalam hal penelitian kualitatif, perancangan video promosi dan pendalaman mengenai Desa Pujiharjo peneliti dalam perancangan video promosi program wisata Sambang Segoro Desa Pujiharjo dan media pendukung lain nya dalam upaya untuk memperkenalkan dan menambah jumlah kunjungan Desa Pujiharjo sebagai objek wisata yang berada di Malang Jawa Timur.

e. Studi Kompetitor

Studi kompetitor yang telah di peroleh dan ditetapkan oleh peneliti pada perancangan ini adalah video dari Malang Strudel yang mempromosikan Pantai Sipelot yang berada di Desa Pujiharjo Kabupaten Malang sebagai objek wisata. Dalam durasi kurang lebih 4 menit Malang Strudel membahas perihal video promosi yang bertujuan untuk memperkenalkan Pantai Sipelot yang berada di Desa Pujiharjo agar calon wisatawan yang ingin berlibur bisa melihat kondisi ataupun suasana keindahan alam Pantai Sipelot tersebut. Dari isi video promosi yang di paparkan oleh Malang Strudel hanya menjelaskan mengenai Pantai Sipelot saja mulai dari rute perjalanan menuju pantai dan memperlihatkan panorama keindahan perbukitan yang menemani saat perjalanan menuju pantai hingga sampai ke objek wisata yang dituju yaitu Pantai Sipelot. Dalam video promosi nya Malang Strudel tidak menampilkan tentang program wisata yang di menjadi poin untuk menikmati atraksi wisata yang disediakan pengelola pantai yaitu seperti program wisata Sambang Segoro atau dalam bahasa indonesia berarti “mengunjungi lautan”. Dari video promosi yang telah diamati tersebut peneliti membuat sebuah perancangan video promosi Sambang Segoro Desa Pujiharjo Kabupaten Malang sebagai upaya

meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan, hal ini dilakukan untuk menjelaskan secara rinci program wisata yang ada di Pantai Sipelot tersebut.

#### **4.2.2 Penyajian Data**

Berdasarkan data observasi, wawancara, dokumentasi, studi literatur, dan studi kompetitor yang telah di reduksi oleh peneliti maka proses selanjutnya melakukan penyajian data yang dapat di simpulkan :

- a. Desa Pujiharjo merupakan desa yang memiliki panorama keindahan alam yang masih alami dan belum banyak terjamah oleh wisatawan, selain itu sarana dan prasarana program wisata sudah tertata dengan melibatkan warga desa dalam program wisata yang telah di sediakan di Pujiharjo.
- b. Salah satu program wisata yang di unggulkan di Desa Pujiharjo adalah Sambang Segoro yang mengajak wisatawan untuk mengunjungi berbagai objek wisata seperti Pantai Sipelot, Air Terjun Wedi Putih, Watu Payung, dan Pantai Tenger, tidak hanya itu saja tetapi masih ada banyak lagi seperti atraksi wisata yang dapat dirasakan wisatawan saat Sambang Segoro di Desa Pujiharjo. Program wisata Sambang Segoro dapat di ikuti oleh semua kalangan di antaranya wisatawan dalam rentang umur 18-30 tahun, seperti pelajar, mahasiswa dan berbagai latar belakang perkerjaan di berbagai kota yang gemar dengan kegiatan alam ataupun menikmati keindahan alam seperti traveling.
- c. Program wisata Sambang Segoro ini merupakan paket wisata yang berada di Desa Pujiharjo, program wisata ini belum memiliki sebuah video promosi yang menunjang program wisata ini untuk dikenal oleh masyarakat atau pun calon wisatawan yang akan berlibur di Desa Pujiharjo. Pemerintah juga mendukung

masyarakat Desa Pujiharjo untuk memperkenalkan keindahan alam melalui program wisata Sambang Segoro.

#### **4.2.3 Kesimpulan**

Pada penelitian ini, peneliti menarik kesimpulan untuk membuat media promosi Sambang Segoro Desa Pujiharjo upaya untuk memperkenalkan kepada masyarakat dan calon wisatawan dengan menggunakan metode video. Berdasarkan hasil analisa yang di peroleh dapat disimpulkan, program wisata Sambang Segoro merupakan salah satu paket wisata yang menjadi unggulan di Desa Pujiharjo yang mengajak wisatawan untuk mengunjungi berbagai objek wisata seperti pesisir Sipelot, Air Terjun Wedi Putih, Watu Payung, dan Pantai Tenger, tidak hanya itu saja tetapi masih ada banyak lagi seperti atraksi wisata yang dapat dirasakan wisatawan saat Sambang Segoro di Desa Pujiharjo. Program wisata Sambang Segoro di ikuti oleh semua kalangan di antaranya wisatawan dalam rentang umur 18 - 30 tahun, seperti pelajar, mahasiswa dan berbagai latar belakang perkerjaan di berbagai kota yang gemar dengan kegiatan alam ataupun menikmati keindahan alam seperti traveling. Pemerintah pun juga mendukung program wisata yang dibuat oleh masyarakat Desa Pujiharjo, namun disayangkan Desa Pujiharjo belum memiliki sebuah video promosi yang memperkenalkan Sambang Segoro kepada masyarakat dan wisatawan.

#### **4.3.1 Segmentasi, Targeting, Positioning ( STP )**

##### **1. Segementasi**

###### **a. Demografis**

- Usia : 18-30 tahun
- Jenis Kelamin : Laki-laki dan Perempuan
- Kelas Sosial : Menengah keatas

- Pekerjaan : Mahasiswa – Pekerja
- Pendidikan : SMA – Sarjana
- a. Geografis**
  - Wilayah : Seluruh wilayah indonesia
  - Ukuran Kota : Wilayah perkotaan
  - Negara : Indonesia
- b. Psikografis**
  - Memiliki hobi traveling
  - Memiliki rasa ingin tahu yang tinggi
  - Memiliki kepribadian yang aktif

## 2. Targeting

Target yang dituju pada perancangan video promosi Sambang Segoro Desa Pujiharjo ini adalah orang dewasa dengan rentan umur 18 - 30 tahun , seperti pelajar mahasiswa dan berbagai latar belakang pekerjaan di berbagai kota yang gemar dengan kegiatan alam ataupun menikmati keindahan alam seperti treaveling.

- Jenis Kelamin : Laki-laki dan Perempuan
- Umur : 18-30 tahun
- Jenjang Pendidikan : SMA – Sarjana
- Pendapatan : Rp. 1000.000 – Rp.3000.000
- Kelas Sosial : Menengah keatas

## 2. Positioning

Positioning adalah salah satu faktor penting dalam perancangan video promosi. Dalam proses mempromosikan program wisata Sambang Segoro peneliti memperlihatkan potensi yang dimiliki oleh Sambang Segoro yang ada di Desa Pujiharjo mulai dari keunikan hingga keindahan objek-objek yang ada di desa ini sehingga wisatawan dapat merasakan dan

membayangkan saat mengikuti program wisata Sambang Segoro yang dimiliki oleh Desa Pujiharjo. Dalam program wisata Sambang Segoro ini hanya dapat dijumpai di Desa Pujiharjo Kabupaten Malang Jawa Timur.

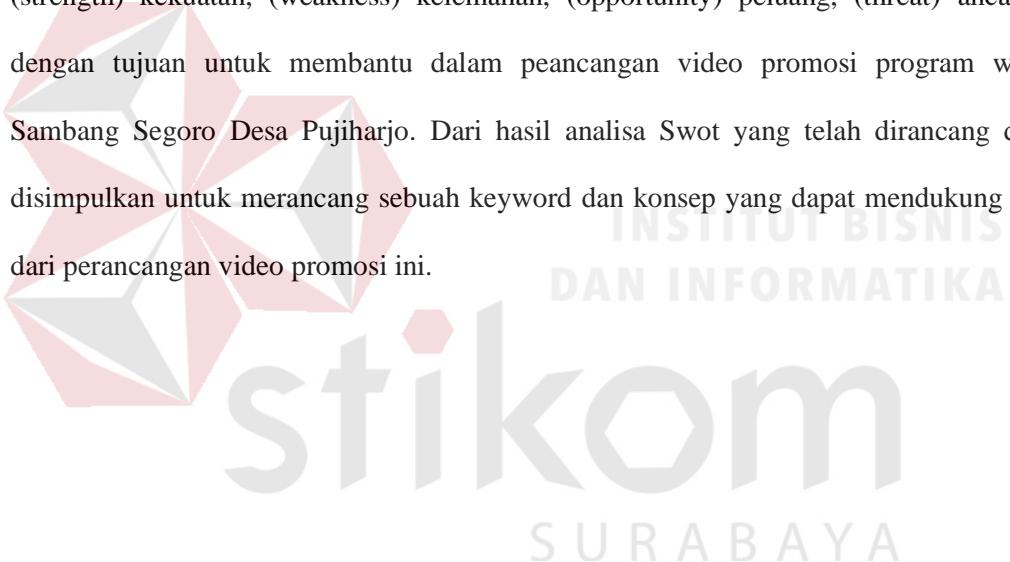
#### 4.3.2 Unique Selling Proposition

Sebuah objek wisata haruslah memiliki sebuah keunikan tersendiri untuk menghadapi persaingan pasar, agar menjadi pembeda antara wisata satu dan wisata lainnya, dan dapat membangun sebuah positioning di dalam benak calon wisatawan yang ingin berlibur di Desa Pujiharjo. *Unique Selling Proposition* yang akan dimuat mencakup dari program wisata Sambang Segoro dan ke unikan yang dimiliki dari semua objek wisata yang ada di Desa Pujiharjo, mulai dari objek Pantai Sipelot, Air Terjun Wedi Putih, Watu Payung, dan Pantai Tenger semua objek ini memiliki berbagai keunikan tersendiri dan semua objek ini dapat dinikmati wisatawan saat mengikuti program wisata Sambang Segoro di Desa Pujiharjo. Hal ini memiliki sebuah tujuan untuk memperkenalkan keindahan alam yang terdapat di Desa Pujiharjo kepada calon wisatawan agar tertarik untuk berkunjung dan berwisata di Desa Pujiharjo. Selain itu pengunjung dapat melihat keindahan kebersamaan di Desa Pujiharjo, yaitu sifat kekeluargaan masyarakatnya dan keramahan masyarakat Desa Pujiharjo yang menjadi poin utama desa Pujiharjo layak untuk dikunjungi. Keunikan lain dari desa ini adalah wisata Sambang Segoro yang akan dinikmati oleh pengunjung adalah dengan menikmati keindahan Pantai Sipelot dan suasana yang didapat ketika menaiki perahu untuk menuju ke wisata selanjutnya yang merupakan kunjungan wisata yang disediakan oleh pihak Desa Pujiharjo, ketika perjalanan laut pengunjung juga dapat melihat keindahan bawah laut yang dapat dilihat dari atas perahu karna air di pantai Sipelot tersebut masih asri, tak hanya itu pengunjung juga dapat menikmati keseruan di atas perahu dengan memancing bersama dengan para pengunjung lainnya sambil menunggu perahu tiba ke destinasi yang dituju selanjutnya, setelah itu

pengunjung juga dapat menyantap langsung hasil dari pancingannya dan ditambah dengan menikmati kesegaran minum air kelapa dipinggir pantai ketika sampai. Destinasi pertama yang akan ditempuh setelah dari pantai sipelot yaitu ke Air terjun wedi putih disini pengunjung dapat melakukan relaksasi yang akan diterima dari percikan-percikan air yang terjun langsung dari atas yang menabrak ke tebing-tebing air terjun.

#### **4.3.2 Analisa SWOT**

Analisa SWOT merupakan metode prancangan strategis dengan mengevaluasi (strength) kekuatan, (weakness) kelemahan, (opportunity) peluang, (threat) ancaman, dengan tujuan untuk membantu dalam peancangan video promosi program wisata Sambang Segoro Desa Pujiharjo. Dari hasil analisa Swot yang telah dirancang dapat disimpulkan untuk merancang sebuah keyword dan konsep yang dapat mendukung hasil dari perancangan video promosi ini.



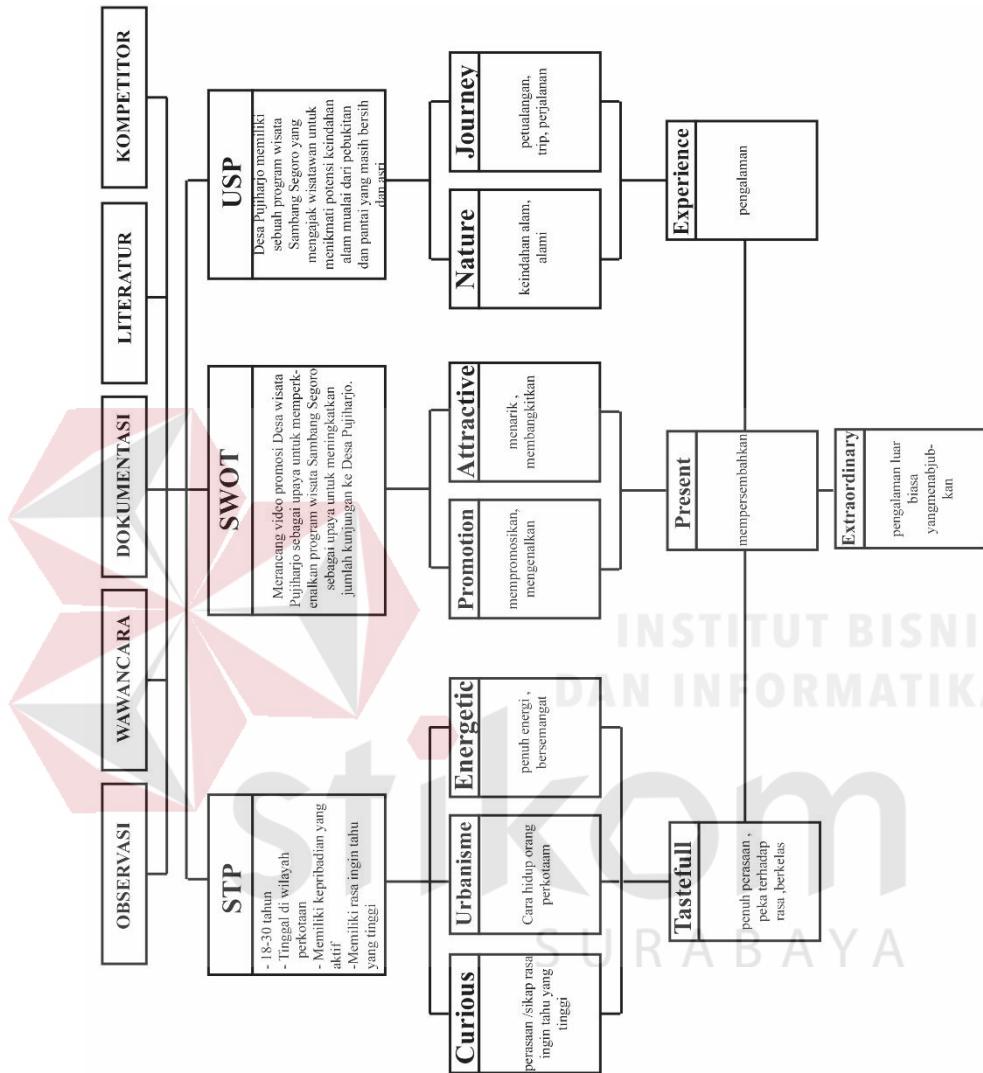
Tabel 4.1 SWOT Sambang Segoro

Internal (S-W) (O-T) Eksternal	Strength	Weakness
	<p><b>Strength</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Sambang Segoro memiliki banyak objek wisata yang dapat dinikmati wisatawan yang berkunjung</li> <li>- Adanya berbagai atraksi wisata yang dapat dinikmati wisatawan saat mengikuti program wisata Sambang Segoro</li> </ul>	<p><b>Weakness</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Kurangnya media pendukung video promosi yang memperkenalkan program wisata Sambang Segoro</li> <li>- Masih sedikitnya perahu yang tersedia untuk program Sambang Segoro</li> </ul>
<b>Opportunity</b>	<b>S-O</b>	<b>W-O</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ada beberapa nelayan yang bersedia untuk membantu menyewakan perahu nya untuk melancarkan program wisata Sambang Segoro</li> <li>- Adanya dukungan dari pemerintah kabupaten malang untuk mengembangkan Desa Pujiharjo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- adanya dukungan masyarakat dan pemerintah untuk mengembangkan dan memperkenalkan program wisata Sambang Segoro yang menarik wisatawan berkunjung</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- meskipun adanya dukungan dari pemerintah untuk mengembangkan desa pujiharjo akan tetapi sarana dan prasarana belum cukup memadahi</li> </ul>
<b>Threat</b>	<b>S-T</b>	<b>W-T</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Terdapat beberapa objek yang menarik di dekat Desa Pujiharjo</li> <li>- Wisatawan masih awam dengan program wisata Sambang Segoro</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Dengan dibuatnya perancangan video promosi yang menarik dapat memperkenalkan objek objek wisata terutama program wisata Sambang Segoro</li> <li>- Desa Pujiharjo memiliki keunggulan atraksi wisata yang dapat dinikmati pada saat Sambang Segoro</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Dengan dibuatnya media promosi yang mendukung dalam upaya untuk memperkenalkan program wisata Sambang Segoro</li> </ul>
<b>Strategi Utama :</b> Merancang video promosi Desa wisata Pujiharjo sebagai upaya untuk memperkenalkan program wisata Sambang Segoro sebagai upaya untuk meningkatkan jumlah kunjungan ke Desa Pujiharjo.		

Sumber : Penulis, 2019

### 4.3.3 Keyword

Bagan 4.1 Keyword Sambang Segoro



Sumber : Penulis, 2019

### 4.3.4 Deskripsi Konsep

Berdasarkan *keyword* yang dirancang maka konsep yang pakai dalam perancangan video promosi Sambang Segoro ini adalah “*extraordinary*”. *Extraordinary* sendiri merupakan kata kunci yang mewakili dari keyword *communicatton massages* yang terdiri dari hasil obesrvasi, wawancara, dokumentasi, studi literatur, studi kompetitor.

*Extraordinary* berasal dari bahasa inggris yang memiliki arti yang menurut KBBI atau kamus besar bahasa indonesia yang mempunyai arti pengalaman yang luar biasa / pengalaman yang menakjubkan dengan kata lain *Extraordinary* sendiri menggambarkan sebuah pengalaman yang luar bisa yang dapat dirasakan oleh wisatawan, sesuai dengan *keyword* yang didapat maka Sambang Segoro digambarkan sebagai program wisata yang memberikan pengalaman yang menakjubkan dan luar biasa kepada wisatawan yang mengikuti program wisata Sambang Segoro.

#### **4.4 Perancangan Karya**

##### **4.4.1 Tujuan Kreatif**

Konsep perancangan karya merupakan sebuah rangkaian perancangan yang berdasarkan konsep yang telah ditemukan sebelumnya. *Keyword* “*Extraordinary*” yang telah ditentukan sebelumnya mempunyai tujuan memberikan kesan atau pengalaman yang luar biasa dan akan diterapkan dengan visualisasi “*Extraordinary*” yang akan menunjukkan kelebihan dan keunikan yang dimiliki oleh program wisata Sambang Segoro. Dalam video akan memperlihatkan panorama keindahan alam seperti tebing yang sangat besar yang terbentuk secara alami terkikis oleh gelombang laut, memperlihatkan adegan seorang talent yang menaiki kapal saat mengarungi lautan dan menlewati perbatasan antara air laut dan air tawar yang berada di pantai Sipelot, kemudian, memperlihatkan pantai tenger yang tersembunyi dan masih alami yang belum banyak terjama oleh wisatawan.

##### **4.4.2 Strategi Kreatif**

Prancangan video promosi program wisata Sambang Segoro sebagai upaya untuk meningkatkan jumlah kunjungan memerlukan sebuah strategi kreatif untuk mendapatkan ide dan langkah yang cermat untuk berupaya mencapai sasaran yaitu menikatkan kesadaran wisatawan untuk meningkatkan jumlah kunjungan.

## 1. Sipnosis

Sambang Segoro merupakan sebuah program wisata yang ada di Desa Pujiharjo Kabupaten Malang Jawa Timur, saat mengikuti program wisata Sambang Segoro wisatawan akan di ajak untuk mengunjungi dan berkeliling ke objek objek yang ada di Desa Pujiharjo seperti Pantai Sipelot, Air Terjun Wedi Putih, Watu Payung, dan Pantai Tenger, tidak hanya itu saja pada saat Sambang Segoro wisatawan akan di ajak untuk memancing dan menikmati tangkapan hasil laut dengan bumbu-bumbu seadanya sambil menikmati indahnya pesona alam saat Sambang Segoro. Pada pengambilan video ini menceritakan tentang seorang pemuda yang datang berlibur ke Desa Pujiharjo untuk melepas penat dari kehidupan nya dikota, pemuda tersebut ingin mencari sebuah pengalaman yang luar biasa pada saat berlibur. Saat pemuda ini sampai di Desa Pujiharjo ia disambut dengan pemandangan yang sangat menawan dari Pantai Sipelot terlihat gelombang air laut yang besar dan berwarna biru, tidak hanya itu warga dari Desa Pujiharjo pun menyambutnya dengan hangat. Saat berlibur di Desa Pujiharjo pemuda ini terlihat sangat senang dengan pesona keindahan alam yang disajikan, di Desa Pujiharjo terdepat beberapa objek wisata yang tak kalah menawan dari Pantai Sipelot yaitu terdapat objek Watu Payung yang menyuguhkan keindahan batu yang berbentuk seperti payung yang terjadi secara alami karena terkikis oleh gelombang ombak yang menabrak bebatuan, Air Terjun Wedi Putih yang memiliki pasir berwarna putih dan posisi air terjun nya menghadap langsung ke laut lepas ,dan yang terakhir terdapat Pantai Tenger yang sangat indah dan pantai ini terletak dibalik perkebunan Desa Pujiharjo sehingga tidak banyak wisatawan yang mengetahui adanya Pantai Tenger ini.

## 2. Storyline

Tabel 4.2 Storyline

No	Shoot size	Video	Location	Audio
1	LS	Memperlihatkan panorama keindahan Pantai Sipelot	Pantai Sipelot	Marcus Warner - Africa [Beautiful Inspirational Uplifting]
2	LS	Pengambilan video landscape lautan	Pantai Sipelot	Marcus Warner - Africa [Beautiful Inspirational Uplifting]
3	LS	landscape penangkaran udang	Pantai Sipelot	Marcus Warner - Africa [Beautiful Inspirational Uplifting]
4	LS	Gapura Desa Pujiharjo	Desa Pujiharjo	Marcus Warner - Africa [Beautiful Inspirational Uplifting]
5	MCU	Pengambilan gambar ekspresi talent	Pantai Sipelot	Marcus Warner - Africa [Beautiful Inspirational Uplifting]
6	CU	Memperlihatkan detail mata talent dari tertutup hingga terbuka saat melihat keindahan pantai	Pantai Sipelot	Marcus Warner - Africa [Beautiful Inspirational Uplifting]
7	MCS	Menampilkan video seorang nelayan sedang mengulur jaring	Pantai Sipelot	Marcus Warner - Africa [Beautiful Inspirational Uplifting]

8	LS	Menampilkan talent sedang berjalan di antara perahu yang sedang bersandar	Pantai Sipelot	Marcus Warner - Africa [Beautiful Inspirational Uplifting]
9	LS	Landscape pengambilan video talent menaiki perahu di muara	Pantai Tenger	Marcus Warner - Africa [Beautiful Inspirational Uplifting]
10	LS	Memperlihatkan talent yang sedang berdiri di ujung perahu	Pantai Tenger	Marcus Warner - Africa [Beautiful Inspirational Uplifting]
11	LS	Menunjukkan talent yang sedang melakukan pengambilan gambar	Pantai Tenger	Marcus Warner - Africa [Beautiful Inspirational Uplifting]
12	LS	Pengambilan video perbatasan antara air asin dan air tawar	Pantai Sipelot	Marcus Warner - Africa [Beautiful Inspirational Uplifting]
13	LS	Meperlihatkan pesisir Pantai Sipelot dari balik bukit	Pantai Sipelot	Marcus Warner - Africa [Beautiful Inspirational Uplifting]
14	LS	Menunjukkan kegiatan warga yang berprofesi sebagai nelayan bergotong royong mendorong perahu	Pantai Sipelot	Marcus Warner - Africa [Beautiful Inspirational Uplifting]
15	LS	Memperlihatkan nelayan menjala ikan di atas perahu	Tengah laut	Marcus Warner - Africa [Beautiful Inspirational Uplifting]
16	MCU	Memperlihatkan nelayan menarik jaring	Pantai Sipelot	Marcus Warner - Africa [Beautiful Inspirational Uplifting]

17	MCU	Talen membantu nelayan untuk menarik jala ke tepian pantai	Pantai Sipelot	Marcus Warner - Africa [Beautiful Inspirational Uplifting]
18	LS	Memperlihatkan talen yang sedang berlari bersama anak-anak di pantai	Pantai Sipelot	Marcus Warner - Africa [Beautiful Inspirational Uplifting]
19	MCU	Memperlihatkan talen sedang menaiki tangga	Pantai Sipelot	Marcus Warner - Africa [Beautiful Inspirational Uplifting]
20	MCU	Talent berjalan di pesisir dan melewati pohon yang tumbang dengan merunduk	Pantai Sipelot	Marcus Warner - Africa [Beautiful Inspirational Uplifting]
21	LS	Memperlihatkan talent yang berjalan menuju ke Watu Payung	Watu Payung	Marcus Warner - Africa [Beautiful Inspirational Uplifting]
22	MCU	Memperlihatkan detail kaki talent	Watu Payung	Marcus Warner - Africa [Beautiful Inspirational Uplifting]
23	MCU	Talent sedang naik ke bebatuan yang lebih tinggi	Watu Payung	Marcus Warner - Africa [Beautiful Inspirational Uplifting]
24	LS	Menunjukkan talent meloncat ke atas bebatuan	Watu Payung	Marcus Warner - Africa [Beautiful Inspirational Uplifting]
25	LS	Menunjukkan talen sedang melakukan pengambilan gambar untuk mengabadikan pesona alam di bawah Watu Payung	Watu Payung	Marcus Warner - Africa [Beautiful Inspirational Uplifting]

26	LS	Menunjukkan keindahan Pantai Tenger keseluruhan	Pantai Tenger	Marcus Warner - Africa [Beautiful Inspirational Uplifting]
27	MCU	Talent berjalan menjelajahi hutan	Hutan	Marcus Warner - Africa [Beautiful Inspirational Uplifting]
28	LS	Talent berjalan menuju muara di Pantai Tenger	Pantai Tenger	Marcus Warner - Africa [Beautiful Inspirational Uplifting]
29	CU	Menampilkan secara detail mimik wajah talent ketika melihat keindahan alam	Pantai Tenger	Marcus Warner - Africa [Beautiful Inspirational Uplifting]
30	MCU	Talent berlari menuju muara yang ada di Pantai Tenger	Pantai Tenger	Marcus Warner - Africa [Beautiful Inspirational Uplifting]
31	CU	Menunjukkan talent sedang berenang di danau	Pantai Tenger	Marcus Warner - Africa [Beautiful Inspirational Uplifting]
32	LS	Memperlihatkan talent yang sedang terlentang mengapung di permukaan air	Pantai Tenger	Marcus Warner - Africa [Beautiful Inspirational Uplifting]
33	MCU	Talent berjalan menuju ke air terjun	Air Terjun Wedi Putih	Marcus Warner - Africa [Beautiful Inspirational Uplifting]
34	LS	Menunjukkan talent sedang berlari ke ujung pesisir pantai untuk menikmati suasana pantai	Air Terjun Wedi Putih	Marcus Warner - Africa [Beautiful Inspirational Uplifting]
35	LS		Tengah laut	

		Menampilkan keindahan deburan ombak besar		Marcus Warner - Africa [Beautiful Inspirational Uplifting]
36	LS	Memperlihatkan seorang warga sedang memancing	Pantai Sipelot	Marcus Warner - Africa [Beautiful Inspirational Uplifting]
37	MCS	Memperlihatkan talent sedang berinteraksi dengan warga sekitar untuk memancing bersama	Pantai Sipelot	Marcus Warner - Africa [Beautiful Inspirational Uplifting]
38	CU	Talent sedang mengulur tali pancing nya	Pantai Sipelot	Marcus Warner - Africa [Beautiful Inspirational Uplifting]
39	CU	Menunjukkan ekspresi talent yang sedang memancing dari depan	Pantai Sipelot	Marcus Warner - Africa [Beautiful Inspirational Uplifting]
40	LS	Memperlihatkan talent sedang berjabat tangan dengan warga	Pantai Sipelot	Marcus Warner - Africa [Beautiful Inspirational Uplifting]
41	CU	Memperlihatkan talent menarik kail pancing	Pantai Sipelot	Marcus Warner - Africa [Beautiful Inspirational Uplifting]
42	LS	Menampilkan keindahan deburan ombak besar yang langsung menabrak tebing	Pantai Sipelot	Marcus Warner - Africa [Beautiful Inspirational Uplifting]
43	LS	Memperlihatkan suasana matahari tenggelam	Pantai Sipelot	Marcus Warner - Africa [Beautiful Inspirational Uplifting]

44	LS	Menunjukkan talent sedang menikmati suasana pantai dengan api unggun	Pantai Sipelot	Marcus Warner - Africa [Beautiful Inspirational Uplifting]
45	LS	Memperlihatkan pemandangan langit di Pantai Sipelot	Pantai Sipelot	Marcus Warner - Africa [Beautiful Inspirational Uplifting]
46	MCU	Menunjukkan talent berinteraksi dengan wisatawan lain sambil membakar ikan	Pantai Sipelot	Marcus Warner - Africa [Beautiful Inspirational Uplifting]
47	CU	Menunjukkan talent makan ikan bersama	Pantai Sipelot	Marcus Warner - Africa [Beautiful Inspirational Uplifting]
48	LS	Menunjukkan suasana senja di Pantai Sipelot	Pantai Sipelot	Marcus Warner - Africa [Beautiful Inspirational Uplifting]

Sumber : Penulis, 2019



### 3. *Storyboard*



Gambar 4.8 *Storyboard scene 1 sampai 4*  
Sumber : Penulis, 2019



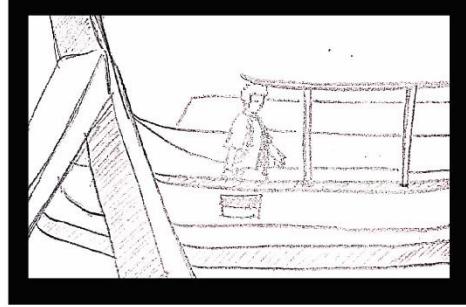
Scene : 5  
Keterangan pengambilan gambar :  
Pengambilan gambar ekspresi talen  
Durasi : 3 detik



Scene : 6  
Keterangan pengambilan gambar :  
Memperlihatkan detail mata talen dari tertutup  
hingga terbuka saat melihat keindahan pantai  
Durasi : 2 detik



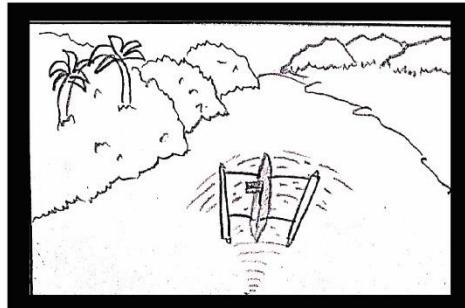
Scene : 7  
Keterangan pengambilan gambar :  
Menampilkan video seorang nelayan sedang men-  
gulur jaring  
Durasi : 2 detik



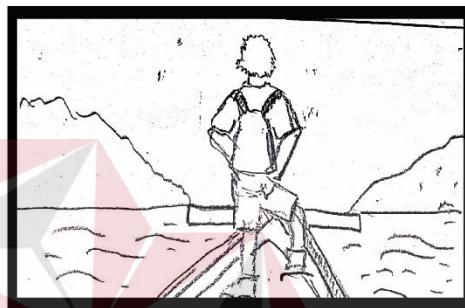
Scene : 8  
Keterangan pengambilan gambar :  
Menampilkan talen sedang berjalan di antara  
perahu yang sedang bersandar  
Durasi : 2 detik

Gambar 4.9 *Storyboard scene 5 sampai 8*

Sumber : Penulis, 2019



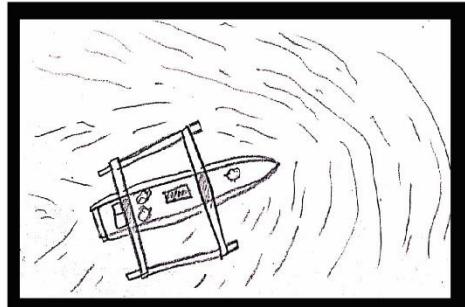
Scene : 9  
Keterangan pengambilan gambar :  
Landscape pengambilan video talen menaiki perahu  
di muara  
Durasi : 4 detik



Scene : 10  
Keterangan pengambilan gambar :  
Memperlihatkan talen yang sedang berdiri di ujung  
perahu  
Durasi : 3 detik



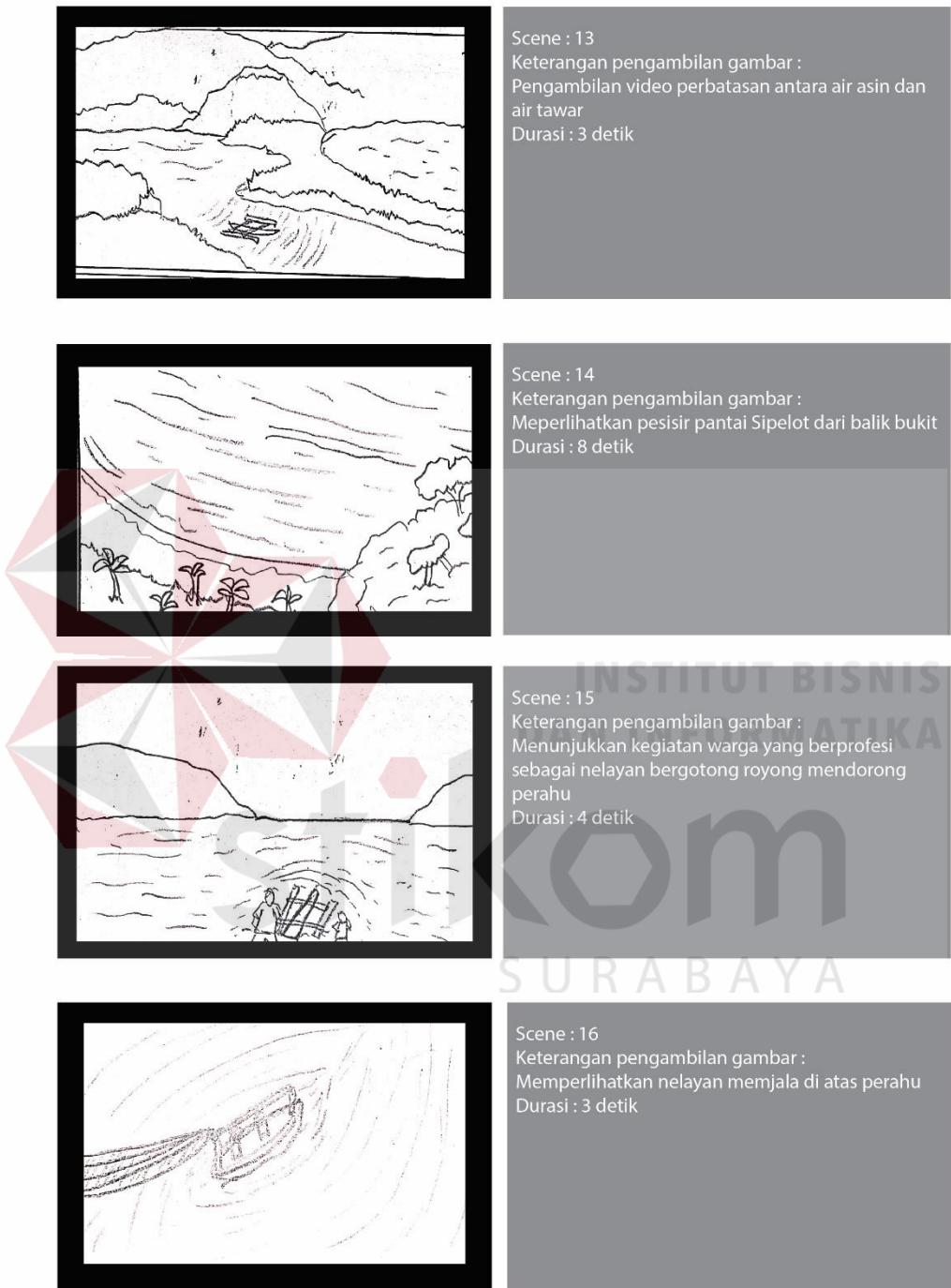
Scene : 11  
Keterangan pengambilan gambar :  
Menunjukkan talen yang sedang melakukan  
pengambilan gambar  
Durasi : 5 detik



Scene : 12  
Keterangan pengambilan gambar :  
memperlihatkan tampak atas kapal  
Durasi : 3 detik

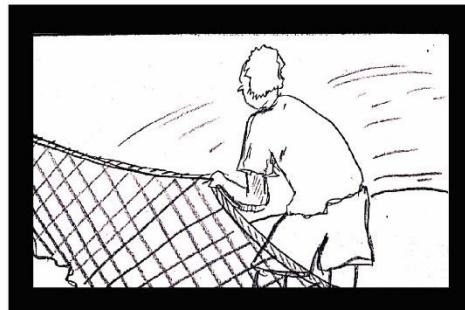
Gambar 4.10 *Storyboard scene 9 sampai 12*

Sumber : Penulis, 2019



Gambar 4.11 *Storyboard scene 13 sampai 16*

Sumber : Penulis, 2019



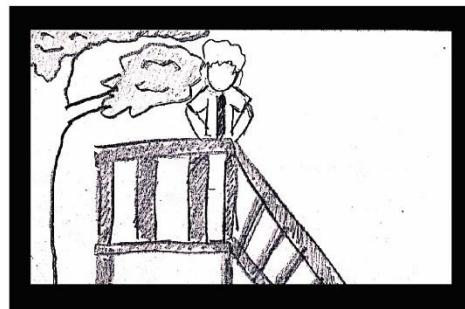
Scene : 17  
Keterangan pengambilan gambar :  
Memperlihatkan nelayan menarik jaring  
Durasi : 2 detik



Scene : 18  
Keterangan pengambilan gambar :  
Talen membantu nelayan untuk menarik jala ke  
tepian pantai  
Durasi : 2 detik



Scene : 19  
Keterangan pengambilan gambar :  
Memperlihatkan talen yang sedang berlari bersama  
anak-anak di pantai  
Durasi : 6 detik



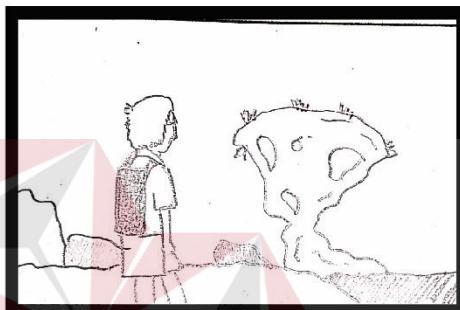
Scene : 20  
Keterangan pengambilan gambar :  
Memperlihatkan talen sedang menaiki tangga  
Durasi : 7 detik

Gambar 4.12 Storyboard scene 17 sampai 20

Sumber : Penulis, 2019



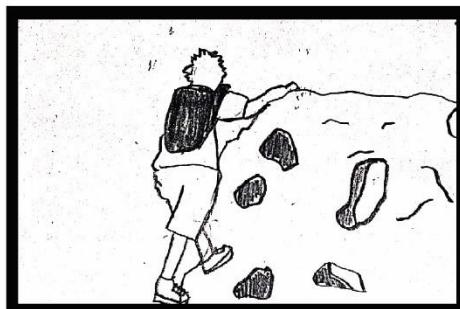
Scene : 21  
Keterangan pengambilan gambar :  
Talen berjalan di pesisir dan melewati pohon yang tumbang dengan merunduk  
Durasi : 4 detik



Scene : 22  
Keterangan pengambilan gambar :  
Memperlihatkan talent yang berjalan menuju ke watu payung  
Durasi : 3 detik



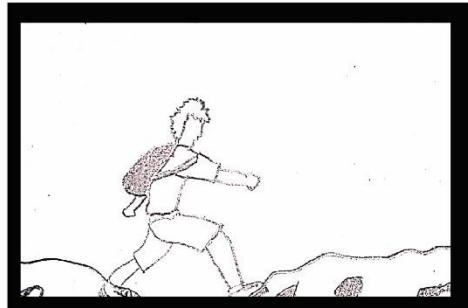
Scene : 23  
Keterangan pengambilan gambar :  
Memperlihatkan detail kaki talent  
Durasi : 2 detik



Scene : 24  
Keterangan pengambilan gambar :  
Talen sedang naik ke bebatuan yang lebih tinggi  
Durasi : 2 detik

Gambar 4.13 *Storyboard scene 21 sampai 24*

Sumber : Penulis, 2019



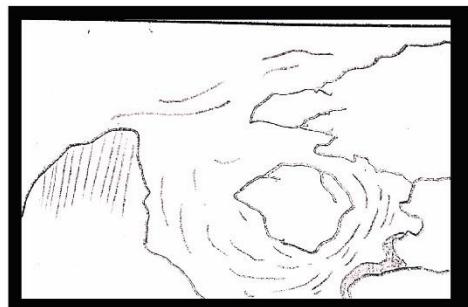
Scene : 25  
Keterangan pengambilan gambar :  
Menunjukkan talen meloncat ke atas bebatuan  
Durasi : 2 detik



Scene : 26  
Keterangan pengambilan gambar :  
Menunjukkan talen sedang berdiri dibatu bsar  
Durasi : 3 detik



Scene : 27  
Keterangan pengambilan gambar :  
Menunjukkan talen sedang melakukan pengambilan  
gambar untuk mengabadikan pesona alam di bawah  
watu payung  
Durasi : 2 detik



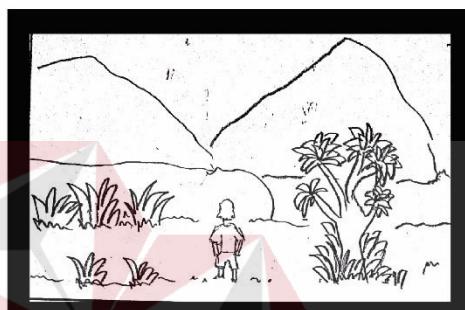
Scene : 28  
Keterangan pengambilan gambar :  
Menunjukkan keindahan Pantai Tenger keseluruhan  
Durasi : 5 detik

Gambar 4.14 *Storyboard scene 25 sampai 28*

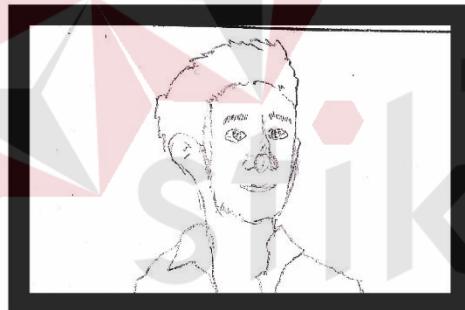
Sumber : Penulis, 2019



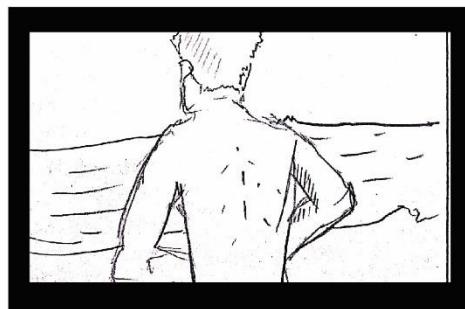
Scene : 29  
Keterangan pengambilan gambar :  
Talent berjalan menjelajahi hutan  
Durasi : 6 detik



Scene : 30  
Keterangan pengambilan gambar :  
Talent bejalan menuju muara di pantai tenger  
Durasi : 9 detik



Scene : 31  
Keterangan pengambilan gambar :  
Menampilkan secara detail mimik wajah talent  
ketika melihat keindahan alam  
Durasi : 7 detik



Scene : 32  
Keterangan pengambilan gambar :  
Talent berlari menuju muara yang ada di Pantai  
Tenger  
Durasi : 7 detik

Gambar 4.15 *Storyboard scene 29 sampai 32*

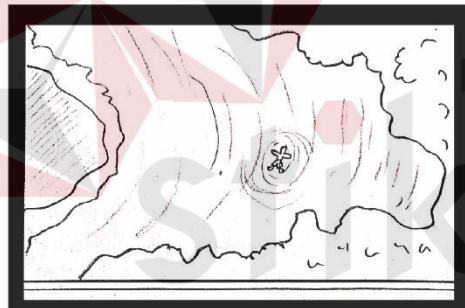
Sumber : Penulis, 2019



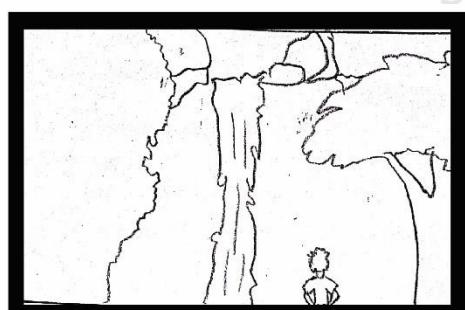
Scene : 33  
Keterangan pengambilan gambar :  
Menunjukkan telent sedang berenang di danau  
Durasi : 5 detik



Scene : 34  
Keterangan pengambilan gambar :  
Memperlihatkan telent yang sedang terlentang  
mengapung di permukaan air  
Durasi : 2 detik



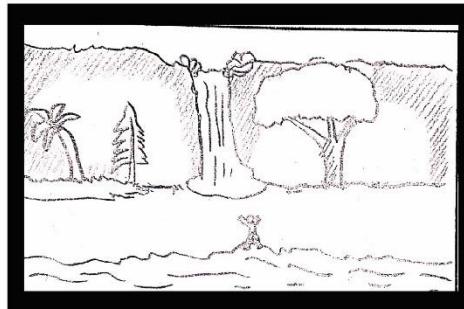
Scene : 35  
Keterangan pengambilan gambar :  
Memperlihatkan telent yang sedang terlentang  
mengapung di permukaan air tampak jauh  
Durasi : 2 detik



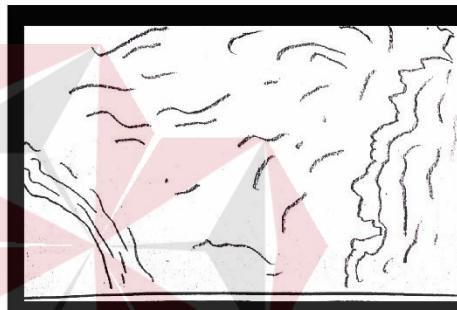
Scene : 36  
Keterangan pengambilan gambar :  
Telent berjalan menuju ke air terjun  
Durasi : 4 detik

Gambar 4.16 *Storyboard scene 33 sampai 36*

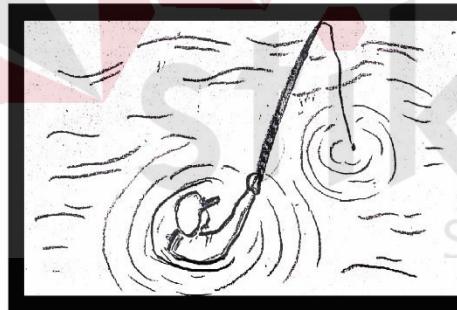
Sumber : Penulis, 2019



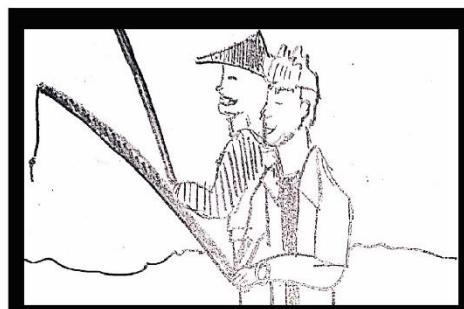
Scene : 37  
Keterangan pengambilan gambar :  
Menunjukkan talen sedang berlari ke ujung pesisir pantai untuk menikmati suasana pantai  
Durasi : 14 detik



Scene : 38  
Keterangan pengambilan gambar :  
Menampilkan keindahan deburan ombak besar  
Durasi : 3 detik



Scene : 39  
Keterangan pengambilan gambar :  
Memperlihatkan seorang warga sedang memancing  
Durasi : 2 detik



Scene : 40  
Keterangan pengambilan gambar :  
Memperlihatkan talen sedang berinteraksi dengan warga sekitar untuk memancing bersama  
Durasi : 3 detik

Gambar 4.17 *Storyboard scene 37 sampai 40*  
Sumber : Penulis, 2019



Scene : 41  
Keterangan pengambilan gambar :  
Talent sedang mengulur tali pancing nya  
Durasi : 2 detik



Scene : 42  
Keterangan pengambilan gambar :  
Memperlihatkan talent sedang berjabat tangan  
dengan warga  
Durasi : 3 detik

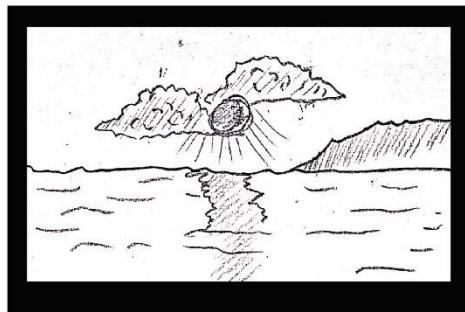


Scene : 43  
Keterangan pengambilan gambar :  
Memperlihatkan talen menarik kail pancing  
Durasi : 2 detik



Scene : 44  
Keterangan pengambilan gambar :  
Menampilkan keindahan deburan ombak besar yang  
langsung menabrak tebing  
Durasi : 3 detik

Gambar 4.18 *Storyboard scene 41 sampai 44*  
Sumber : Penulis, 2019



Scene : 45  
Keterangan pengambilan gambar :  
Memperlihatkan suasana matahari tenggelam  
Durasi : 3 detik



Scene : 46  
Keterangan pengambilan gambar :  
Menunjukkan telent sedang menikmati suasana  
pantai dengan api unggun  
Durasi : 3 detik

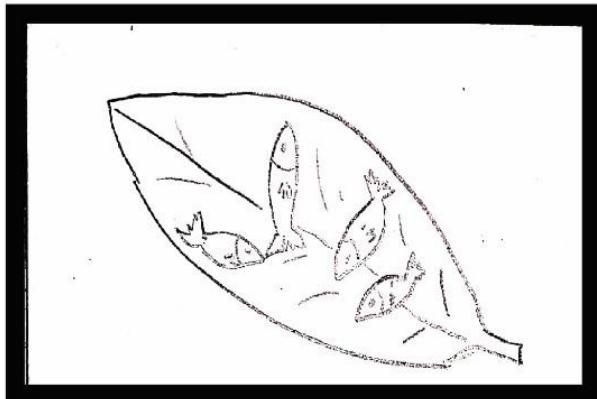


Scene : 47  
Keterangan pengambilan gambar :  
Memperlihatkan pemandangan langit di pantai  
sipelot  
Durasi : 2 detik



Scene : 48  
Keterangan pengambilan gambar :  
Talen sedang naik ke bebatuan yang lebih tinggi  
Durasi : 2 detik

Gambar 4.19 *Storyboard scene 45 sampai 48*  
Sumber : Penulis, 2019



Scene : 49  
Keterangan pengambilan gambar :  
Menunjukan telent makan ikan bersama  
Durasi : 3 detik



Scene : 50  
Keterangan pengambilan gambar :  
Menunjukan telent makan ikan bersama  
Durasi : 3 detik



Scene : 51  
Keterangan pengambilan gambar :  
Menunjukan suasana senja di pantai sipelot  
Durasi : 8 detik

Gambar 4.20 *Storyboard scene 49 sampai 51*  
Sumber : Penulis, 2019

#### 4. Pengambilan Gambar

Pengambilan gambar pada video ini dilakukan di beberapa objek yang ada di Desa Pujiharjo agar dapat merdukung tercapainya pesan yang ingin disampaikan kepada audience. Lokasi yang digunakan saat pengambilan gambar Perancangan video promosi Sambang Segoro Desa Pujiharjo Kabupaten Malang sebagai upaya meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan yaitu di daerah Pantai Sipelot , Air Terjun Wedi Putih , Watu Payung dan, Pantai Tenger. Selain lokasi tersebut pada saat pengambilan gambar menggunakan beberapa alat seperti kamera mirrorless, drone, tripod, dan stabilyzer

#### 5. Tipografi

Tipografi yang digunakan dalam video promosi Sambang Segoro adalah font berjenis serif yang bernama *The Queen Regular* yang memiliki stroke yang rendah dan agar mudah dibaca oleh *audience* dikarenakan bersifat memberikan informasi

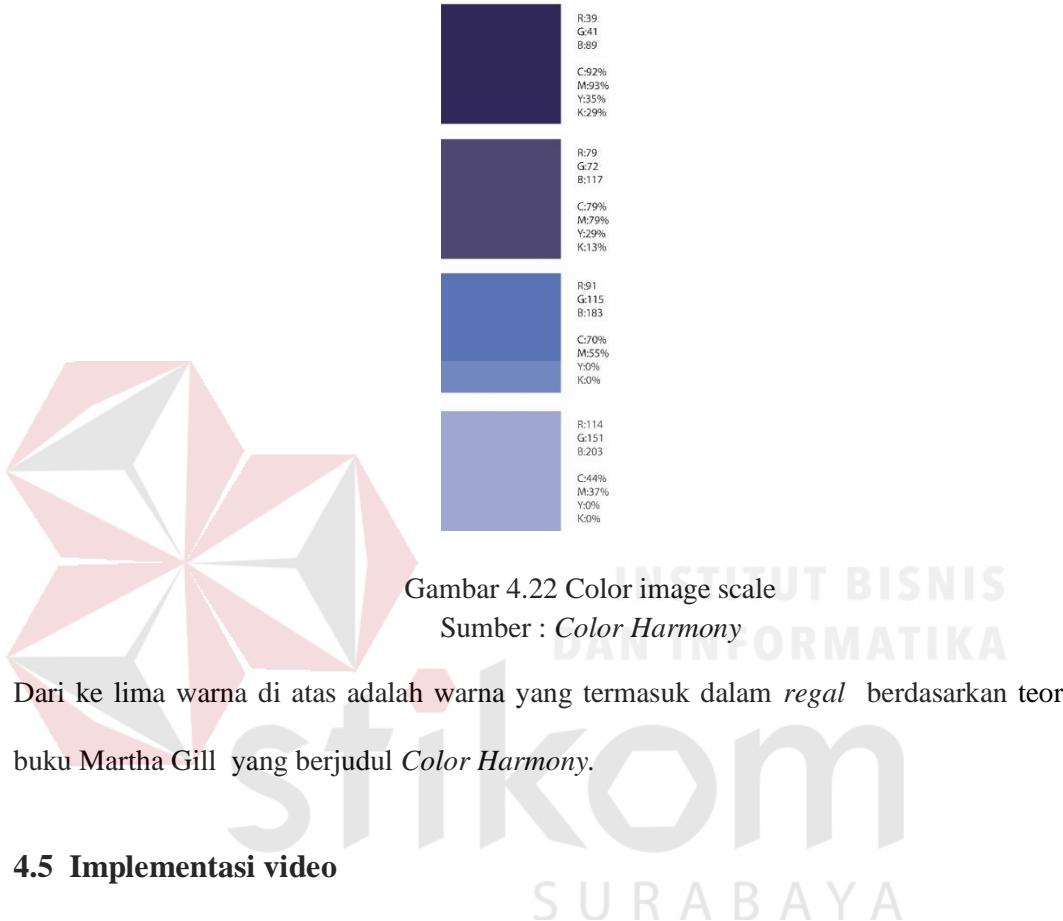
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
 1234567890 !@#\$%^&\*()\_:"..?

Gambar 4.21 Tipografi  
 Sumber : Penulis, 2019

#### 6. Warna

Warna merupakan salah satu element yang dapat memberikan ataupun dapat menyampaikan pesan yang akan disampaikan, pada perancangan video promosi sambang segoro ini terdapat beberapa faktor yang akan disesuaikan dalam pemilihan warna dalam *editing* video yaitu melalui *keyword* dan target konsumen, perancangan ini menggunakan teori warna dan dibuat oleh Martha Gill. Untuk

*keyword* yang di dapat “ *Extraordinary* ” atau luar biasa cenderung memiliki warna yang cerah ataupun dingin maka warna yang mencirikan sebagai warna tersebut di buku Martha Gill yang berjudul *Color Harmony* maka ditemukan kalimat *regal* .



#### 4.5 Implementasi video



Gambar 4.23 Scene 1  
Sumber : Penulis, 2019

Scene 1 memperlihatkan pengambilan gambar landscape bukit yang hijau yang terletak di Pantai Sipelot terlihat pada gambar keadaan pantai yang sangat bersih dan lautan yang terbebas dari sampah pengambilan gambar pada pagi hari menggunakan drone maju ke arah bukit dan dengan perlahan tag line muncul *shoot size* pada scene ini *long shot* .



Gambar 4.24 Scene 2

Sumber : Penulis, 2019

Scene 2 pengambilan gambar yang memperlihatkan landscape ombak lautan yang tenang berwarna biru dan masih bersih tidak ada sampah di Pantai Sipelot. Pengambilan gambar ini dilakukan pada saat sore hari dengan menggunakan drone yang maju dan *shoot size* pada scene ini *long shot* .



Gambar 4.25 Scene 3

Sumber : Penulis, 2019

Scene 3 memperlihatkan landscape penangkaran udang yang membentuk bangun datar segiempat dan berjajar berdampingan yang memiliki background perbukitan dan

perkebunan milik warga Desa Pujiharjo. Terlihat keadaan pengangkaran udang yang masih tertutup dengan kabut, pada scene ini menggambarkan suasana pagi di Desa Pujiharjo yang masih segar belum tercemar polusi. Pengambilan gambar menggunakan drone *shoot size* pada scene ini *long shot*.



Gambar 4.26 Scene 4  
Sumber : Penulis, 2019

Scene 4 memperlihatkan Gapura awal untuk memasuki ke wilayah Desa Pujiharjo yang diberi cat berwarna merah dengan sentuhan warna kuning sebagai warna tulisannya yang bertuliskan selamat datang di Desa Pujiharjo sebagai ucapan penyambutan kepada wisatawan yang hendak berkunjung ke Desa Pujiharjo, pengambilan gambar menggunakan kamera *mirrorless shoot size* pada scene ini *long shot*.



Gambar 4.27 Scene 5  
Sumber : Penulis, 2019

Scene 5 memperlihatkan ekspresi talent melihat panorama keindahan Pantai Sipelot yang begitu menawan, pengambilan gambar dilakukan dari posisi bawah yang terkena paparan

sinar matahari, pengambilan gambar menggunakan kamera *mirrorless shoot size* pada scene ini medium *closeup*.



Gambar 4.28 scene 6  
Sumber : Penulis, 2019

Scene 6 memperlihatkan detail mata talent dari tertutup hingga terbuka saat melihat keindahan Pantai Sipelot dengan tatapan yang tajam karena terpesona dengan keindahan alam yang sangat mengagumkan pada saat Sambang Segoro, pengambilan gambar menggunakan kamera *mirrorless shoot size* pada scene ini *extreme close up*.



Gambar 4.29 Scene 7  
Sumber : Penulis, 2019

Scene 7 Menampilkan video seorang nelayan yang sedang mengulur jaring di pesisir Pantai Sipelot menggambarkan kegiatan yang terlihat sehari-harinya para nelayan di sekitaran Pantai Sipelot karna mayoritas masyarakat yang bertempat tinggal di dekat pantai bekerja sebagai nelayan untuk menghidupi kesehariannya. Pengambilan gambar menggunakan kamera *mirrorless shoot size* pada scene ini medium *close up*.



Gambar 4.30 Scene 8

Sumber : Penulis, 2019

Scene 8 Menampilkan talent sedang berjalan di antara perahu yang sedang bersandar di Pantai Sipelot , dan dipojok kanan bawah muncul point pertama yang menunjukkan lokasi Pantai Sipelot pengambilan gambar menggunakan kamera *mirrorless shoot size* pada scene ini medium *close up*.



Gambar 4.31 Scene 9

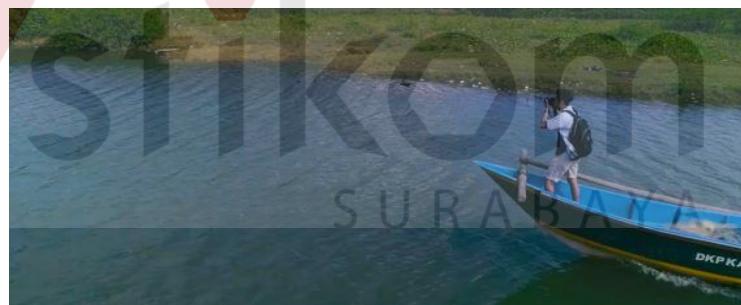
Sumber : Penulis, 2019

Scene 9 menampilkan landscape video talent sedang menaiki perahu di muara Pantai Sipelot untuk menuju ke lokasi wisata selanjutnya, menggambarkan kegiatan atraksi wisata yang dapat dirasakan wisatawan saat mengikuti program wisata Sambang Segoro. Pada scene ini terlihat disepanjang perjalanan talent akan ditemani oleh pemandangan pohon-pohon yang menjalar ke tepian air laut dengan suasana yang tenang dan tidak ada gelombang air yang besar. Pengambilan gambar menggunakan drone *shoot size* pada scene ini *long shot*.



Gambar 4.32 Scene 10  
Sumber : Penulis, 2019

Scene 10 Memperlihatkan talent yang sedang berdiri di ujung perahu sambil menikmati suasana berada di atas perahu dengan merasakan gelombang ombak kecil dan terlihat pada video ini wisatawan akan disuguhkan dengan pemandangan perbukitan dan perkebunan yang terhampar luas milik masyarakat Desa Pujiharjo , pengambilan gambar menggunakan kamera *mirrorless shoot size* pada scene ini *long shot*.



Gambar 4.33 Scene 11  
Sumber : Penulis, 2019

Scene 11 Menunjukkan talent berdiri di ujung perahu yang berlayar menuju lokasi wisata selanjutnya dan terlihat talent sedang membawa kamera untuk melakukan pengambilan gambar sebagai kenangan untuk mengabadikan moment yang sangat mengagumkan yaitu pesona keindahan alam yang dimiliki oleh Desa Pujiharjo dengan segala keunikannya saat Sambang Segoro, pengambilan gambar menggunakan drone *shoot size* pada scene ini *long shot*.



Gambar 4.34 Scene 12

Sumber : Penulis, 2019

Scene 12 menampilkan perahu yang sedang berlayar dengan kecepatan sedang yang berada di muara pantai tampak dari atas yang memperlihatkan air yang tenang berwarna biru, pengambilan gambar menggunakan drone *shoot size* pada scene ini *long shot*.



Gambar 4.35 Scene 13

Sumber : Penulis, 2019

Scene 13 memperlihatkan perahu yang sedang berlayar dan terlihat perahu yang dinaiki oleh talent melintasi perbatasan antara air asin dan air tawar, pada video ini termasuk salah satu atraksi wisata di program Sambang Segoro yaitu menaiki perahu untuk menyusuri pesisir Pantai Sipelot, pengambilan gambar menggunakan drone *shoot size* pada scene ini *long shot*.



Gambar 4.36 Scene 14

Sumber : Penulis,2019

Scene 14 memperlihatkan perahu yang melintasi perbatasan antara air asin dan air tawar dengan memperlihatkan pemandangan keindahan alam dari warna air asin dan air tawar yang berbeda nan unik, di dalam scene video ini juga terlihat gelombang ombak kecil yang menyapu ke pesisir Pantai Sipelot yang dapat dilintasi oleh wisatawan juga jika hendak ingin mengabadikan moment yang unik tersebut. Pengambilan gambar menggunakan drone *shoot size* pada scene ini *long shot*.



Gambar 4.37 Scene 15

Sumber : Penulis,2019

Scane 15 Meperlihatkan keindahan pesisir Pantai Sipelot yang bersih dari sampah dari balik bukit, terlihat warna air dari pantai yang berbeda yang menggambarkan kedalaman air laut dari yang terdangkal hingga ke terdalam yaitu yang berwarna biru. Pengambilan gambar menggunakan drone *shoot size* pada scene ini *long shot*.



Gambar 4.38 Scene 16

Sumber : Penulis,2019

Scene 16 Menunjukkan kegiatan warga yang berprofesi sebagai nelayan sedang bergotong royong mendorong perahu menuju laut untuk nelayan pergi mencari ikan dengan menggunakan jala maupun pancingan ikan sebagai sumber mata pencaharian seorang nelayan, pengambilan gambar menggunakan kamera *mirrorless shoot size* pada scene ini *long shot*.



Gambar 4.39 Scene 17

Sumber : Penulis,2019

Scene 17 pada scene ini terlihat terdapat dua orang nelayan yang berada di atas perahu yang sedang melakukan kegiatan sehari-hari yaitu menjala ikan di tengah laut biasanya kegiatan menjala ikan tersebut dilakukan pada pagi hingga sore hari, pengambilan gambar menggunakan drone *shoot size* pada scene ini *long shot*.



Gambar 4.40 Scene 18

Sumber : Penulis,2019

Scene 18 memperlihatkan kegiatan nelayan setelah pergi untuk menjala ikan dan akhirnya menarik jaring atau jala ikan ke pesisir Pantai Sipelot yang selanjutnya hasil dari tangkapan tersebut disetorkan ke pengepul ikan atau dijual sendiri ke wisatawan yang datang ke pantai, pengambilan gambar menggunakan kamera *mirrorless shoot size* pada scene ini *medium close up*.



Gambar 4.41 Scene 19

Sumber : Penulis,2019

Scene 19 memperlihatkan talent yang sedang membantu nelayan untuk menarik jaring ke tepian pantai yang dapat menggambarkan sebuah pengalaman baru yang dapat di lakukan wisatawan ketika datang ke Pantai Sipelot, kegiatan ini juga yang membuat masyarakat di Desa Pujiharjo sangat erat karna sifat kekeluargaannya yang kental, pengambilan gambar menggunakan kamera *mirrorless shoot size* pada scene ini *medium close up*.



Gambar 4.42 Scene 20

Sumber : Penulis,2019

Scene 20 memperlihatkan talent yang sedang berlari bersama anak-anak dari Desa Pujiharjo dengan riang gembira di pinggiran pantai, menggambarkan suasana hangat yang dapat dirasakan wisatawan saat berkunjung di desa ini, pengambilan gambar menggunakan kamera *mirrorless shoot size* pada scene ini *long shot*.



Gambar 4.43 Scene 21

Sumber : Penulis,2019

Scene 21 memperlihatkan talent sedang menggunakan salah satu fasilitas yang ada di Pantai Sipelot yaitu menaiki pondok kayu yang disediakan di area Pantai Sipelot untuk sekedar bersantai atau melihat pemandangan dari atas pondok, pengambilan gambar menggunakan kamera *mirrorless shoot size* pada scene ini *medium closeup*.



Gambar 4.44 Scene 22  
Sumber : Penulis,2019

Scene 22 talent sedah menjelajah menyusuri pesisir Pantai Sipelot dan terlihat talent melewati pohon yang tumbang dengan merunduk untuk menuju ke spot area selanjutnya yang ada di pantai tersebut, pengambilan gambar menggunakan kamera *mirrorless shoot size* pada scene ini *medium close up*.



Gambar 4.44 Scene 23  
Sumber : Penulis,2019

Scene 23 memperlihatkan talent yang berjalan menuju ke objek wisata selanjutnya yaitu Watu Payung, muncul point ke dua di sebelah kanan bawah bertuliskan Watu Payung. Pengambilan gambar menggunakan kamera *mirrorless shoot size* pada scene ini *long shoot*.



Gambar 4.45 Scene 24

Sumber : Penulis,2019

Scene 24 memperlihatkan detail kaki talent yang berjalan diatas bebatuan Watu Payung dengan menghadapkan kamera ke arah bawah menyerupai pandangan mata, pengambilan gambar menggunakan kamera *mirrorless shoot size* pada scene ini *close up*.



Gambar 4.46 Scene 25

Sumber : Penulis,2019

Scene 25 talent sedang menikmati sensasi yang menantang yaitu naik ke bebatuan yang lebih tinggi di Watu Payung kebanyakan wisatawan akan mencoba untuk menikmati sensasi tersebut karena pemandangan dan suasana yang akan didapatkan oleh wisatawan ketika sampai di atas batu besar tersebut cukup bagus sebagai spot foto yang akan dijadikan kenang-kenangan ataupun sebagai tempat untuk beristirahat sambil menikmati sunset dan sunrise, bagi penikmat dan pecinta alam sensasi menaiki bebatuan tersebut akan menjadi sesuatu yang akan menantang *adrenaline* mereka saat berkunjung akan tetapi yang menjadi minus dalam wisata tersebut adalah tidak disediakannya peralatan yang memadai sebagai

penunjang keselamatan wisatawan saat ingin naik ke bebatuan tersebut, pengambilan gambar menggunakan kamera *mirrorless shoot size* pada scene ini *medium close up*.



Gambar 4.47 Scene 26  
Sumber : Penulis,2019

Scene 26 menunjukkan talent sedang menjelajahi objek wisata Watu Payung dengan meloncati bebatuan dari yang terendah ke bebatuan yang lebih tinggi di Watu Payung untuk mendapat kan spot yang lebih tinggi hal tersebut sangat menantang *adrenaline* wisatawan akan tetapi ketika sampai di atas batu tersebut rasa penat dan penasaran akan terbayarkan dengan suasana dan panorama keindahan wisata Watu Payung yang sangat menawan, pengambilan gambar menggunakan kamera *mirrorless shoot size* pada scene ini *long shoot*



Gambar 4.48 Scene 27  
Sumber : Penulis,2019

Scene 27 menampilkan talent berdiri diatas batu besar dengan ekspresi wajah senang ketika disambut dengan pemandangan alam yang sangat indah dan mengagumkan, pengambilan gambar menggunakan kamera *mirrorless shoot size* pada scene ini *medium closeup*



Gambar 4.49 Scene 28  
Sumber : Penulis,2019

Scene 28 menunjukkan talent sedang berdiri di bawah batu yang berbentuk seperti payung atau biasa disebut Watu Payung dan talent sedang melakukan pengambilan gambar untuk mengabadikan pesona alam sebagai kenang-kenangan, terlihat jelas posisi Watu Payung berada di bibir pantai, pengambilan gambar menggunakan drone *shoot size* pada scene ini *long shoot*.



Gambar 4.50 Scene 29  
Sumber : Penulis,2019

Scene 29 menunjukkan keindahan Pantai Tenger keseluruhan mulai dari menampilkan lautan yang indah berwarna biru dan perbukitan yang luas berwarna hijau yang mengelilingi pantai, ditengah perbukitan dan laut tersebut terdapat sebuah pulau kecil dan dibagian kanan bawah muncul poin ketiga yang bertuliskan Pantai Tenger, pengambilan gambar menggunakan drone *shoot size* pada scene ini *long shoot*.



Gambar 4.51 Scene 30  
Sumber : Penulis,2019

Scene 30 menampilkan ekspresi talent yang sedang berjalan menjelajahi hutan lebat saat menuju ke lokasi Pantai Tenger yang berada dibalik bukit, pengambilan gambar menggunakan kamera *mirrorless shoot size* pada scene ini *medium close up*.



Gambar 4.52 Scene 31  
Sumber : Penulis,2019

Scene 31 memperlihatkan talent bejalan menuju muara yang terletak di Pantai Tenger yang di tutupi dengan pepohonan dan ilalang, pengambilan gambar menggunakan drone *shoot size* pada scene ini *long shoot*.



Gambar 4.53 Scene 32  
Sumber : Penulis,2019

Scene 32 menampilkan secara detail mimik wajah talent ketika melihat keindahan alam, menggambarkan ekspresi muka kagum, pengambilan gambar menggunakan kamera *mirrorless shoot size* pada scene ini *close up*.



Gambar 4.54 Scene 33  
Sumber : Penulis,2019

Scene 33 memperlihatkan talent berlari menuju muara yang ada di Pantai Tenger dengan sangat gembira dan talent sangat antusias untuk dapat berenang menikmati air laut di Pantai

Tenger, pengambilan gambar menggunakan kamera *mirrorless shoot size* pada scene ini *medium close up*.



Gambar 4.55 Scene 34

Sumber : Penulis,2019

Scene 34 menunjukkan talent sedang berenang di danau dengan sangat gembira, dan terlihat air laut yang jernih dan berwarna biru, pengambilan gambar menggunakan kamera *action cam shoot size* pada scene ini *medium close up*.



Gambar 4.56 Scene 35

Sumber : Penulis,2019

Scene 35 memperlihatkan talent yang sedang terlentang mengapung di permukaan air melepas rasa letih, aktivitas talent ini dilakukan pada siang hari. Pengambilan gambar menggunakan drone *shoot size* pada scene ini *long shot*.



Gambar 4.57 Scene 36

Sumber : Penulis,2019

Scene 36 menampilkan muara Pantai Tenger secara keseluruhan yang diambil gambar dari atas menggunakan drone dan terlihat terhampar luas bukit-bukit hijau yang mengelilingi muara pantai , pengambilan gambar menggunakan drone *shoot size* pada scene ini *long shot.*



Gambar 4.58 Scene 37

Sumber : Penulis,2019

Scene 37 memperlihatkan keindahan tebing dari Air Terjun Wedi Putih yang dikelilingi oleh beberapa tumbuhan dan pohon sehingga menambah keindahan tebing tersebut. Terlihat talent sedang berjalan menuju ke air terjun , pengambilan gambar menggunakan kamera *mirrorless shoot size* pada scene ini *medium close up.*



Gambar 4.59 Scene 38

Sumber : Penulis,2019

Scene 38 menunjukkan talent sedang berlari ke ujung pesisir pantai untuk menikmati suasana pantai dengan gelombang air yang tidak terlalu besar dan terdapat background dari belakang talent sebuah bukit yang dikelilingi oleh pepohonan yang hijau dan menjulang tinggi. Pengambilan gambar menggunakan drone *shoot size* pada scene ini *long shoot*.



Gambar 4.60 Scene 39

Sumber : Penulis,2019

Scene 39 menampilkan keindahan deburan ombak besar yang berwarna biru dan menabrak ke tebing-tebing yang ada di pantai. Pengambilan gambar menggunakan drone *shoot size* pada scene ini *long shoot*.



Gambar 4.61 Scene 40  
Sumber : Penulis,2019

Scene 40 memperlihatkan seorang warga sedang memancing pada sore hari, akan tetapi yang menjadi beda adalah warga tersebut memancing dengan menceburkan diri langsung ke laut untuk mencari ikan, hal ini bisa saja dilakukan karena pada saat sore hari gelombang air laut tidak terlalu besar sehingga nelayan dapat melakukan kegiatan tersebut, pengambilan gambar menggunakan drone *shoot size* pada scene ini *long shoot*.



Gambar 4.62 Scene 41  
Sumber : Penulis,2019

Scene 41 memperlihatkan talent sedang berinteraksi dengan warga sekitar untuk memancing bersama pada sore hari, menggambarkan suasana yang senang. Sifat kekeluargaan dan ramah yang tertanam di Desa Pujiharjo membuat talent sangat mudah untuk berinteraksi dengan masyarakat sekitar pengambilan gambar menggunakan kamera *mirrorless shoot size* pada scene ini *medium close up*.



Gambar 4.63 Scene 42

Sumber : Penulis,2019

Scene 42 talent sedang melakukan aktivitas yang termasuk dalam atraksi wisata yang disediakan oleh pengelola pantai yaitu memancing ikan di laut. Terlihat pengambilan gambar dari belakang talent sedang mengulur tali pancing nya untuk menarik ikan yang memakan kail nya, pengambilan gambar menggunakan kamera *mirrorless shoot size* pada scene ini *medium close up*.



Gambar 4.64 Scene 43

Sumber : Penulis,2019

Scene 43 memperlihatkan talent sedang berjabat tangan sebagai tanda terima kasih talent kepada warga tersebut telah mengajak untuk menikmati sebuah atraksi wisata yang dapat menjadi pengalaman baru bagi talent yaitu memancing secara langsung di laut lepas, menggambarkan ekspresi bahagia mendapatkan se ekor ikan hasil dari tangkapan pancing sendiri. Pengambilan gambar menggunakan kamera *mirrorless shoot size* pada scene ini *long shoot*.



Gambar 4.65 Scene 44  
Sumber : Penulis,2019

Scene 44 menunjukkan talent sedang melakukan kegiatan memancing ikan dipinggiran pantai yang termasuk dalam atraksi wisata yang disediakan oleh pihak pengelola pantai dan terlihat di bagian belakang talent terdapat perbukitan ,pada scene ini memperlihatkan ekspresi talent yang sedang menarik pancingannya dari depan, pengambilan gambar menggunakan kamera *mirrorless shoot size* pada scene ini *medium close up*.



Gambar 4.66 Scene 45  
Sumber : Penulis,2019

Scene 45 memperlihatkan pengambilan gambar yang dilakukan dari belakang talent sedang menarik kail pancing untuk mengambil hasil tangkapan, pengambilan gambar menggunakan kamera *mirrorless shoot size* pada scene ini *medium close up*.



Gambar 4.67 Scene 46  
Sumber : Penulis,2019

Scene 46 menampilkan keindahan laut yang berwarna biru yang bersih tidak tercemar oleh sampah. Pada scene ini terlihat jelas deburan ombak besar yang langsung menabrak ke tebing sehingga dapat membentuk tebing ke bentuk yang berbeda. Pada pengambilan scene ini dilakukan pada siang hari, pengambilan gambar menggunakan drone *shoot size* pada scene ini *long shoot*.



Gambar 4.68 Scene 47  
Sumber : Penulis,2019

Scene 47 memperlihatkan suasana pantai pada saat sore hari terlihat matahari yang tenggelam sebagai simbol pergantian suasana malam, pengambilan gambar menggunakan drone *shoot size* pada scene ini *long shoot*.



Gambar 4.69 Scene 48

Sumber : Penulis,2019

Scene 48 menunjukkan talent sedang menikmati suasana pantai dengan api unggul sekaligus untuk menghangatkan badan karena udara di Malang pada malam hari memang cukup dingin, pengambilan gambar menggunakan kamera *mirrorless shoot size* pada scene ini *long shoot*.



Gambar 4.70 Scene 49

Sumber : Penulis,2019

Scene 49 memperlihatkan pemandangan langit di Pantai Sipelot, pada scene ini kamera lebih memfokuskan kepada batang yang menjulang tinggi dengan background pemandangan langit yang indah yang dihiasi oleh bintang, pengambilan gambar menggunakan kamera *mirrorless shoot size* pada scene ini *medium close up*.



Gambar 4.71 Scene 50

Sumber : Penulis,2019

Scene 50 menunjukkan talent berinteraksi dengan wisatawan lainnya sambil menikmati api unggun dan melakukan kegiatan membakar ikan bersama ditepian pantai yang merupakan hasil tangkapan dari memancing ikan tadi, pengambilan gambar menggunakan kamera *mirrorless shoot size* pada scene ini *medium close up*.



Gambar 4.72 Scene 51

Sumber : Penulis,2019

Scene 51 menunjukkan talent sedang menyantap ikan yang dibakar dan dibungkus dengan daun pisang sembari dengan menikmati suasana malam yang dingin di pesisir pantai Sipelot bersama wisatawan lain nya, menggambarkan suasana kekeluargaan, pengambilan gambar menggunakan kamera *mirrorless shoot size* pada scene ini *close up*.



Gambar 4.73 Scene 52

Sumber : Penulis,2019

Scene 52 menunjukan talent makan ikan bersama warga dan wisatawan lainnya yang menggambarkan suasana kekeluargaan, pengambilan gambar menggunakan kamera *mirrorless shoot size* pada scene ini *medium close up*.



Gambar 4.74 Scene 53

Sumber : Penulis,2019

Scene 53 menunjukan suasana senja di Pantai Sipelot, terlihat pada scene ini seorang nelayan yang sedang mengulurkan jala nya ke laut untuk menangkap ikan, pengambilan gambar menggunakan drone *shoot size* pada scene ini *long shoot*, scene terakhir ini sebagai ending dari video promosi Sambang Segoro.

## 4.6 Perencanaan Media Pendukung

### 4.6.1 Tujuan Media

Tujuan media memiliki sebuah pesan yang bertujuan untuk disampaikan kepada *audience*. Agar dapat menyampaikan tujuan tersebut dibutuhkanlah sebuah media pendukung seperti Video youtube dan instagram Brosur, *X-banner*, *teaser* video, dan *merchandise* berupa kaos, gantungan kunci, dan *note book*.

### 4.6.2 Strategi Media Pendukung

Strategi media merupakan hal yang penting untuk mengemas media yang dapat dicerna secara mudah untuk diterima kepada *audience* dan pemilihan media yang tepat dapat menciptakan perancangan yang baik. Berikut ini adalah strategi promosi yang ada di dalam perancangan video promosi Sambang Segoro:

#### 1. Media Sosial Youtube dan Instagram

Youtube dan instagram merupakan media sosial yang banyak digunakan penggunanya untuk membagikan berita ataupun menyebarkan informasi yang dapat dilihat oleh pengguna lainnya, tidak hanya itu juga banyaknya instansi atau tempat pariwisata yang memiliki akun youtube dan instagram untuk memberikan informasi kepada pengguna sosial media lainnya. Media sosial kebanyakan digunakan untuk melakukan ajang promosi dikarenakan tidak perlu mengeluarkan biaya yang terlalu mahal bahkan gratis. Maka dari itu video promosi Sambang Segoro akan diposting di dalam media sosial youtube dan instagram.

## 2. Brosur

Brosur adalah merupakan sebuah media atau alat yang biasa digunakan untuk menarik wisatawan dan memasarkan produk, jasa ataupun tempat wisata dari pembuat iklan, yang ingin menyampaikan informasi kepada target *audience*. Konsep desain yang digunakan dalam brosur ini memuat berbagai informasi mulai dari pengertian program wisata Sambang Segoro hingga menjelaskan berbagai objek wisata yang dapat dinikmati wisatawan dan juga terdapat foto dari objek-objek tersebut. Untuk penempatan medianya sendiri brosur akan di tempatkan di kantor pok Darwis Desa Pujiharjo dan kantor dinas pariwisata Kabupaten Malang untuk dapat memberikan informasi kepada calon wisatawan tentang adanya program wisata Sambang Segoro yang ada di Desa Pujiharjo. Ukuran brosur A4 yang dilipat menjadi tiga bagian dan bolak balik.



Gambar 4.75 Sketsa Brosur  
Sumber : Penulis,2019



Gambar 4.76 Implementasi Desain Brosur  
Sumber : Penulis,2019

### 3. *X-banner*

Sama halnya dengan brosur media ini digunakan juga untuk menarik wisatawan dan memasarkan program wisata Sambang Segoro pada saat acara tertentu seperti pameran *x-banner* menampilkan informasi dan dapat menarik perhatian *audience* untuk mendekat.



Gambar 4.77 Sketsa x-banner  
Sumber : Penulis,2019



Gambar 4.78 Implementasi Desain x- banner

Sumber : Penulis,2019

#### 4. Merchandise

- a. Merchandise yang pertama yaitu berupa *t-shirt* yang memiliki tujuan untuk setiap wisatawan yang mengikuti program wisata Sambang Segoro akan diberikan satu buah *T-shirt* sebagai kenang-kenangan. *T-shirt* akan bersablonkan background tebing Pantai Sipelot dan terdapat *tag line Amazing Sambang Segoro*.



Gambar 4.79 Sketsa t-shirt

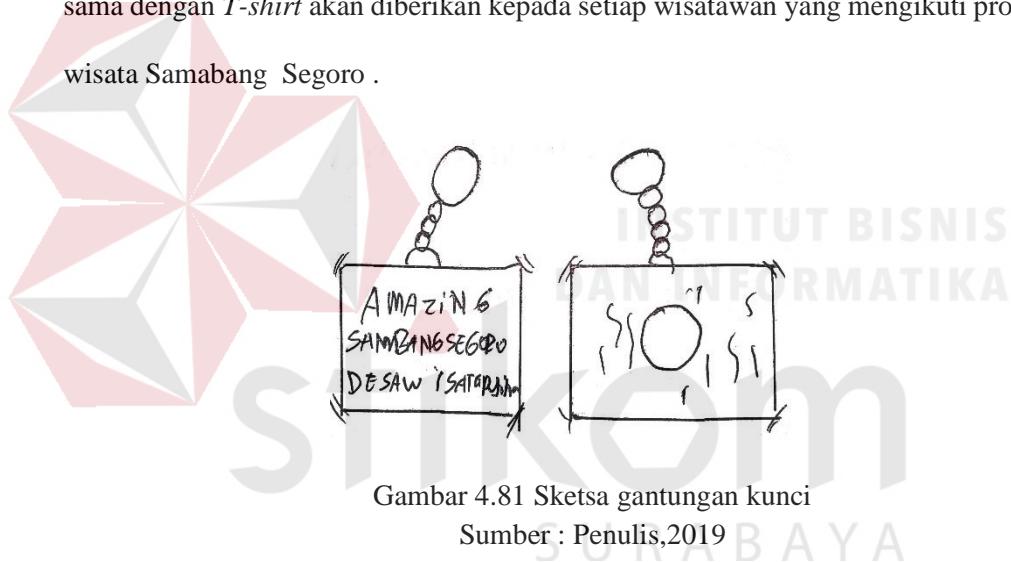
Sumber : Penulis,2019



Gambar 4.80 Implementasi Desain t-shirt

Sumber : Penulis,2019

- b. Merchandise yang kedua yaitu berupa gantungan kunci yang memiliki tujuan yang sama dengan *T-shirt* akan diberikan kepada setiap wisatawan yang mengikuti program wisata Samabang Segoro .



Gambar 4.81 Sketsa gantungan kunci

Sumber : Penulis,2019



Gambar 4.82 Implementasi gantungan kunci

Sumber : Penulis,2019

- c. Merchandise yang ke tiga yaitu berupa *note book* yang memiliki tujuan yang sama dengan *T-shirt* dan gantungan kunci akan diberikan kepada setiap wisatawan yang mengikuti program wisata Samabang Segoro .



Gambar 4.83 Sketsa *note book*  
Sumber : Penulis,2019



Gambar 4.84 Implementasi Desain *note book*  
Sumber : Penulis,2019

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan permasalahan yang peneliti bahas mengenai perancangan video promosi Sambang Segoro Desa Pujiharjo Kabupaten Malang sebagai upaya meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan ini dapat di simpulkan bahwa :

Dalam Perancangan video promosi Sambang Segoro Desa Pujiharjo Kabupaten Malang sebagai upaya meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan ini diharapkan dapat membantu masyarakat yang bertempat tinggal di Desa Pujiharjo dapat membantu meningkatkan pengelolaan industri pariwisata dan dapat mengimplementasikan upaya untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan ke Desa Pujiharjo. Konsep dari perancangan video promosi Sambang Segoro Desa Pujiharjo Kabupaten Malang sebagai upaya meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan adalah “*Extraordinary*.” “*Extraordinary*” merupakan kata kunci yang mewakili dari keyword *communicattion messages* yang terdiri dari hasil obeservasi, wawancara, dokumentasi, studi literatur, dan studi kompetitor.

Terdapat banyak potensi wisata yang tersembunyi dan belum banyak wisatawan yang mengetahui tentang objek-objek wisata yang terdapat di Desa Pujiharjo karena minimnya informasi yang memuat tentang wisata di Desa Pujiharjo, tidak hanya itu kurangnya media promosi yang mendukung untuk mempromosikan program wisata yang ada di Desa Pujiharjo. Maka dari itu peneliti menggunakan media promosi untuk menambah wawasan dan upaya untuk mendukung dalam perancangan video promosi ini yaitu berupa video promosi, media sosial (Youtube dan Intagram), brosur, *x-banner*, dan *merchandise*.

Pada video promosi ini memperlihatkan keindahan objek-objek yang dapat di nikmati wisatawan saat mengikuti program wisata Sambang Segoro seperti adanya atraksi wisata yang disediakan oleh pihak pengelola wisata tersebut seperti menaiki perahu-perahu kecil nelayan untuk mengunjungi objek-objek yang ada di Pantai Sipelot, pengunjung dapat menikmati suasana menaiki perahu sambil memancing ikan ,kegiatan melempar jala untuk menangkap ikan, setelah itu pengunjung akan diajak untuk menikmati hasil laut yang telah di dapat dari hasil memancing tadi dengan memasak ikan hasil tangkapan dengan cara dibakar dengan bumbu seadanya di pinggir pantai sambil menikmati keindahan alam saat Sambang Segoro, wisatawan juga diperbolehkan untuk mendirikan sebuah tenda dipesisir pantai.

## 5.2 Saran

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan dan telah ditarik kesimpulan mengenai perancangan video promosi Sambang Segoro Desa Pujiharjo Kabupaten Malang sebagai upaya meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan telah memiliki beberapa saran yang dapat menjadi sebuah pertimbangan bagi peneliti selanjutnya agar lebih baik lagi, yaitu sebagai berikut :

1. Dalam perancangan tugas akhir ini yang berjudul perancangan video promosi Sambang Segoro Desa Pujiharjo Kabupaten Malang sebagai upaya meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan ini dapat memiliki manfaat untuk peneliti selanjutnya yang ingin menlanjutkan dengan topik yang sama diharapkan melanjutkan perancangan program wisata yang lain nya seperti Sambang Sedulur dan Sambang Kebon.
2. Pihak dari Desa Pujiharjo diharapkan untuk melakukan kegiatan promosi yang konsisten agar dapat tetap menarik wisatawan dari dalam negeri atau luar negeri.

3. Diharapkan kepada semua wisatawan yang tertarik untuk mengunjungi Desa Pujiharjo tetap menjaga kebersihan dengan membuang sampah pada tempat yang telah disediakan untuk tetap memberikan kesan bersih dan alami terhadap semua objek wisata saat mengikuti program wisata Sambang Segoro.
4. Diharapkan kepada semua wisatawan yang berkunjung untuk tetap melestarikan keindahan pantai dan tidak merusak ekosistem pantai.



## DAFTAR PUSTAKA

### **Sumber Dari Buku:**

- Arsyad, Azar.2011. Media Pembelajaran.cetakan ke-15. Jakarta: Rajawalli Pers.
- Bungin, M. Burhan. 2005. metode penelitian kuantitatif. 2005. Jakarta: kencana
- Cahyo Rossy, Dkk. 2007. Student Guide Series Adobe Premiere Pro. Jakarta: PT Elex Media Komputindo
- Cecep dan Bambang Sutjipto. 2013. Media Pembelajaran Manual dan Digital Edisi Kedua. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Ellen Tjandra, S.SI. 2006. Mengenal Pantai. Jakarta: Pakar Media Lini Produk Cita Insan Mandani
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong.2012, Prinsip-prinsip Pemasaran. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- M. Ilham Zoebazary. 2010. Kamus istilah Televisi & Film. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Mascelli, Joseph V. 1998. The Five C's Of Cinematography. Los Angeles: Motion Picture Filming Techniques, Silman –James Press
- Maimunah. 2012. Media Company Profile Sebagai Sarana Penunjang Informasi dan Promosi. Journal CCIT Vol.5 No.3–Mei2012. Tangerang: Perguruan Tinggi Raharja.
- Moleong, j, Lexy. 1999. Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nardi, Leo. 1977. Penuntun Kinematografi 8mm. Bandung: Yayasan foto indonesia kustandi,
- Nawawi, Hadari & Mimi Martini, 1994, “Penelitian Terapan”, Yogyakarta: Gajahmada University.
- Nugroho, Sarwo. 2015. Manajemen warna dan desain Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Pujiriyanto. 2005. Desain Grafis Komputer (Teori Grafis Komputer). Yogyakarta: Andi.
- Rangkuti, Freddy. 2009. Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Rusman. 2012. Belajar dan Pembelajaran berbasis Komputer: mengembangkan profesionalisme guru abad 21. Bandung: Alfabeta.
- Salahudin. 1986. Pengertian Audio Visual Dalam Pembelajaran, PT. Raja Grafindo. Jakarta.

Sugiyono.2013. metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D. Bandung: Penerbit Alfabeta.

Sihombing, Danton. 2015. tipografi dalam desain grafis. Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama.

Supriyono, Rakhmat. 2010. Buku Desain Komunikasi Visual (Teori dan Aplikasi). Yogyakarta : Andi Offset.

Suprayogo, Imam. 2001. Metode Penelitian Sosial Agama, Bandung: Remaja Rosdakarya.

Yusuf, A. Muri. 2014. Metode penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan. Jakarta : Kencana

### **Jurnal**

D, Nunnun Bonafix. 2011 . Video, Kamera dan Teknik Pengambilan Gambar

Wicaksono Yohanes Anggoroadi. 2017, Perancangan *Destination Branding* Desa Wisata Pujiharjo Kabupaten Malang Sebagai Upaya Meningkatkan *Brand Awareness*

### **Sumber Iternet**

(<https://www.malang-post.com/berita/malang-rayamalang-destinasi-favorit-wisatawan>)

Diakses 10 Mei 2019

