



**PERANCANGAN VIDEO PROMOSI WISATA ALAM GOA LEBAR
DI KABUPATEN SAMPANG MADURA SEBAGAI UPAYA
MENINGKATKAN PENGUNJUNG**



Tugas Akhir

Program Studi

S1 Desain Komunikasi Visual

**UNIVERSITAS
Dinamika**

Oleh :

Muhammad Sulton Arifin

16420100077

FAKULTAS TEKNOLOGI DAN INFORMATIKA

UNIVERSITAS DINAMIKA

2021

**PERANCANGAN VIDEO PROMOSI WISATA ALAM GOA LEBAR
DI KABUPATEN SAMPANG MADURA SEBAGAI
UPAYA MENINGKATKAN PENGUNJUNG**

Tugas Akhir

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan
Program Sarjana Desain**



UNIVERSITAS
Dinamika

Oleh:

Nama : Muhammad Sulton Arifin
NIM : 16420100077
Program Studi : SI Desain Komunikasi Visual

**FAKULTAS TEKNOLOGI DAN INFORMATIKA
UNIVERSITAS DINAMIKA**

2021

Tugas Akhir

**PERANCANGAN VIDEO PROMOSI WISATA ALAM GOA LEBAR
DI KABUPATEN SAMPANG MADURA
SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN PENGUNJUNG**

Dipersiapkan dan disusun oleh:

Muhammad Sulton Arifin

NIM: 16420100077

Telah diperiksa dan disetujui oleh Dewan Pembahas

Pada: Jumat, 22 Januari 2021

Susunan Dewan Pembahas

Pembimbing:

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

NIDN. 0720028701

II. Darwin Yuwono R., S.T., M.Med.Kom.

NIDN. 0716127501

Pembahas:

Karsam, MA., Ph.D

NIDN. 0705076802

Digitally signed by Universitas
Dinamika
Date: 2021.02.06
14:47:06 +07'00'

Digitally signed by Universitas
Dinamika
Date: 2021.02.08
13:34:05 +07'00'

Digitally signed by Universitas
Dinamika
Date: 2021.02.06
14:23:07 +07'00'

Tugas Akhir ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelas Sarjana

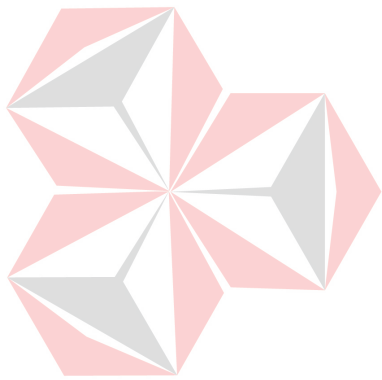
Digitally signed by Universitas
Dinamika
Date: 2021.02.11
08:46:33 +07'00'

Dr. Jusak
NIDN: 0708017101

Dekam Fakultas Teknologi dan Informatika

UNIVERSITAS DINAMIKA

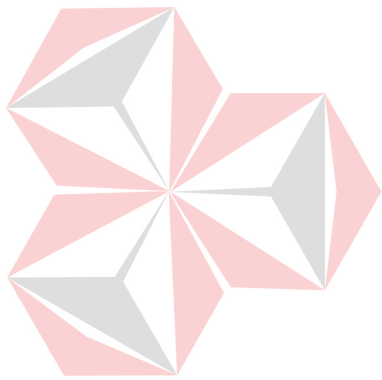
LEMBAR MOTTO



UNIVERSITAS
Dinamika

“Yakin dan berdoa kepada Allah SWT adalah Kunci Jawaban dari segala permasalahan”

LEMBAR PERSEMBAHAN



UNIVERSITAS
Dinamika

“Ku persembahkan laporan ini kepada kedua orang tua Ayah, Ibu, dan Saudara yang selalu memberikan semangat dan doa, serta teman-teman yang selalu memberikan dukungan dan keceriaan”

SURAT PERNYATAAN
PERSETUJUAN DAN PUBLIKASI DAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Sebagai civitas akademika Universitas Dinamika, saya:

Nama : Muhammad Sulton Arifin
NIM : 16.42010.0077
Program Studi : S1 Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Teknologi dan Informatika
Judul Karya : Perancangan Video Promosi Wisata Alam Goa Lebar Di Kabupaten
Sampang Madura Sebagai Upaya Meningkatkan Pengunjung

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa:

1. Demi pengembangan ilmu pengetahuan, teknologi, dan seni, saya menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Dinamika Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (Non-Exclusive Free Right) atas karya ilmiah atas seluruh isi atau 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 adalah semata hanya rujukan yang dicantumkan dalam Daftar Pustaka saya.
3. Apabila dikemudian hari ditemukan dan terbukti terhadap 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, 31 Januari 2021



Muhammad Sulton Arifin

NIM: 16420100077

ABSTRAK

Wisata alam Goa Lebar merupakan salah satu destinasi yang berada di Kabupaten Sampang Madura yang terletak di titik kota Sampang. Kabupaten Sampang juga terdapat beberapa destinasi yang dapat dikunjungi oleh wisatawan, Pada saat berkunjung ke wisata alam Goa Lebar wisatawan dapat menikmati keindahan yang terdapat di dalam Goa dan dapat menjelajahi tempat tersebut. Selain itu wisatawan dapat menikmati indahnya sunset dan pemandangan kota Sampang dari wisata Goa Lebar. Akan tetapi, destinasi ini masih belum banyak wisatawan yang mengetahui tentang adanya wisata alam Goa Lebar tersebut. Dari hasil penelitian wawancara dengan pengelola wisata alam Goa Lebar setiap tahun kunjungan menjadi menurun. Hal ini terjadi karena kurangnya informasi dan sebuah media yang mendukung untuk mempromosikan destinasi tersebut. Maka perlunya sebuah tindakan yang dapat membantu untuk menunjang perkembangan wisata alam Goa Lebar tersebut untuk meningkatkan jumlah kunjungan yang datang ke destinasi tersebut. Permasalahannya adalah bagaimana membuat perancangan video promosi Goa Lebar untuk meningkatkan pengunjung. Tujuan dari perancangan ini yaitu menunjang kemajuan wisata Goa Lebar. Metode yang digunakan yaitu metode deskriptif kualitatif. Hasil dari Penelitian ini berupa video promosi Goa Lebar yang disebarluaskan melalui media sosial seperti Youtube dan media pendukung lainnya, peneliti menyediakan media promosi klasik yaitu dengan menggunakan brosur, x-banner dan Merchandise.

Kata kunci : *Perancangan Video Promosi, Media Sosial, Wisata Alam Goa Lebar*

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat, dan rahmatnya maka peneliti dapat membuat proposal Tugas Akhir ini. Penelitian ini dimaksudkan untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan program studi S1 Desain Komunikasi Visual di Universitas Dinamika Surabaya.

Penelitian ini tidak akan berhasil begitu saja tanpa adanya sumbangan berupa pikiran, tenaga, dan dukungan dari beberapa pihak. Untuk itu pada kesempatan ini, peneliti ingin menyampaikan rasa terimakasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah membantu dalam proses pembuatan Tugas Akhir ini. Ucapan terimakasih yang sangat besar ini peneliti berikan kepada:

1. Keluarga tercinta peneliti yang selalu mendukung peneliti baik secara moril maupun materil, dengan doa yang tulus sehingga peneliti dapat menempuh studi dengan baik.
2. Dra. Lilis Listiawati, M. M selaku kepala bagian kebudayaan dan pariwisata DISPORABUDPAR Kabupaten Sampang, Endah Nursukawati, SST.PAR selaku pengelola wisata yang telah membantu memberikan informasi-informasi tentang wisata alam Goa Lebar.
3. Bapak Dhika Yuan Yurisma, M.Ds., ACA selaku pembimbing pertama, peneliti mengucapkan banyak-banyak mengucapkan terimakasih yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan saran, masukan dan kelancaran peneliti untuk proses pengerjaan Tugas Akhir.
4. Darwin Yuwono Riyanto, S.T., M.Med.Kom., ACA selaku pembimbing kedua, peneliti mengucapkan banyak-banyak mengucapkan terimakasih yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan saran, masukan dan kelancaran peneliti untuk proses pengerjaan Tugas Akhir.
5. Kepada Teman-teman satu angkatan yang sudah lulus maupun yang belum lulus, serta sahabat – sahabat yang selalu memberikan motivasi terhadap peneliti di kala siang maupun malam.

Surabaya, 31 Januari 2021

Muhammad Sulton Arifin

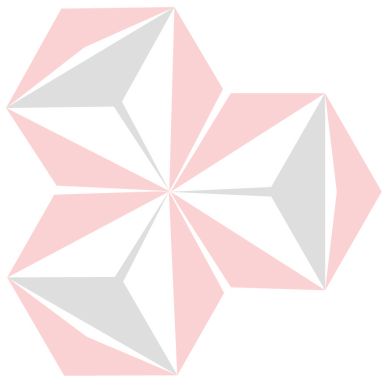
16420100077

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR BAGAN	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Batasan Masalah	4
1.4 Tujuan Penelitian.....	4
1.5 Manfaat.....	5
BAB II LANDASAN TEORI	6
2.1 Sampang Madura	6
2.2 Pengertian Wisata Alam	7
2.3 Definisi Pariwisata	8
2.4 Video	8
2.5 Definisi Promosi	9
2.5.1 Promosi	9
2.5.2 Tujuan Promosi	10
2.6 Video Promosi	11
2.7 Media Sosial	11
2.8 Media Sosial	10
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	12
3.1 Jenis Penelitian	12
3.2 Unit Analisis.....	12
3.2.1 Objek Penelitian	12

3.2.2 Lokasi Penelitian	13
3.3 Teknik Pengumpulan Data	13
3.3.1 Wawancara	13
3.3.2 Observasi	14
3.3.3 Dokumentasi	14
3.4 Teknik Analisis Data	14
3.4.1 Reduksi Data	15
3.4.2 Penyajian Data	15
3.4.3 Verifikasi Kesimpulan	15
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	16
4.1 Hasil Pengumpulan Data	16
4.1.1 Observasi	16
4.1.2 Wawancara	17
4.1.3 Dokumentasi	18
4.2 Hasil Analisis Data	20
4.2.1 Reduksi Data	20
4.2.2 Penyajian Data	21
4.2.3 Kesimpulan	22
4.2.4 <i>Segmentasi, Targeting, Positioning (STP)</i>	23
4.2.5 <i>Unique Selling Proposition</i>	24
4.2.6 Analisis SWOT	24
4.2.7 <i>Keyword</i>	26
4.2.8 Deskripsi Konsep	27
4.3 Perancangan Karya.....	27
4.3.1 Tujuan Kreatif	27
4.3.2 Strategi Kreatif	28
4.4 Implementasi Video	35
4.5 Perancangan Media Pendukung	40
4.5.1 Tujuan Media	40
4.5.2 Strategi Media Pendukung	41
BAB V PENUTUP	47
5.1 Kesimpulan	47

5.2 Saran	48
DAFTAR PUSTAKA	49
LAMPIRAN	51



UNIVERSITAS
Dinamika

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 4.1 Goa Lebar tampak atas (<i>bird eye</i>)	18
Gambar 4.2 Pintu masuk wisata alam Goa Lebar	18
Gambar 4.3 Patung Sakera wisata alam Goa Lebar	19
Gambar 4.4 Tangga masuk kedalam wisata Goa Lebar	19
Gambar 4.5 Suasana didalam kawasan wisata Goa Lebar	19
Gambar 4.6 Storyboard 1-13	30
Gambar 4.7 Tipografi <i>Arial</i>	33
Gambar 4.8 Tipografi <i>Times New Roman</i>	34
Gambar 4.9 <i>Color image scale</i>	34
Gambar 4.10 <i>Scene 1</i>	35
Gambar 4.11 <i>Scene 2</i>	35
Gambar 4.12 <i>Scene 3</i>	36
Gambar 4.13 <i>Scene 4</i>	36
Gambar 4.14 <i>Scene 5</i>	37
Gambar 4.15 <i>Scene 6</i>	37
Gambar 4.16 <i>Scene 7</i>	38
Gambar 4.17 <i>Scene 8</i>	38
Gambar 4.18 <i>Scene 9</i>	38
Gambar 4.19 <i>Scene 10</i>	39
Gambar 4.20 <i>Scene 11</i>	39
Gambar 4.21 <i>Scene 12</i>	40
Gambar 4.22 <i>Scene 13</i>	40
Gambar 4.23 Brosur	42
Gambar 4.24 <i>x-banner</i>	43
Gambar 4.25 <i>t-shirt</i>	44
Gambar 4.26 Sketsa gantungan kunci	45
Gambar 4.27 <i>note book</i>	46

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Total pengunjung wisata alam Goa Lebar	3
Tabel 4.1 SWOT Wisata Alam Goa Lebar	25
Tabel 4.2 <i>Storyline</i> Wisata Alam Goa Lebar	29



UNIVERSITAS
Dinamika

DAFTAR BAGAN

	Halaman
Bagan 4.1 <i>Keyword</i> Wisata Alam Goa Lebar	26



UNIVERSITAS
Dinamika

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
KARTU BIMBINGAN	51
KARTU SEMINAR	52
PERTANYAAN WAWANCARA	53
BIODATA PENULIS	58



UNIVERSITAS
Dinamika

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Indonesia adalah salah satu negara yang memiliki banyak potensi alam baik di daratan maupun di lautan. Keanekaragaman alam, flora, fauna, dan karya cipta manusia yang memiliki nilai jual untuk dikembangkan menjadi sebuah usaha di bidang kepariwisataan. Dengan kondisi tanahnya yang subur menjadikan Indonesia sebagai pusat perhatian kelompok manusia untuk menetap dan mengembangkan usahanya masing-masing. Bidang pariwisata juga diyakini sanggup menyediakan pertumbuhan ekonomi secara cepat dalam hal pendapatan, taraf hidup, dan berbagai sektor lainnya. Selain itu juga, tempat pariwisata di Indonesia memiliki ciri khas tersendiri yang dapat menambah daya tarik dan memikat para turis manca negara dan domestik untuk mengunjunginya.

Pariwisata merupakan suatu perjalanan yang dilakukan oleh individu maupun kelompok secara sukarela dan bersifat sementara dari suatu tempat ke tempat lain untuk rekreasi menikmati obyek dan daya tarik wisata serta tidak bermaksud mencari nafkah di daerah yang dikunjungi serta mendapat pelayanan dari usaha jasa pariwisata (UU RI No. 9 Tahun 1990, tentang Kepariwisata). Salah satu tempat pariwisata di Indonesia adalah Pulau Madura.

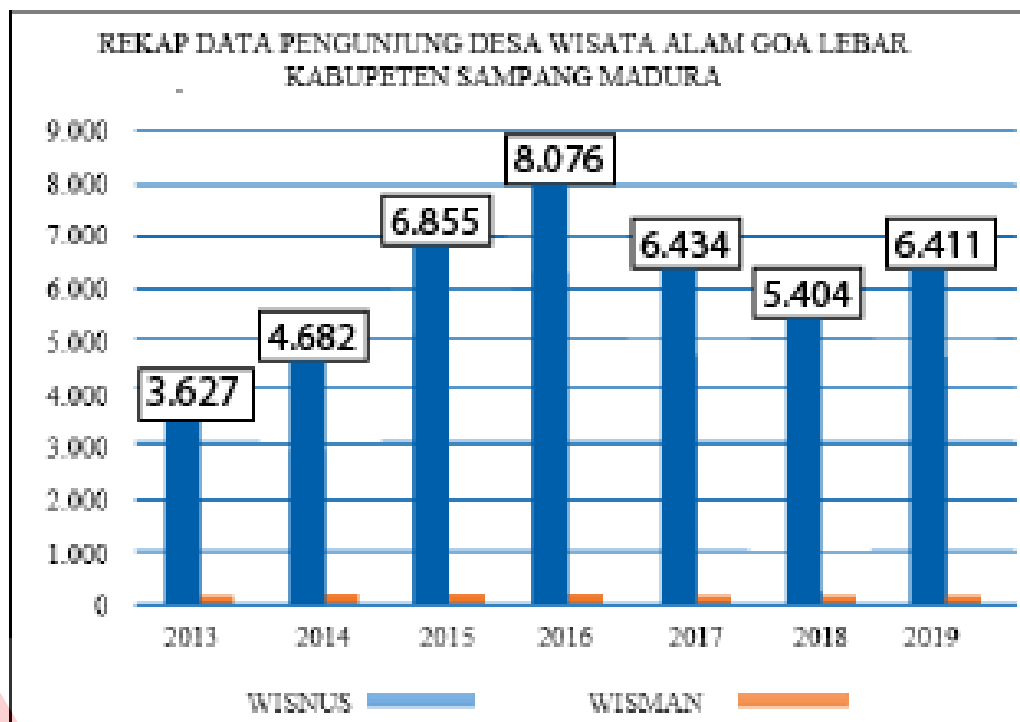
Pulau Madura merupakan pulau kecil yang terletak di wilayah Jawa Timur yang bersebrangan dengan kota Surabaya. Pulau Madura memiliki empat kabupaten, di antaranya, Kabupaten Bangkalan, Kabupaten Sampang, Kabupaten Pamekasan, dan Kabupaten Sumenep. Pulau Madura juga lebih dikenal oleh masyarakat sebagai pulau garam. Pulau Madura memiliki berbagai tempat wisata alam yang indah dan dikenal sebagai pulau religius. Pariwisata di pulau Madura seharusnya mampu memunculkan identitas pariwisatanya yang terkait dengan pariwisata sejarah. Banyak bangunan sejarah yang terdapat di pulau Madura, yaitu di Kabupaten Sampang, di antaranya Goa Lebar, Makam Ratu Ibu, Air Terjun Toroan, Bukit Masegit, Pantai Nepa, dan lain sebagainya yang merupakan ikon sejarah di Kabupaten Sampang Madura.

Selain wisata di pantai, di gunung, di bukit, salah satu destinasi wisata alam yang bisa dikunjungi adalah Goa Lebar Alam di Kabupaten Sampang, Madura. Goa Lebar di Kabupaten Sampang ini menjadi salah satu ikon wisata untuk kota Sampang. Pemandangan alam yang memukau menjadi salah satu daya tarik tersendiri untuk para wisatawan. Apalagi, ketika memasuki Goa Lebar ini.

Menurut kabar dari warga, Goa Lebar tersebut bukan goa asli, melainkan goa buatan. Sejarah menceritakan kalau goa ini adalah peninggalan pada masa penjajahan Belanda. Goa ini dibuat dengan cara dibom agar menciptakan lubang yang besar, sehingga cekungan yang dihasilkan dapat digunakan untuk bersembunyi sekaligus sebagai gudang senjata para pejuang. Destinasi wisata Goa Lebar ini merupakan kawasan Goa yang menjorok ke dalam tanah. Kedalaman yang dimiliki goa ini sekitar kurang lebih 100 meter yang berada pada ketinggian 500 meter dari atas permukaan laut. Goa lebar ini juga memiliki ciri khas yaitu gua berdinding tebing dengan jenis batu kapur berupa bata putih.

Setelah peneliti melakukan wawancara kepada beberapa wisatawan luar pulau tentang wisata Goa Lebar di Kabupaten Sampang Madura, mereka mengatakan bahwa Goa Lebar belum menjadi tujuan favorit wisatawan, baik dan wisatawan domestik maupun mancanegara. Salah satu penyebabnya adalah kurangnya publikasi tempat dan media promosi seperti baliho, poster, billboard, beberapa media yang bisa dapat menunjang wisatawan agar datang ke Goa Lebar tersebut.

Tabel 1.1 Total pengunjung wisata alam Goa Lebar



(Sumber: Pengelola Wisata Alam Goa Lebar, 2020.)

Kepala Disporabudpar Sampang Aji Waluyo mengatakan, naiknya target kunjungan tersebut sesuai dengan upaya pengembangan tempat wisata yang selama ini telah dilakukan. Mulai pelayanan, sarana prasarana (sarpras), dan faktor keamanan di lingkungan wisata.

Menurut Aji Waluyo, pengembangan objek wisata perlu dilakukan dan dimasukkan dalam rencana pembangunan daerah. Tujuannya, agar tempat wisata semakin diminati dan memaksimalkan promosi wisata, baik melalui website, kalender wisata, dan pemasangan iklan. Agar tempat wisata di Kota Sampang lebih dikenal masyarakat luas.

Dari permasalahan tersebut dapat disimpulkan bahwa wisata alam Goa Lebar di Kabupaten Sampang membutuhkan media promosi yang bisa menjelaskan dan bisa memperkenalkan kewisatawan domestik maupun mancanegara. Sebelumnya wisata alam di Kabupaten Sampang masih menggunakan brosur sebagai pengenalan, akan tetapi media brosur ini dianggap kurang optimal menurut beberapa wisatawan luar pulau. Oleh karena itu, tujuan dari proposal ini adalah untuk mampu memberikan asumsi pada wisata alam Gua Lebar di Kabupaten Sampang Madura

dalam media promosi melalui video promosi. Dengan mengikuti perkembangan arus jaman pada era globalisasi serta meningkatkan kualitas diatas. Karena komponen-komponen tersebut membantu para wisatawan dengan menyediakan informasi seputar wisata alam Gua Lebar di Kabupaten Sampang Madura. Sehingga informasi tersebut bisa lebih mudah diingat oleh wisatawan karena media promosi yang unik dan tidak membosankan untuk di tonton (Kepala Disporabudpar Sampang Aji Waluyo).

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang masalah di atas maka dapat dirumuskan permasalahannya yaitu bagaimana merancang video promosi wisata alam Goa Lebar di Kabupaten Sampang Madura supaya dapat dikenal oleh masyarakat dan berbagai manca negara?

1.3 Batasan Masalah

Adapun batasan masalah yang dapat diambil dari rumusan masalah yaitu:

1. Video promosi ini mengangkat Goa Lebar Sampang Madura.
2. Menyajikan pemandangan dan penampakan Goa Lebar dalam bentuk video berdurasi kurang lebih 3-5 menit.
3. Tehknik pengambilan video berupa long shot, extreme wide shot, close up, frog eye dan bird eye.
4. Menggunakan media *youtube*, *brosur*, *x-banner*, dan *merchandise* yang berupa kaos, gantungan kunci, dan note book.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah dan batasan masalah di atas, tujuannya yaitu:

1. Mengenalkan salah satu destinasi wisata alam di Kabupaten Sampang yaitu Goa Lebar kepada masyarakat dan berbagai manca negara dalam bentuk Video.
2. Menghasilkan video promosi wisata alam Goa Lebar sebagai upaya meningkatkan pengunjung.

1.5 Manfaat

Manfaat bagi mahasiswa dan masyarakat:

1. Hasil laporan tersebut dapat menjadi referensi atau kajian teoritis khususnya dalam bidang pembuatan video promosi bagi mahasiswa Desain Komunikasi Visual.
2. Hasil laporan tersebut dapat menjadi acuan bagi masyarakat khususnya dalam bidang keilmuan video promosi.
3. Hasil laporan tersebut dapat diaplikasikan langsung oleh Disporabudpar di wisata alam Goa Lebar Kabupaten Sampang Madura.
4. Hasil laporan ini bermanfaat bagi perusahaan khususnya pada media promosi.



UNIVERSITAS
Dinamika

BAB II

LANDASAN TEORI

Dalam bab ini membahas mengenai landasan teori yang digunakan dalam Perancangan Video Promosi Wisata Alam Goa Lebar Di Kabupaten Sampang Madura Sebagai Upaya Meningkatkan Pengunjung. Adanya teori yang mendukung kuat serta referensi–referensi yang berhubungan diharapkan perancangan ini mempunyai hasil yang memuaskan.

2.1 Sampang Madura

Sampang Madura adalah sebuah Kabupaten yang terletak di kepulauan Madura, Jawa Timur, Indonesia. Berada diantara tiga Kabupaten lainnya, yaitu, Bangkalan, Pamekasan, dan Sumenep.

Kabupaten Sampang memiliki 14 kecamatan yang terdiri dari 6 kelurahan dan 180 Desa yaitu, Kecamatan Banyuates, Kecamatan Camplong, Kecamatan Jrengik, Kecamatan Karang Penang, Kecamatan Kedungdung, Kecamatan Ketapang, Kecamatan Omben,, Kecamatan Pengarengan, Kecamatan Robatal, Kecamatan Sampang, Kecamatan Sokobanah, Kecamatan Sreseh, Kecamatan Tambelangan, Kecamatan Torjun.

Di titik kota Kabupaten Sampang sendiri merupakan wilayah yang sering terkena dampak banjir pada saat musim penghujan, tinggal tersisa 50 – 60 persen yang terhindar dari arus banjir tersebut. Sehingga 30 - 45 persen masyarakat kota Kabupaten Sampang meminta ganti rugi atas kerusakan tempat tinggalnya.

2.2 Pengertian Wisata Alam

Wisata dalam bahasa Inggris disebut tour yang secara etimologi berasal dari kata torah (Ibrani) yang berarti belajar, tornus (bahasa Latin) yang berarti alat untuk membuat lingkaran, dan dalam bahasa Perancis kuno disebut tour yang berarti mengelilingi sirkuit. Pada umumnya orang memberi padanan kata wisata dengan rekreasi, wisata adalah sebuah perjalanan, namun tidak semua perjalanan dapat dikatakan wisata (Suyitno, 2001).

Menurut Fandeli (2001), wisata adalah perjalanan atau sebagai dari kegiatan tersebut dilakukan secara sukarela serta bersifat sementara untuk menikmati objek dan daya tarik wisata.

Wisata memiliki karakteristik-karakteristik antara lain:

1. Bersifat sementara, bahwa dalam jangka waktu pendek pelaku wisata akan kembali ke tempat asalnya.
2. Melibatkan komponen-komponen wisata, misalnya sarana transportasi, akomodasi, restoran, objek wisata, toko cinderamata dan lain-lain.
3. Umumnya dilakukan dengan mengunjungi objek wisata dan atraksi wisata.
4. Memiliki tujuan tertentu yang intinya untuk mendapatkan kesenangan.
5. Tidak untuk mencari nafkah ditempat tujuan, bahkan keberadaannya dapat memberikan kontribusi pendapatan bagi masyarakat atau daerah yang dikunjungi (Suyitno, 2001).

Wisata alam adalah bentuk kegiatan rekreasi dan pariwisata yang memanfaatkan potensi sumberdaya alam, baik dalam keadaan alami maupun setelah ada usaha budidaya, sehingga memungkinkan wisatawan memperoleh kesegaran jasmaniah dan rohaniyah, mendapatkan pengetahuan dan pengalaman serta menumbuhkan inspirasi dan cinta terhadap alam (Anonymous, 1982 dalam Saragih, 1993).

Wisata alam merupakan kegiatan rekreasi dan pariwisata yang memanfaatkan potensi alam untuk menikmati keindahan alam baik yang masih alami atau sudah ada usaha budidaya, agar ada daya tarik wisata ke tempat tersebut. Wisata alam digunakan sebagai penyeimbang hidup setelah melakukan aktivitas yang sangat padat, dan suasana keramaian kota. Sehingga dengan melakukan wisata alam tubuh dan pikiran kita menjadi segar kembali dan bisa bekerja dengan lebih kreatif lagi

karena dengan wisata alam memungkinkan kita memperoleh kesenangan jasmani dan rohani. Dalam melakukan wisata alam kita harus melestarikan area yang masih alami, memberi manfaat secara ekonomi dan mempertahankan keutuhan budaya masyarakat setempat sehingga bias menjadi Desa wisata, agar desa tersebut memiliki potensi wisata yang dilengkapi dengan fasilitas pendukung seperti alat transportasi atau penginapan (anonymous).

2.3 Definisi Pariwisata

Pariwisata dapat dilihat dari berbagai sudut pandang dan juga tidak memiliki batasan-batasan yang pasti. Para ahli pariwisata banyak yang berpendapat definisi pariwisata dari berbagai sudut pandang, tetapi dari berbagai definisi tersebut mempunyai makna yang sama. Menurut Hunziker dan Kraft dalam Muljadi (2012) mengungkapkan bahwa pariwisata adalah gejala-gejala yang timbul dari adanya orang asing atau keseluruhan hubungan perjalanan itu tidak untuk bertempat tinggal menetap dan tidak ada hubungan dengan kegiatan untuk mencari nafkah. Sehingga dalam melakukan perjalanannya tersebut hanya mencari hal-hal yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya.

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), Pariwisata merupakan suatu kegiatan yang berhubungan dengan perjalanan rekreasi. Sedangkan pengertian secara umum pariwisata adalah suatu perjalanan yang dilakukan seseorang/sekelompok orang untuk sementara waktu yang diselenggarakan dari suatu tempat ketempat lain dengan meninggalkan tempat semula dan dengan suatu perencanaan atau bukan tujuan mencari nafkah di tempat yang dikunjunginya, tetapi semata mata untuk menikmati kegiatan rekreasi untuk memenuhi keinginan yang beraneka ragam. Undang-undang Republik Indonesia nomor 10 tahun 2009 pasal 1 Ayat 3, tentang Kepariwisata menyatakan bahwa Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, Pemerintah, dan Pemerintah Daerah.

2.4 Video

Menurut Iwan Binanto (2010: 179), kata video berasal dari kata latin, yang berarti 'saya lihat'. Video adalah teknologi pemrosesan sinyal elektronik yang

mewakilkan gambar bergerak. Aplikasi umum dari teknologi video adalah televisi. Video juga dapat digunakan dalam aplikasi teknik, keilmuan, produksi, dan keamanan. Istilah video juga dapat digunakan sebagai singkatan *vidiotope*, perekam video dan pemutar video.

Menurut Melvy Ayuningtyas (2011: 7), Video merupakan gubahan gambar-gambar mati yang dibaca berurutan dalam suatu waktu dalam kecepatan tertentu. Gambar-gambar yang digabung tersebut dinamakan *frame* dan kecepatan pembacaan gambar disebut dengan *frame rure*, dengan satuan fps (*frame per second*). Karena dimainkan dengan kecepatan yang tinggi maka tercipta ilusi gerak yang halus, semakin berat *frame rate* maka semakin halus pergerakan yang ditampilkan.

Kesimpulannya video adalah gabungan gambar-gambar yang tersusun secara baik dalam satu waktu dalam kecepatan tertentu dan meghasilkan gambar gerak dengan dimensi yang berbeda.

2.5 Definisi Promosi

2.5.1 Promosi

Promosi berasal dari kata bahasa Inggris “*promote*” yang berarti meningkatkan atau mengembangkan. Promosi adalah segala macam bentuk komunikasi persuasi yang dirancang untuk mempromosikan pelanggan tentang produk atau jasa dan untuk memengaruhi mereka agar membeli barang atau jasa tersebut yang mencakup publisitas, penjualan perorangan dan periklanan, (Zimmerer, 2002). Definisi video menurut kamus besar Bahasa Indonesia yang disusun oleh Tim Penyusun Kamus Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa (1989: 609) “Video adalah bagian yang memancarkan gambar pada pesawat televisi atau rekaman gambar hidup, rekaman gambar hidup atau program televisi untuk ditayangkan lewat pesawat televisi”.

Dalam video promosi semua informasi dapat dengan cepat untuk dipahami, karena media yang disampaikan berupa visual dan audio. Dengan video promosi tersebut dapat akan mudah di implementasikan di berbagai media terutama media digital, seperti youtube, website official perusahaan, sosial media, dan sebagainya. Selain menyampaikan semua informasi mengenai perusahaan, video promosi

tersebut bisa dijadikan media promosi untuk meningkatkan brand awareness dari wisata alam Goa Lebar di Kabupaten Sampang Madura.

Pengertian promosi menurut Buchari Alma (2013: 179) adalah: “Promosi adalah sejenis komunikasi yang memberi penjelasan dan meyakinkan calon konsumen mengenai barang dan jasa dengan tujuan untuk memperoleh perhatian, mendidik, mengingatkan, dan meyakinkan calon konsumen”. Promosi merupakan alat komunikasi dan menyampaikan pesan yang dilakukan baik oleh perusahaan maupun perantara dengan memberi informasi mengenai produk, harga, dan tempat. Informasi itu bersifat memberitahukan, dan mengingatkan kembali kepada konsumen, para perantara atau kombinasi keduanya.

Pada hakikatnya promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran yang dimaksud dengan komunikasi pemasaran adalah aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi atau membujuk dan mengingatkan target market atau perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan.

2.5.2 Tujuan Promosi

Tujuan promosi yang dilakukan oleh perusahaan umumnya bertujuan untuk mencari laba. Adapun tujuan dari kegiatan promosi yang dilakukan oleh perusahaan diantaranya sebagai berikut:

1. Untuk menyebarkan informasi produk/jasa kepada target market.
2. Untuk mendapatkan kenaikan penjualan dan *profile*/laba.
3. Untuk menjaga kestabilan penjualan ketika mengalami masa suram.
4. Untuk mendapatkan pelanggan baru dan menjaga kesetiaan pelanggan.
5. Untuk membedakan dan mengunggulkan produk/jasa perusahaan dibandingkan dengan produk/jasa pesaing.
6. Untuk membentuk dan menjaga citra produk/perusahaan di mata konsumen sesuai dengan keinginan.
7. Untuk mengubah tingkah laku dan pendapat konsumen.

2.6 Video Promosi

Menurut World Trade Organization (Muljadi 2009: 9) video merupakan media publikasi yang paling informatif dan komunikatif, sebab video media publikasi yang dapat menyampaikan pesan secara audio, visual, dan taxtual. Kemampuan media video dalam hal menyampaikan pesan cukup luas jika dibandingkan dengan media publikasi lainnya seperti radio maupun cetak. Seiring dengan berkembangnya teknologi, fleksibilitas yang dimiliki oleh video. Menempatkannya seperti sebagai media multi device. Video tidak hanya dapat disalurkan melalui televisi namun juga dapat diunggah ke berbagai situs populer internet. Sehingga mampu dengan cepat memperkenalkan objek-objek yang ada pada video kepada audiens.

Video promosi adalah bentuk penayangan informasi yang bersifat yang bersifat audio visual sehingga menjadi kunci mengenai suatu merek atau membagikan informasi kepada pelanggan dan target market. Video promosi merupakan cara yang tepat dalam mengenalkan produk/jasa yang dipasarkan untuk tampil menonjol, dibandingkan dengan pendekatan marketing yang hanya menggunakan teks. Jika dalam pembuatan video promosi dapat dilakukan dengan benar.

2.7 Media Sosial

Media sosial merupakan media yang menawarkan digitalisasi, konvergensi, interaktivitas, dan pengembangan jaringan pembuatan pesan dan penyampaian pesannya, kemampuannya menawarkan interaktifitas ini memungkinkan penggunaan dari media sosial memiliki pilihan informasi apa yang ingin dikonsumsi, sekaligus mengendalikan keluaran informasi yang dihasilkan serta melakukan pilihan-pilihan yang diinginkan. Kemampuan menawarkan suatu interaktivitas inilah yang merupakan konsep sentral dari pemahaman tentang media sosial (Flew, 2002: 11-22).

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yaitu Perancangan Video Promosi Wisata Alam Goa Lebar Di Kabupaten Sampang Madura Sebagai Upaya Meningkatkan Pengunjung yang merupakan metode penelitian kualitatif dimana pendekatannya yang dilakukan secara langsung ke lapangan dengan teknik pengumpulan data yang berguna untuk melancarkan penelitian.

Metode penelitian kualitatif ini dapat diperoleh dengan melakukan wawancara, observasi dan dokumentasi.

3.2 Unit Analisis

Menurut Hamidi (2005: 75-76) menyatakan bahwa unit analisis adalah satuan yang diteliti yang bisa berupa individu, kelompok, benda atau suatu latar sosial seperti misalnya aktivitas individu atau kelompok sebagai subjek penelitian.

Unit Analisis dalam penelitian ini adalah memperkenalkan wisata alam Goa Lebar di Kabupaten Sampang Madura melalui video berdurasi pendek dan sebagai media untuk lebih mempermudah di ingat oleh pengunjung wisata alam Goa lebar tersebut.

3.2.1 Objek Penelitian

Menurut Sugiyono (2009:38) objek penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya

Pada objek penelitian tersebut ditujukan kepada wisata alam Goa Lebar di Kabupaten Sampang Madura.

3.2.2 Lokasi Penelitian

Menurut Meleong (2005: 128), lokasi penelitian merupakan tempat di mana peneliti melakukan penelitian dalam menangkap fenomena atau peristiwa yang sebenarnya terjadi dari objek yang diteliti dalam rangka mendapatkan data-data yang akurat.

Lokasi pada penelitian tersebut yakni di wisata Goa Lebar Kabupaten Sampang Madura tepat dititik kota Sampang Madura.

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan alat bagian dari pengumpulan data yang dapat ditentukan keberhasilan dan ketidak ikutsertaannya. Bila terdapat teknik pengumpulan data yang salah maka penelitian tersebut dianggap tidak valid dan tidak boleh dipakai (Burhan Bungin). Penggunaan teknik pengumpulan data yang akan digunakan untuk pembuatan vidio berdurasi pendek ini untuk wisatawan dalam negri dan luar negri supaya dapat lebih mudah untuk mengetahui lokasi wisata alam Goa Lebar tersebut.

melakukan wawancara, observasi dan dokumentasi. Kemudian hasil data ini dapat digunakan untuk mendukung penelitian tersebut yang terbukti nyata dan telah diputuskan rancangan penelitiannya.

3.3.1 Wawancara

Menurut Burhan Bungin, wawancara merupakan proses perolehan keterangan yang digunakan untuk pembentukan tujuan penelitian dengan cara menanya jawab langsung bertatap muka kepada responden. Responden merupakan orang memegang sebuah informasi nyata dan fakta dari sebuah obyek penelitian.

Pada metode tanya jawab dilakukan secara langsung dengan Dra. Lilis Listiawati, M. M selaku kepala bagian kebudayaan dan pariwisata DISPORABUDPAR Kabupaten Sampang, Endah Nursukawati, SST.PAR selaku pengelola wisata, Herman Maulana selaku warga setempat, dan Zainal Abidin selaku pengunjung.

3.3.2 Observasi

Observasi merupakan kemampuan peneliti untuk memakai hasil pengamatan yang didapat melalui pemanfaatan panca indera. Syarat untuk melakukan observasi yaitu memerlukan latihan dan pengalaman yang sudah memadai.

Pada metode ini dilakukan pengamatan dan pencatatan secara langsung mengenai keadaan dan suasana di wisata alam Goa Lebar tersebut.

3.3.4 Dokumentasi

Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data dokumen yang diperoleh dari pihak kedua. Sifat data yang terdapat pada dokumen itu tak terbatas ruang dan waktu yang memudahkan peneliti mengetahui kejadian - kejadian yang dialami dokumenter. Dokumen dapat mudah diperoleh namun peneliti perlu mempertimbangkan akan keaslian data yang peneliti telah telusuri, sumber data yang sangat diyakini kepercayaannya, dan bila saat digunakan peneliti harus meminta izin hak cipta kepada pemiliknya.

Karena dokumentasi dapat diterapkan di media apa saja, penelitian ini akan meliputi media perekaman video, foto, arsip, serta gambar yang berkaitan dengan wisata alam Goa Lebar tersebut.

3.4 Teknik Analisis Data

Menganalisis data dari penelitian, pengumpulan data yang menggunakan media yang dicontohkan diatas biasanya membutuhkan waktu yang singkat. Kebanyakan analisis data banyak dilakukan melalui observasi di lapangan dan harus menentukan untuk bertindak tentang memperoleh sebuah informasi sebelum keluar dari observasi.

Data yang dikumpulkan harus dianalisis, diolah, dan direduksi sebijak mungkin agar dapat menemukan kesimpulan. Teknik analisis data yang akan diterapkan meliputi reduksi data, penyajian data, dan verifikasi kesimpulan.

3.4.1 Reduksi Data

Reduksi data berfokus pada bentuk analisis pemilihan, penyederhanaan, dan pembentukan data yang baru didapat. Biasanya, tahap-tahap dalam mereduksi data

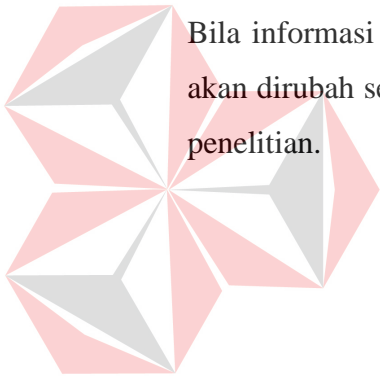
yaitu dengan merangkum, pemberian tema, pemberian kode, menulis catatan yang penting, dan mengembangkan penelitian tersebut.

3.4.2 Penyajian Data

Penyajian data yaitu perkumpulan informasi dari hasil dari seluruh pengamatan data yang telah diperoleh dari teknik pengumpulan data penelitian untuk menentukan kesimpulan yang disusun dengan bacaan naratif yang belum tertata rapi dari hasil reduksi data.

3.4.3 Verifikasi Kesimpulan

Kesimpulan merupakan langkah untuk membulatkan hasil reduksi dan penyajian data. Namun kesimpulan data yang awal hanya bersifat sederhana apabila tidak terdapat informasi lain yang bisa saja mendukung penelitian yang dirancang. Bila informasi lain yang mendukung penelitian tersebut nyata, maka kesimpulan akan dirubah sesuai dengan penambahan informasi tersebut kedalam perancangan penelitian.



UNIVERSITAS
Dinamika

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Pengumpulan Data

Pembahasan pada bab ini difokuskan pada hasil data yang telah dikumpulkan dan digunakan dalam Perancangan Video Promosi Wisata Alam Goa Lebar Di Kabupaten Sampang Madura Sebagai Upaya Meningkatkan Pengunjung.

4.1.1 Hasil Observasi

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

1. Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan di wisata alam Goa Lebar di Kabupaten Sampang Madura terdapat sebuah patung Sakera dan patung Naga di dalam goa tersebut.
2. Terdapat tanaman dan pepohonan rindang di dalam objek wisata
3. Goa Lebar memiliki karakteristik yang berdinding tebing jenis batu kapur berupa batu bata putih
4. Diatas permukaan Goa Lebar di kelilingi pagar sebagai pembatas wisatawan yang mengunjungi
5. Terdapat beberapa fasilitas yang sudah disediakan oleh pemerintah Kabupaten Sampang seperti tempat pembuangan sampah, tempat duduk dan tempat parkir.
6. Pada lokasi Goa Lebar tersebut dapat menikmati sunset dan pemandangan Kota Sampang pada sore hari.

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 diteliti. Wawancara pertama dilakukan kepada Dra. Lilis Listiawati, M. M selaku kepala bagian kebudayaan dan pariwisata Disporabudpar, menjelaskan Kabupaten Sampang merupakan salah satu Kabupaten yang memiliki banyak potensi yang pantas untuk dinikmati wisatawan terutama di Goa Lebar, lokasi tersebut terletak di titik kota Kabupaten Sampang Madura yang bersebelahan dengan alun-alun Kabupaten Sampang, namun kurangnya media promosi yang mengekspos wisata tersebut sehingga banyak wisatawan yang tidak mengetahui wisata alam Goa Lebar. Wawancara kedua dilakukan kepada Endah Nursukawati, SST.PAR selaku pengelola wisata, mengatakan sama dengan apa yang dikatakan oleh Dra. Lilis Listiawati, M. M, namun beliau hanya menambahkan kalau jalan menuju wisata alam Goa Lebar terlalu sempit sehingga kendaraan roda empat tidak bisa memasuki lokasi dan tidak ada media promosi di daerah kawasan pintu masuk wisata Goa Lebar tersebut seperti poster atau spanduk.

Sebelumnya wisata Goa Lebar sendiri telah membuat promosi di media sosial instagram dan membuat berbagai konten yang membahas tentang objek wisata Goa Lebar tersebut tapi disayangkan tidak berjalan dengan efektif. Maka dari itu pengunjung yang datang ke wisata Goa Lebar ini tidak terlalu banyak namun hanya sebatas wisatawan yang sudah mengetahui dan para wisatawan yang pernah datang mengunjungi Goa Lebar tersebut. Dari hasil data wawancara, wisatawan yang datang ke wisata Goa Lebar ini kebanyakan wisatawan yang berumur 18 - 45 tahun, pelajar, mahasiswa dan berbagai latar pekerjaan di berbagai kota yang gemar dengan kegiatan alam ataupun menikmati keindahan alam seperti traveling, seringkali wisatawan mengunjungi Goa Lebar saat liburan sekolah atau pun hari libur untuk menikmati keindahan alam dan untuk mengisi waktu liburan atau berefresing saat penat dalam pekerjaan, rata-rata wisatawan yang datang ke Goa Lebar tersebut tertarik dengan keunikan tebing goa, menunggu waktu sunset dan menjelajahi lorong-lorong Goa.

4.1.3 Dokumentasi

Dokumentasi yang telah didapatkan digunakan untuk memperkuat data-data yang telah di peroleh untuk perancangan video promosi wisata alam Goa Lebar, berikut adalah dokumentasi yang di peroleh peneliti:



Gambar 4.1 Goa Lebar tampak atas (*bird eye*)

Seperti yang terlihat pada gambar di atas merupakan view wisata alam Goa Lebar yang diambil dari tampak atas (*bird eye*) yang memiliki keindahan alamnya yang masih alami dan terdapat pepohonan yang rimbun pada dalam goa dan di kelilingi pagar besi sebagai pembatas wisatawan yang melihat dari atas goa

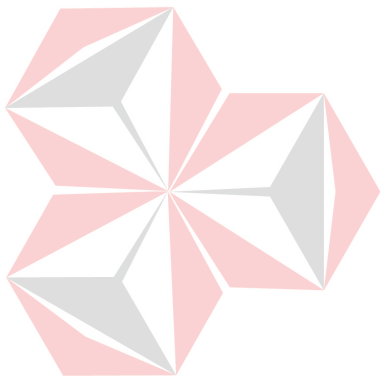


Gambar 4.2 Pintu masuk wisata alam Goa Lebar



Gambar 4.3 Patung Sakera wisata alam Goa Lebar

Gambar di atas merupakan salah satu pintu masuk wisata alam Goa Lebar yang terdapat patung Sakera ditengah pintu masuk dan pintu keluar dan di depan patung tersebut terdapat papan tahun terbit proses pembangunan wisata tersebut. Fasilitas tersebut sering kali di jadikan tempat objek berfoto pada patung Sakera di pintu masuk tersebut oleh wisatawan.



Gambar 4.4 Tangga masuk kedalam wisata Goa Lebar



Gambar 4.5 Suasana di dalam kawasan wisata Goa Lebar

Gambar di atas menunjukkan keindahan didalam Goa Lebar dan tebing-tebing yang dapat dilihat wisatawan beberapa dan fasilitas seperti tempat duduk. Lokasi di dalam goa tersebut tidak begitu luas namun sangat tidak membosankan untuk mengelilingi atau menjelajahi goa tersebut. Namun tidak banyak wisatawan yang mengetahui wisata alam tersebut dikarenakan media sosial dan berbagai konten yang membahas tentang objek wisata Goa Lebar tersebut tidak berjalan efektif.

4.2 Hasil Analisa Data

4.2.1 Reduksi Data

A. Observasi

Reduksi data dari tahap observasi ini adalah Kota Sampang merupakan sebuah kota yang memiliki panorama keindahan alam dibagian bukitnya dan memiliki berbagai macam objek wisata yang masih asri dan alami dikarenakan belum banyak wisatawan yang belum mengetahui objek objek wisata yang berada di Kota Sampang ini. Selain itu di Kabupaten Sampang juga terdapat beberapa wisata yang bernama Air Terjun Toroan, Pantai Camplong, Hutan Nepa, Makam Ratu Ebu, dan lain sebagainya. Namun pada saat ini di Kabupaten belum memiliki sebuah video promosi yang efektif untuk memperkenalkan wisata alam Goa Lebar yang memperlihatkan keindahan objek wisata yang dapat menarik wisatawan untuk berwisata ke Goa Lebar ini.

B. Wawancara

Hasil wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti adalah tentang potensi yang ada di Goa Lebar yang dapat diangkat di dalam perancangan video promosi ini. Wisata alam Goa Lebar memiliki sebuah paket wisata yang mengajak wisatawan untuk mengunjungi objek wisata yang ada di Kabupaten Sampang, tidak hanya itu saja wisatawan akan merasakan sensasi saat di dalam Goa dan dapat menikmati sunset pada sore hari. Pemerintah Kabupaten Sampang juga mendukung penuh adanya wisata-wisata yang dibuat di Kabupaten Sampang yang tertera di dalam RPJP Kabupaten Sampang 2005–2025, Namun disayangkan pada saat wawancara kepada Dra. Lilis Listiawati,

M. M selaku kepala bagian kebudayaan dan pariwisata DISPORABUDPAR, menjelaskan kurangnya media promosi yang mengekspos wisata tersebut sehingga banyak wisatawan yang tidak mengetahui wisata alam Goa Lebar. Wawancara kedua dilakukan kepada Endah Nursukawati, SST.PAR selaku pengelola wisata, mengatakan sama dengan apa yang dikatakan oleh Dra. Lilis Listiawati, M. M, namun beliau hanya menambahkan kalau jalan menuju wisata alam Goa Lebar terlalu sempit sehingga kendaraan roda empat tidak bisa memasuki lokasi dan tidak ada media promosi di daerah kawasan pintu masuk wisata Goa Lebar tersebut seperti umbul-umbul. Maka dari itu wisata Goa Lebar belum memiliki sebuah media promosi yang dalam bentuk video yang lebih efektif, sehingga perlu dibuat lah perancangan video promosi untuk mempromosikan dan memperkenalkan wisata alam Goa Lebar kepada wisatawan lebih luas lagi.

C. Dokumentasi

Sebagian besar hasil dokumentasi yang telah di dapat dan diambil oleh peneliti pada fasilitas yang telah disediakan di Goa Lebar dapat membantu dalam perancangan pembuatan video promosi. Kegiatan dokumentasi ini dan 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 wisata alam Goa Lebar di Kabupaten Sampang Madura.

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:

1. Wisata alam Goa Lebar merupakan salah satu wisata yang memiliki panorama keindahan alam yang masih alami dan belum banyak di ketahui oleh wisatawan, selain itu sarana dan prasarana wisata alam Goa Lebar sudah di sediakan oleh Pemerintah Kabupaten Sampang. Dengan adanya wisata alam Goa Lebar memberikan dampak yang signifikan bagi kehidupan masyarakat

setempat dan bagi Pemerintah Kabupaten Sampang.

- 2 Wisata Goa Lebar belum memiliki sebuah video promosi yang lebih efektif dan belum banyak di ketahui oleh wisatawan maka mengakibatkan menurunnya jumlah wisatawan yang datang untuk berkunjung ke Goa Lebar dan mengakibatkan menurunnya pendapat ekonomi masyarakat sekitar. Maka dari itu, peneliti merancang sebuah video promosi untuk di sebar luaskan ke berbagai media. Pemerintah Kabupaten Sampang juga mendukung dengan adanya program tersebut supaya wisata alam Goa Lebar semakin meningkat jumlah pengunjung dari tahun sebelumnya.

4.2.3 Kesimpulan

Pada penelitian ini, peneliti menarik kesimpulan untuk membuat media promosi wisata alam Goa Lebar upaya untuk memperkenalkan kepada masyarakat dan calon wisatawan dengan menggunakan metode berupa video. Berdasarkan hasil analisa yang di peroleh dapat disimpulkan, bahwa wisata alam Goa Lebar merupakan salah satu wisata yang terletak di titik kota Kabupaten Sampang yang masih memiliki panorama keindahan alamnya yang masih alami dan belum banyak di ketahui oleh wisatawan, selain itu, wisatawan yang mengunjungi Goa Lebar dapat menikmati sunset dan pemandangan kota Sampang. Menurut Kepala Disporabudpar Sampang Aji Waluyo, wisata alam Goa Lebar di Kabupaten Sampang membutuhkan media promosi yang bisa menjelaskan dan bisa memperkenalkan ke wisatawan domestik maupun mancanegara. Sebelumnya wisata alam di Kabupaten Sampang masih menggukan brosur sebagai pengenalan, akan tetapi media brosur ini dianggap kurang optimal menurut beberapa wisatawan luar pulau. Oleh karena itu, peneliti bertujuan untuk merancang sebuah video promosi supaya dapat dikenali oleh wisatawan luar maupun dalam negeri.

4.2.4 Segmentasi, Targeting, Positioning (STP)

1. Segmentasi

a. Demografis

- 1) Usia : 18 - 45 Tahun
- 2) Jenis Kelamin : Laki-laki dan Perempuan
- 3) Kelas Sosial : Menengah keatas
- 4) Pekerjaan : Wiraswasta dan pekerja kantor
- 5) Pendidikan : SMA – sarjana

b. Geografis

- 1) Wilayah : Seluruh wilayah Indonesia
- 2) Ukuran Kota : Wilayah perkotaan
- 3) Negara : Indonesia

c. Psikografis

- 1) Memiliki hobi *traveling*
- 2) Memiliki rasa ingin tahu yang tinggi
- 3) Memiliki kepribadian yang aktif

2. Targeting

Target yang dituju pada perancangan video promosi wisata alam Goa Lebar ini adalah orang dewasa dengan rentan umur 18 - 45 tahun, seperti pelajar mahasiswa dan berbagai latar belakang pekerjaan di berbagai kota yang gemar dengan kegiatan alam ataupun menikmati keindahan alam seperti *traveling*

- a. Jenis Kelamin : Laki-laki dan Perempuan
- b. Umur : 18-45 tahun
- c. Jenjang Pendidikan : SMA – Sarjana
- d. Pendapatan : Rp.500.000 – Rp.3000.000
- e. Kelas Sosial : Menengah keatas

3. *Positioning*

Positioning adalah salah satu faktor penting dalam perancangan video promosi. Dalam proses mempromosikan wisata alam Goa Lebar peneliti memperlihatkan apa saja yang ada didalam maupun diluar kawasan Goa Lebar mulai dari keunikan hingga keindahan objek-objek tersebut sehingga wisatawan dapat merasakan dan menikmati wisata tersebut. Selain itu wisatawan dapat menikmati keindahan *sunset* saat sore hari dan dapat menikmati pemandangan kota Sampang.

4.2.5 *Unique Selling Proposition*

Sebuah objek wisata haruslah memiliki sebuah keunikan tersendiri untuk menghadapi persaingan pasar, agar menjadi pembeda antara wisata satu dan wisata lain nya, dan dapat membangun sebuah *positioning* di dalam benak calon wisatawan yang ingin berlibur di Kabupaten Sampang. *Unique Selling Proposition* yang akan dimuat mencakup dari program wisata alam Goa Lebar dan ke unikan yang dimiliki dari semua objek wisata yang ada di Kabupaten Sampang, mulai dari Pantai Camplong, Air Terjun Toroan, Hutan Nepa, dan Makam Ratu Ibu, semua objek ini memiliki berbagai keunikan tersendiri dan semua objek ini dapat dinikmati oleh wisatawan, namun peneliti memfokuskan salah satu wisata alam yang ada di Kabupaten Sampang yaitu wisata alam Goa Lebar. Hal ini bertujuan untuk memperkenalkan keindahan alam yang terdapat di Kabupaten Sampang kepada calon wisatawan agar tertarik untuk berkunjung dan berwisata di Goa Lebar.

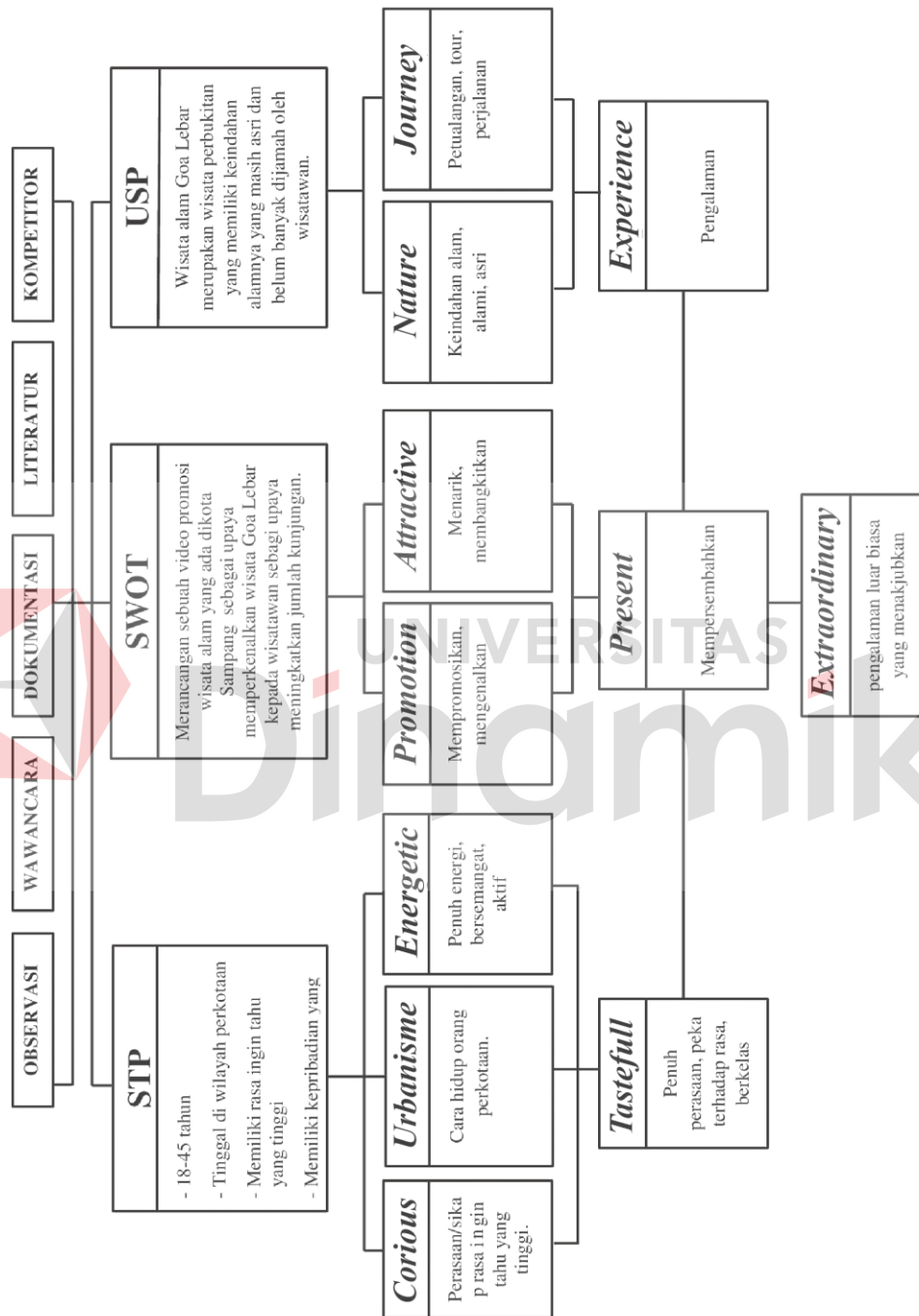
4.2.6 Analisa SWOT

Analisa SWOT merupakan metode prancangan strategis dengan mengevaluasi (*strength*) kekuatan, (*weakness*) kelemahan, (*opportunity*) peluang, (*threat*) ancaman, dengan tujuan untuk membantu dalam peancangan video promosi wisata alam Goa Lebar di Kabupaten Sampang Madura. 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 Wisata Alam Goa Lebar

<div>Internal (S-W)</div> <div>Ekternal (O-T)</div>	Strength <ul style="list-style-type: none"> - Kota Sampang memiliki banyak objek wisata alam yang dapat dinikmati oleh wisatawan yang berkunjung, terutama di wisata alam Goa Lebar. - Terdapat view yang menarik dan belum banyak diketahui oleh wisatawan. 	Weakness <ul style="list-style-type: none"> - Kurangnya media pendukung seperti video promosi yang memperkenalkan wisata alam Goa Lebar.
Opportunity <ul style="list-style-type: none"> - Beberapa masyarakat kota Sampang bersedia untuk membantu pengunjung menjelajahi lokasi wisata alam Goa Lebar. - Adanya dukungan dari pemerintah Kabupaten Sampang untuk mengembangkan dan melestarikan wisata alam Goa Lebar. 	S-O <ul style="list-style-type: none"> - Adanya dukungan dari masyarakat dan pemerintah Kabupaten Sampang untuk mengembangkan dan melestarikan serta memperkenalkan kepada wisatawan yang berkunjung. 	W-O <ul style="list-style-type: none"> - Meskipun adanya dukungan dari pemerintah Kabupaten Sampang untuk mengembangkan wisata alam Goa Lebar akan tetapi sarana dan prasarana belum cukup memadai.
Threat <ul style="list-style-type: none"> - Terdapat beberapa objek yang menarik di dalam Goa Lebar dan belum banyak yang menjamah tempat tersebut. 	S-T <ul style="list-style-type: none"> - Dengan dibuatnya perancangan video promosi yang menarik dapat memperkenalkan objek-objek wisata terutama wisata alam Goa Lebar. 	W-T <ul style="list-style-type: none"> - Dengan dibuatnya media promosi wisata alam Goa Lebar yang mendukung dalam upaya meningkatkan pengunjung.
Strategi Utama : Merancangan sebuah video promosi wisata alam yang ada di kota Sampang sebagai upaya memperkenalkan wisata Goa Lebar kepada wisatawan sebagai upaya meningkatkan jumlah kunjungan.		

4.2.7 Keyword



Bagan 4.1 *Keyword* Wisata Alam Goa Lebar

4.2.8 Deskripsi Konsep

Berdasarkan *keyword* yang dirancang maka konsep yang pakai dalam perancangan video promosi wisata alam Goa Lebar ini adalah “*extraordinary*”. *Extraordinary* sendiri merupakan kata kunci yang mewakili dari *keyword communicattion messages* 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 wisata alam Goa Lebar digambarkan sebagai wisata yang memberikan pengalaman yang menakjubkan dan luar biasa kepada wisatawan yang mengunjungi wisata alam Goa Lebar.

4.3 Perancangan Karya

4.3.1 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 wisata alam Goa Lebar. Dalam video tersebut akan memperlihatkan panorama keindahan alam seperti pemandangan kota Sampang, patung Sakera di pintu masuk, patung naga, tebing goa, dan pemukiman warga sekitar yang diambil dari atas menggunakan drone.

4.3.2 Strategi Kreatif

Perancangan Video Promosi Wisata Alam Goa Lebar Di Kabupaten Sampang Madura Sebagai Upaya Meningkatkan Pengunjung memerlukan sebuah strategi kreatif untuk mendapatkan ide dan langkah yang cermat untuk berupaya mencapai sasaran yaitu meningkatkan kesadaran wisatawan untuk meningkatkan jumlah pengunjung.

1. *Synopsis*

Kabupaten Sampang merupakan kota yang terletak di pulau Madura yang bersebrangan dengan kota Surabaya. Kabupaten Sampang yang terdapat berbagai macam destinasi wisata alam, mulai dari perbukitan, pantai, peninggalan sejarah, kraton dan masih banyak lainnya. Di titik kota Sampang terdapat destinasi wisata yang belum banyak di ketahui dan dijamah oleh wisatawan yaitu Goa Lebar. Goa Lebar tersebut merupakan kawasan Goa yang menjorok ke dalam tanah yang memiliki kedalaman sekitar kurang lebih 100 meter yang berada pada ketinggian 500 meter dari atas permukaan laut. Goa lebar ini juga memiliki ciri khas yaitu gua berdinding tebing dengan jenis batu kapur berupa bata putih. Pada destinasi tersebut wisatawan yang berkunjung dapat menikmati keindahan yang ada di dalam Goa Lebar dan dapat menikmati keindahan kota Sampang dari atas goa.



UNIVERSITAS
Dinamika

2. *Soryline*

Tabel 4.2 *Storyline* Wisata Alam Goa Lebar

No	Shoot size	Video	Lokasi	Audio
1	EWS	Memperlihatkan panorama keindahan Goa Lebar dan pemukiman kota Sampang	Wisata Goa Lebar	FRAMELENS – Senyawa Alam
2	CU	Gapura wisata Goa Lebar Kabupaten Sampang	Wisata Goa Lebar	FRAMELENS – Senyawa Alam
3	EWS	Pengambilan objek kota Sampang menggunakan drone	Objek Kota Sampang	FRAMELENS – Senyawa Alam
4	LS	Pintu masuk Goa Lebar	Wisata Goa Lebar	FRAMELENS – Senyawa Alam
5	CU	Patung Sakera di pintu masuk	Wisata Goa Lebar	FRAMELENS – Senyawa Alam
6	FE	Pengambilan gambar dinding goa di pintu masuk	Wisata Goa Lebar	FRAMELENS – Senyawa Alam
7	CU	Patung Naga di pintu masuk	Wisata Goa Lebar	FRAMELENS – Senyawa Alam
8	LS	Tangga masuk dalam Goa Lebar	Wisata Goa Lebar	FRAMELENS – Senyawa Alam
9	FE	Patung Naga di dalam Goa Lebar	Wisata Goa Lebar	FRAMELENS – Senyawa Alam
10	BE	Pengambilan gambar Goa Lebar dari tampak atas	Wisata Goa Lebar	FRAMELENS – Senyawa Alam
11	BE	Pengambilan gambar dinding goa dari atas	Wisata Goa Lebar	FRAMELENS – Senyawa Alam
12	EWS	Memperlihatkan pesona Goa Lebar dan pemukiman sekitar	Wisata Goa Lebar	FRAMELENS – Senyawa Alam
13	EWS	View kota Sampang	Objek Kota Sampang	FRAMELENS – Senyawa Alam

3. Storyboard



Scene 1.

Keterangan pengambilan gambar:
Memperlihatkan panorama keindahan Goa Lebar dan pemukiman kota Sampang.

Gerakan kamera: Maju kedepan menggunakan drone

Durasi: 16 detik

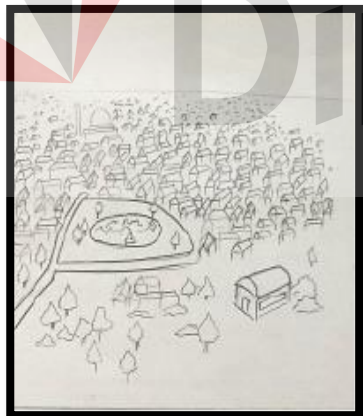


Scene 2.

Keterangan pengambilan gambar:
Memperlihatkan Gapura wisata Goa Lebar Kabupaten Sampang.

Gerakan kamera: bergerak ke samping menggunakan stabilizer

Durasi: 12 detik

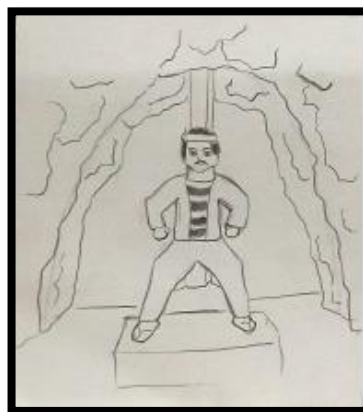


Scene 3.

Keterangan pengambilan gambar:
Memperlihatkan objek wisata Goa Lebar yang dikelilingi pemukiman.

Gerakan kamera: maju kedepan menggunakan drone

Durasi: 16 detik



Scene 4.

Keterangan pengambilan gambar:
Memperlihatkan pintu masuk wisata alam Goa Lebar

Gerakan kamera: bergerak ke samping kanan menggunakan stabilizer

Durasi: 4 detik



Scene 5.

Keterangan pengambilan gambar:

Memperlihatkan patung Sakera yang terdapat di pintu masuk wisata alam Goa Lebar.

Gerakan kamera: bergerak mengelilingi objek menggunakan stabilizer

Durasi: 32 detik



Scene 6.

Keterangan pengambilan gambar:

Memperlihatkan tebing Goa yang terdapat lubang diatas pintu masuk yang dapat melihat langit.

Gerakan kamera: memutari objek dengan tehnik frog eye menggunakan stabilizer

Durasi: 13 detik



Scene 7.

Keterangan pengambilan gambar:

Memperlihatkan patung naga yang terdapat di pintu masuk.

Gerakan kamera: mengelilingi objek dengan menggunakan stabilizer

Durasi: 6 detik



Scene 8.

Keterangan pengambilan gambar:

Pengambilan gambar tangga masuk wisata alam Goa Lebar.

Gerakan kamera: maju kedepan menggunakan stabilizer

Durasi: 14 detik

**Scene 9.****Keterangan pengambilan gambar:**

Memperlihatkan patung naga yang terdapat di dalam wisata alam Goa Lebar.

Gerakan kamera: bergerak kesamping kanan menggunakan stabilizer

Durasi: 14 detik

**Scene 10.****Keterangan pengambilan gambar:**

Memperlihatkan suasana objek didalam wisata alam Goa Lebar.

Gerakan kamera: memutari objek dengan menggunakan tehnik *angel eye* dengan menggunakan drone

Durasi: 29 detik

**Scene 11.****Keterangan pengambilan gambar:**

Memperlihatkan suasana objek wisata Goa Lebar dan tebing-tebing goa.

Gerakan kamera: bergerak ke samping kiri dengan menggunakan drone

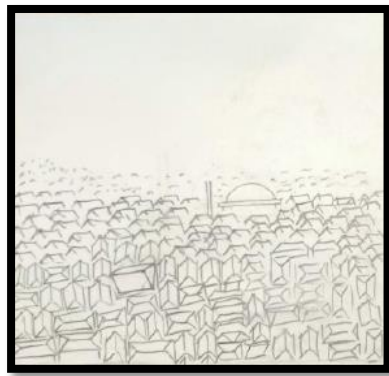
Durasi: 28 detik

**Scene 12.****Keterangan pengambilan gambar:**

Memperlihatkan suasana objek wisata Goa Lebar dan pemukiman warga setempat.

Gerakan kamera: bergerak ke samping dengan menggunakan drone

Durasi: 18 detik

**Scene 13.****Keterangan pengambilan gambar:**

Memperlihatkan suasana objek kota Sampang.

Gerakan kamera: mau kedepan dengan menggunakan drone

Durasi: 24 detik

Gambar 4.6 *Storyboard* scene 1 – 13

4. Pengambilan Gambar

Pengambilan gambar pada video ini dilakukan di wisata alam Goa Lebar dan pemukiman sekitar agar dapat merduking tercapainya pesan yang ingin disampaikan kepada *audience*. Lokasi yang digunakan saat pengambilan gambar Perancangan Video Promosi Wisata Alam Goa Lebar Di Kabupaten Sampang Madura Sebagai Upaya Meningkatkan Pengunjung yaitu di titik kota Sampang yang bersebelahan dengan alun-alun. Selain lokasi tersebut pada saat pengambilan gambar menggunakan beberapa alat seperti kamera, drone, tripod, dan stabilyzer.

5. Tipografi

Tipografi yang digunakan dalam video promosi Sambang Segoro adalah *font* berjenis *Times New Roman* dan *Arial* yang memiliki *stroke* yang rendah dan agar mudah dibaca oleh *audience* dikarenakan bersifat memberikan informasi.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890 !@#\$%^&*()_~:;'",.,?

Gambar 4.7 Tipografi *Arial*

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 1234567890 !@#\$%^&*()_~:;'",.?

Gambar 4.8 Tipografi *Times New Roman*

6. Warna

Warna merupakan salah satu element yang dapat memberikan ataupun dapat menyampaikan pesan yang akan disampaikan, pada perancangan video promosi wisata alam Goa Lebar 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*.



Gambar 4.9 *Color image scale*

Sumber : *Color Harmony*

Dari ke lima warna di atas adalah warna yang termasuk dalam *regal* berdasarkan teori buku *Martha Gill* yang berjudul *Color Harmony*.

4.4 Implementasi Video



Gambar 4.10 *Scene 1*

Scene 1 memperlihatkan gambat landscape dengan tehnik pengambilan gambar *extrime wide shot* (EWS) wisata alam Goa Lebar dan pemukiman warga sekitar yang terletak di titik kota Sampang yang terlihat pada gambar di atas, dan dengan keadaan alamnya yang masih alami dan banyak pemukiman warga maka pengambilan gambar pada siang hari menggunakan drone maju ke arah objek wisata dan dengan perlahan tag line muncul.

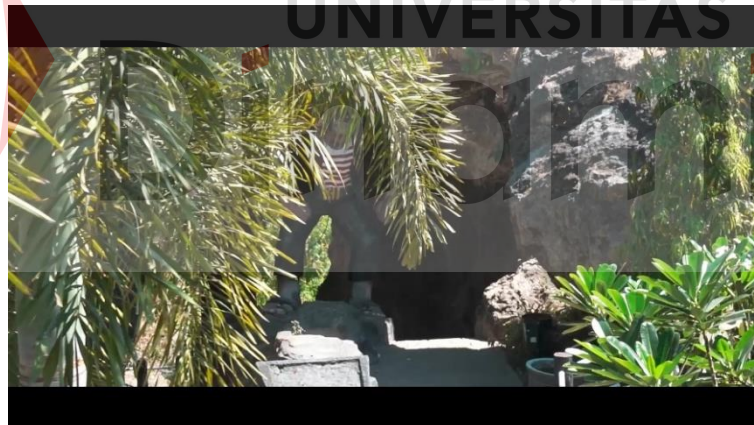


Gambar 4.11 *Scene 2*

Scene 2 memperlihatkan gambar landscape dengan tehnik pengambilan gambar *close up* (CU) yang memperlihatkan papan nama wisata alam Goa Lebar dengan menggunakan alat stabilizer yang bergerak ke samping.

Gambar 4.12 *Scene 3*

Scene 3 memperlihatkan gambar landscape dengan menggunakan teknik *extreme wide shot* (EWS) yang memperlihatkan keindahan kota Sampang dan objek wisata alam Goa Lebar yang di ambil dengan menggunakan drone pada siang hari.

Gambar 4.13 *Scene 4*

Scene 4 memperlihatkan akses pintu masuk utama kedalam wisata alam Goa Lebar dengan menggunakan teknik pengambilan gambar *long shot* (LS) yang terdapat patung Sakera dan di kelilingi batu kapur. Pengambilan gambar menggunakan alat stabilizer supaya hasil lebih sempurna.

Gambar 4.14 *Scene 5*

Scene 5 memperlihatkan gambar landscape patung Sakera yang terdapat di pintu masuk wisata alam Goa Lebar dengan menggunakan tehnik pengambilan gambar *close up* (CU) yang bergerak ke samping. Pengambilan gambar menggunakan alat stabilizer.

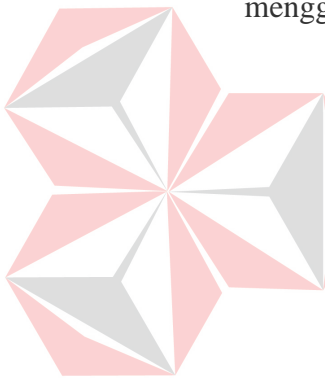
Gambar 4.15 *Scene 6*

Scene 6 memperlihatkan landscape dinding Goa yang terdapat lubang menembus langit yang ada di pintu masuk dengan tehnik pengambilan gambar *frog eye* (FE) yang bergerak memutari lubang dengan menggunakan alat stabilizer supaya mendapatkan hasil gambar yang maksimal.



Gambar 4.16 *Scane 7*

Scane 7 memperlihatkan gambar landscape patung naga yang terdapat di pintu masuk Goa Lebar dengan pengambilan gambar *close up* (CU) dengan menggunakan stabilizer yang bergerak ke samping



Gambar 4.17 *Scane 8*

Scene 8 memperlihatkan gambar landscape tangga masuk utama kedalam wisata alam Goa Lebar dengan menggunakan tehnik pengambilan gambar *long shot* (LS) yang bergerak kedepan dengan pengambilan gambar menggunakan alat stabilizer.

Gambar 4.18 *Scene 9*

Scene 9 memperlihatkan gambar landscape patung naga yang terdapat di dalam objek wisata alam Goa Lebar dengan menggunakan tehnik pengambilan gambar *frog eye* (FE) yang bergerak kesamping kanan dengan menggunakan alat stabilizer.

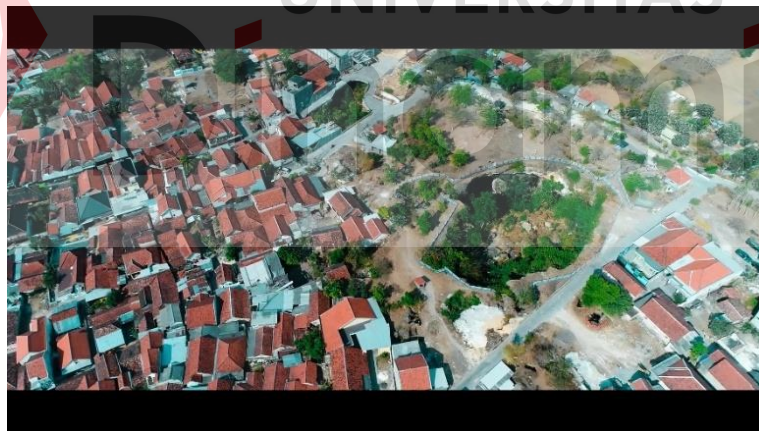
Gambar 4.19 *Scene 10*

Scene 10 memperlihatkan keindahan wisata alam Goa Lebar yang terdapat didalam wisata tersebut yang masih belum banyak diketahui oleh wisatawan. Pada tehnik pengambilan gambar diatas yaitu menggunakan tehnik *bird eye* (BE) dengan pengambilan gambar dari tampak atas dengan menggunakan drone.



Gambar 4.20 *Scene 11*

Scene 11 memperlihatkan keindahan dinding Goa yang terdapat didalam objek wisata tersebut yang di penuhi oleh tanaman. Pada tehnik pengambilan gambar tersebut menggunakan tehnik *bird eye* (BE) dengan pengambilan gambar dari tampak atas dengan menggunakan drone.



Gambar 4.21 *Scene 12*

Scene 12 memperlihatkan gambar landscape keindahan objek wisata alam Goa Lebar yang dikelilingi oleh pemukiman warga. Pada tehnik pengambilan gambar tersebut menggunakan tehnik *bird eye* (BE) dengan pengambilan gambar dari tampak atas dengan menggunakan drone.



Gambar 4.22 *Scene 13*

Scene 13 memperlihatkan gambar landscape keindahan kota sampang yang yang terdapat disekitar objek wisata Goa Lebar diambil menggunakan drone dengan tehnik pengambilan gambar menggunakan tehnik *bird eye* (BE).

4.5 Perencanaan Media Pendukung

4.5.1 Tujuan Media

Media memiliki sebuah pesan yang bertujuan untuk menyampaikan info atau hal baru kepada *audience*. Agar dapat menyampaikan tujuan tersebut dibutuhkan sebuah media pendukung seperti Video youtube, Brosur, X-banner, dan *merchandise* berupa kaos, gantungan kunci, dan *note book*.

4.5.2 Strategi Media Pendukung

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

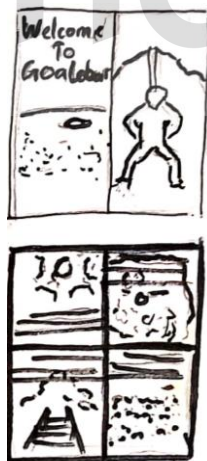
1. Media Sosial Youtube

Youtube merupakan media sosial yang banyak digunakan 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 untuk memberikan informasi kepada pengguna sosial media lain nya. Media sosial kebanyakan digunakan untuk melakukan ajang promosi dikarenakan tidak perlu mengeluarkan biaya yang terlalu mahal bahkan gratis. Maka dari itu video promosi wisata alam Goa Lebar akan diposting di dalam media sosial berupa youtube.

2. Brosur

Brosur merupakan 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 tentang wisata alam Goa Lebar yang dapat dinikmati oleh wisatawan dan juga terdapat foto dari objek-objek tersebut. Untuk penempatan medianya sendiri, brosur akan di tempatkan di sekitar kota Sampang dan kantor Dinas Pariwisata Kabupaten Sampang Madura untuk dapat memberikan informasi kepada calon wisatawan tentang adanya objek wisata Goa Lebar. Ukuran brosur A4 yang dilipat menjadi dua bagian dan bolak balik.



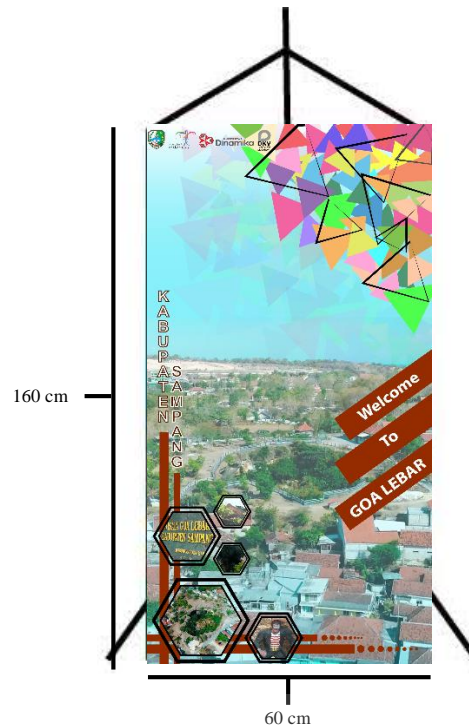


Gambar 4.23 Brosur

3. X-banner

X-banner Sama halnya dengan brosur yang digunakan untuk menarik wisatawan dan memasarkan wisata alam Goa Lebar pada saat acara tertentu seperti pameran *x-banner* yang menampilkan informasi dan memberikan perhatian kepada *audience* untuk mendekat.





Gambar 4.24 x-banner

4. Merchandise

a. T-shirt

Merchandise yang pertama yaitu berupa *t-shirt* yang memiliki tujuan untuk setiap wisatawan yang mengunjungi wisata alam Goa Lebar akan diberikan satu buah *T-shirt* dengan ukuran orang dewasa dan anak-anak dengan usia 4-16 tahun sebagai hadiah kenang-kenangan. *T-shirt* akan bersablonkan background Goa Lebar dan terdapat tag line *Welcome To Goa Leba* pada bagian belakang kaos.



Gambar 4.25 *t-shirt*

b. Gantungan Kunci

Merchandise yang kedua yaitu berupa gantungan kunci dengan ukuran 5cm x 5cm yang memiliki tujuan sama dengan *T-shirt* yang akan diberikan kepada setiap wisatawan yang mengunjungi wisata alam Goa Lebar.



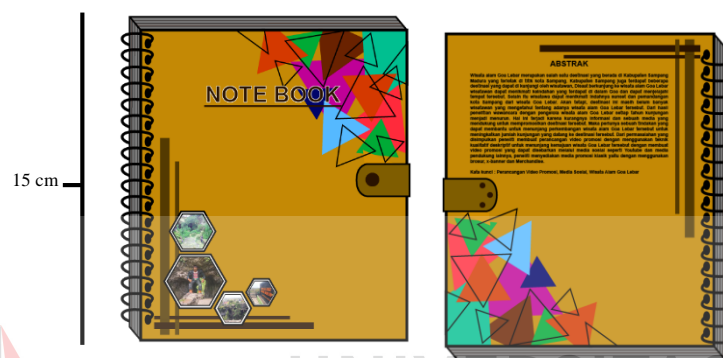
Gambar 4.26 Sketsa gantungan kunci

c. *Note book*

Merchandise yang ke tiga yaitu berupa *note book* dengan ukuran 15cm x 15cm yang memiliki tujuan sama dengan *T-shirt* dan gantungan kunci yang akan diberikan kepada setiap wisatawan yang wisata alam Goa Lebar.



15 cm



15 cm

Gambar 4.27 *note book*

UNIVERSITAS
Dinamika

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan permasalahan yang dibahas oleh peneliti mengenai perancangan video promosi wisata alam Goa Lebar di Kabupaten Sampang Madura sebagai upaya meningkatkan pengunjung ini dapat disimpulkan bahwa :

Dalam perancangan video promosi wisata alam Goa Lebar di Kabupaten Sampang Madura sebagai upaya meningkatkan pengunjung ini diharapkan masyarakat kota Sampang dan penduduk sekitar objek wisata dapat membantu meningkatkan pengelolaan industri pariwisata dan dapat mengimplementasikan upaya untuk meningkatkan pengunjung wisata alam Goa Lebar. Konsep dari perancangan video promosi wisata alam Goa Lebar di Kabupaten Sampang Madura sebagai upaya meningkatkan pengunjung adalah *"Extraordinary"*. *"Extraordinary"* merupakan kata kunci yang mewakili dari keyword *communicattion messages* yang terdiri dari hasil obeservasi, wawancara, dokumentasi, dan studi literatur.

Terdapat banyak objek-objek wisata alam yang belum banyak diketahui oleh wisatawan luar maupun dalam negeri yang terdapat di Kabupaten Sampang Madura terutama wisata alam Goa Lebar karena minimnya informasi yang memuat tentang wisata di Kabupaten Sampang, tidak hanya itu kurangnya media promosi yang mendukung untuk mempromosikan wisata alam Goa Lebar. Maka dari itu peneliti menggunakan media promosi untuk menambah wawasan dan upaya untuk mendukung dalam perancangan video promosi ini berupa video promosi yaitu media sosial (*Youtube*), brosur, *x-banner*, dan *merchandise*.

Pada video promosi ini, peneliti memperlihatkan keindahan objek yang dapat dinikmati wisatawan saat berkunjung ke wisata alam Goa Lebar seperti dinding goa, pemandangan kota Sampang, keindahan didalam Goa Lebar, dan dapat menikmati keindahan sunset. Selain itu, wisatawan yang berkunjung ke Goa Lebar dapat menjelajahi keindahan yang terdapat didalam Goa Lebar yang belum banyak diketahui oleh wisatawan.

5.2 Saran

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan dan telah ditarik kesimpulan mengenai perancangan video promosi wisata alam Goa Lebar di Kabupaten Sampang Madura sebagai upaya meningkatkan pengunjung telah memiliki beberapa saran yang dapat menjadi sebuah pertimbangan bagi peneliti supaya agar lebih baik lagi, yaitu sebagai berikut :

1. Dalam perancangan tugas akhir ini yang berjudul perancangan video promosi wisata alam Goa Lebar di Kabupaten Sampang Madura sebagai upaya meningkatkan pengunjung ini dapat memiliki manfaat untuk peneliti dan Destinasi.
2. Pihak dari Disporabudpar dan masyarakat kota Sampang juga membantu untuk melakukan kegiatan promosi ke berbagai media sosial supaya agar dapat menarik wisatawan dari dalam negeri atau luar negeri.
3. Kepada pihak Disporabudpar juga membantu untuk menambahkan beberapa fasilitas yang sudah disediakan supaya wisatawan yang berkunjung dapat menikmati wisata alam Goa Lebar.
4. Diharapkan kepada wisatawan yang berkunjung ke wisata alam Goa Lebar tetap menjaga kebersihan dengan membuang sampah pada tempatnya yang sudah disediakan supaya kelestarian alamnya untuk tetap terjaga dan memberikan kesan bersih dan alami terhadap objek wisata Goa Lebar

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Dari Buku:

- Ayuningtyas, Melvy. 2011. *Ngedit Video. Step by Step Menjadi Editing Profesional*, Niaga Swadaya, Jakarta.
- Alma, Buchari. 2013. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- A.J. Muljadi, (2009: 9). *Kepariwisata dan Perjalanan*. Jakarta. Penerbit: PT RajaGrafindo Persada.
- Binanto, Iwan (2010). *Multimedia Digital – Dasar Teori dan Pengembangannya*. Yogyakarta: Andi.
- Departemen Pendidikan Nasional. 1995. *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Agama.
- Fandeli, C. 2001. *Dasar-Dasar Manajemen Kepariwisata Alam*. Yogyakarta: Liberty.
- Flew, Terry. 2002. *New Media: An Introduction*. UK: Oxford University Press.
- Hamidi. 2005. *Metode Penelitian Kualitatif: Aplikasi Praktis Pembuatan Proposal Dan Laporan Penelitian*. Malang: UMM PRESS
- Hunziker dan Kraft. (2012). *Definisi Pariwisata*
- Kusrianto. Adi, *Pengantar Desain Komunikasi Visual*, Yogyakarta, Andi
- Meleong, Lexy. (2005). *Metodelogi Penelitian Kualitatif*. PT. Remaja Rosdakarya.
- Suyitno. (2001). *Perencanaan Wisata*. Yogyakarta: Kanisius.
- Sugiyono, 2009, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung : Alfabeta.
- Cubitt, S. 1993, *Videography: Video Media As Art And Culture*. Melbourne: Pelgrave Macmillan
- Zimmerer, Thomas W. dan Norman Scarborough. 2008. *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil*. Jakarta: Salemba Empat.

Jurnal:

S, Ryan Bintang, 2019. Perancangan Video Promosi Sambang Segoro Desa Pujiharjo Kabupaten Malang Sebagai Upaya Meningkatkan Jumlah Kunjungan Wisatawan

T, Alpha Dian, 2018. Perancangan Candi-Candi Di Trowulan Sebagai Upaya mengenalkan Wisata Sejarah Mojokerto

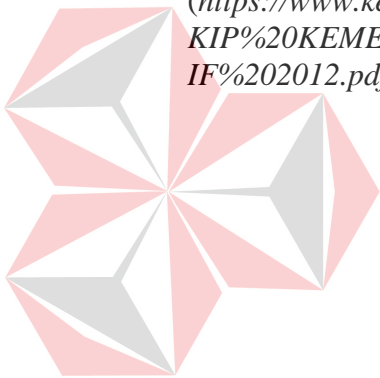
Sumber Internet:

(<https://jdih.kemenkeu.go.id/fullText/2009/10TAHUN2009UU.HTM>).

Diakses pada tanggal 2 Mei 2020

(<http://jdih.baliprov.go.id/uploads/produk-hukum/peraturan/1990/UU/uu-9-1990.pdf>). Diakses pada tanggal 17 Desember 2020

(https://www.kemenparekraf.go.id/asset_admin/assets/uploads/media/old_file/LAKIP%20KEMENTERIAN%20PARIWISATA%20DAN%20EKONOMI%20KREATIF%202012.pdf). Diakses pada tanggal 17 Desember 2020



UNIVERSITAS
Dinamika