



**PERANCANGAN VIDEO PROMOSI WISATA ALAM
WADUK TANJUNGAN DI KABUPATEN MOJOKERTO
SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN PENGUNJUNG**

TUGAS AKHIR



Oleh:

**Mokhammad Fatih Rizqoni
18420100060**

**FAKULTAS DESAIN DAN INDUSTRI KREATIF
UNIVERSITAS DINAMIKA
2022**

**PERANCANGAN VIDEO PROMOSI WISATA ALAM
WADUK TANJUNGAN DI KABUPATEN MOJOKERTO
SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN PENGUNJUNG**

TUGAS AKHIR

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



Oleh:

**Nama : Mokhammad Fatih Rizqoni
NIM : 18420100060
Program Studi : S1 Desain Komunikasi Visual**

FAKULTAS DESAIN DAN INDUSTRI KREATIF

UNIVERSITAS DINAMIKA

2022

TUGAS AKHIR

PERANCANGAN VIDEO PROMOSI WISATA ALAM WADUK TANJUNGAN DI KABUPATEN MOJOKERTO SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN PENGUNJUNG

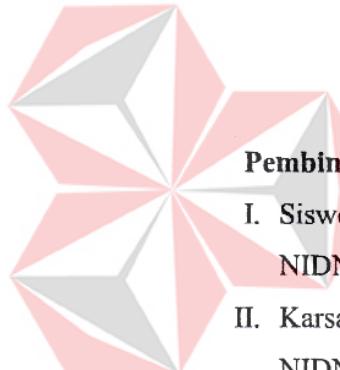
Dipersiapkan dan disusun oleh

Nama: Mokhammad Fatih Rizqoni

NIM: 18420100060

Telah diperiksa, diuji dan disetujui oleh Dewan Pengaji

Pada: 12 Januari 2022



Pembimbing:

- I. Siswo Martono, S.Kom., M.M.
NIDN: 0726027101
II. Karsam, MA., Ph.D.
NIDN: 0705076802

Susunan Dewan Pengaji

Digitally signed by
Universitas
Dinamika
Date: 2022.01.18
20:48:46 +07'00'

Digitally signed by
Universitas Dinamika
Date: 2022.01.15
18:57:08 +07'00'

Pengaji:

- Darwin Yuwono Riyanto M.Med.Kom.,ACA
NIDN: 0716127501

Digitally signed
by Universitas
Dinamika
Date: 2022.01.19
08:45:19 +07'00'

Tugas Akhir ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan

Untuk memperoleh gelar sarjana

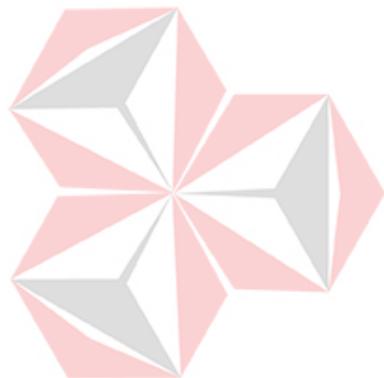
Digitally signed by
Universitas Dinamika
Date: 2022.01.20
09:59:12 +07'00'

Karsam, MA., Ph.D

NIDN: 0705076802

Dekan Fakultas Desain dan Industri Kreatif
UNIVERSITAS DINAMIKA

LEMBAR MOTTO



UNIVERSITAS
Dinamika
“Tetap bersyukur bagaimanapun keadaannya”

LEMBAR PERSEMBAHAN



“Laporan ini peneliti persembahkan untuk kedua orang tua dan semua orang yang terlibat dalam pembuatan laporan Tugas Akhir ini”

UNIVERSITAS
Dinamika

SURAT PERNYATAAN
PERSETUJUAN PUBLIKASI DAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Sebagai mahasiswa **Universitas Dinamika**, Saya:

Nama : **Mokhammad Fatih Rizqoni**
NIM : **18420100060**
Program Studi : **S1 Desain Komunikasi Visual**
Fakultas : **Fakultas Desain dan Industri Kreatif**
Jenis Karya : **Tugas Akhir**
Judul Karya : **PERANCANGAN VIDEO PROMOSI WISATA ALAM
WADUK TANJUNGAN DI KABUPATEN
MOJOKERTO SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN
PENGUNJUNG**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa:

1. Demi pengembangan Ilmu Pengetahuan, Teknologi dan Seni, Saya menyetujui memberikan kepada **Universitas Dinamika** 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 hasil karya asli Saya, bukan plagiat baik sebagian maupun keseluruhan. Kutipan, karya, atau pendapat orang lain yang ada dalam karya ilmiah ini semata-mata hanya sebagai rujukan yang dicantumkan dalam Daftar Pustaka Saya.
3. Apabila dikemudian hari ditemukan dan terbukti terdapat tindakan plagiasi pada karya ilmiah ini, maka Saya bersedia untuk menerima pencabutan terhadap gelar kesarjanaan yang telah diberikan kepada Saya.

Surabaya, 14 Januari 2022



Mokhammad Fatih Rizqoni
NIM: 18420100060

ABSTRAK

Wisata alam Waduk Tanjungan merupakan salah satu destinasi yang berada di Desa Tanjungan Kecamatan Kemlagi Kabupaten Mojokerto. Kabupaten Mojokerto juga terdapat banyak destinasi wisata alam yang dapat dikunjungi wisatawan, Pada saat berkunjung ke wisata alam Waduk Tanjungan wisatawan diperlihatkan dengan keindahan alam yang asri dan sejuk. Selain itu wisatawan juga dapat menikmati beberapa spot selfie unik yang berada di sekitar Waduk Tanjungan. Akan tetapi, wisata alam Waduk Tanjungan masih belum banyak diketahui oleh wisatawan dari luar kota. Dari hasil wawancara dengan pengelola Waduk Tanjungan, beberapa tahun ini kunjungan di Waduk Tanjungan di karenakan adanya perselisihan antara pihak desa dengan pemerintah pusat, sehingga Waduk Tanjungan menjadi terlantar. Turunnya jumlah pengunjung juga dikarenakan belum adanya media promosi yang berfungsi untuk mempromosikan Waduk Tanjungan. Oleh karena itu, perlu dilakukan tindakan yang lebih maju untuk membantu mendukung pengembangan waduk dan meningkatkan jumlah wisatawan yang berkunjung ke Waduk Tanjungan. Dari permasalahan ini, peneliti membuat perancangan video promosi Waduk Tanjungan untuk meningkatkan pengunjung. Tujuan dari perancangan ini yaitu untuk memberitahu ke masyarakat luas tentang Waduk Tanjungan. Metode yang digunakan yaitu metode deskriptif kualitatif. Hasil dari penelitian ini berupa video promosi wisata alam Waduk Tanjungan yang di *upload* di media sosial seperti Youtube, Instagram, TikTok, dan media pendukung lainnya, dengan menggunakan brosur, *x-banner*, dan *merchandise*.

Kata kunci: *Video promosi, Waduk Tanjungan, Media Sosial.*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat dan rahmatNya peneliti dapat menyelesaikan Laporan Tugas Akhir yang berjudul “Perancangan Video Promosi Wisata Alam Waduk Tanjungan di Kabupaten Mojokerto sebagai upaya meningkatkan pengunjung”.

Melalui kesempatan ini, peneliti menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu penyelesaian Laporan Tugas Akhir ini, terutama kepada:

1. Allah SWT yang senantiasa memberikan perlindungan, kemudahan, rahmat, dan rezeki serta hidayahNya.
2. Kedua orang tua peneliti yang selalu mendukung, memberi motivasi dan mendoakan yang terbaik untuk menyelesaikan Laporan Tugas Akhir ini.
3. Bapak Siswo Martono, S.Kom., M.M. selaku dosen pembimbing I yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan sarannya dalam mengerjakan Laporan Tugas Akhir ini.
4. Bapak Karsam, MA., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Desain dan Industri Kreatif Universitas Dinamika dan selaku dosen pembimbing 2.
5. Bapak Darwin Yuwono Riyanto M.Med.Kom., ACA selaku dosen penguji.
6. Seluruh Bapak dan Ibu dosen S1 Desain Komunikasi Visual yang sudah memberi saran, mengajarkan, dan membantu dalam proses kegiatan pembelajaran pada seluruh mata kuliah S1 Desain Komunikasi Visual. Semoga ilmu yang telah diajarkan dapat bermanfaat di masa yang akan datang dan dapat menjadi bekal peneliti untuk menuju kesuksesan.
7. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu dalam kesempatan ini, yang telah memberikan bantuan moral materiil dalam proses penyelesaian proposal ini.

Akhir kata, peneliti memohon maaf apabila terdapat kesalahan kata-kata yang kurang berkenan terimakasih.

Mojokerto, 12 Januari 2022

Peneliti

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Batasan Masalah.....	4
1.4 Tujuan.....	4
1.5 Manfaat Perancangan	4
BAB II LANDASAN TEORI	5
2.1 Penelitian Terdahulu	5
2.2 Kabupaten Mojokerto.....	6
2.3 Desa Tanjungan.....	6
2.4 Media Promosi	6
2.4.1 Media.....	6
2.4.2 Promosi	6
2.4.3 Media Promosi	7
2.4.4 Tujuan Promosi	7
2.4.5 Jenis Media Promosi	7
2.5 Video	7
2.5.1 Jenis Video	8
2.5.2 <i>Editing</i>	8
2.5.3 Jenis-Jenis <i>Editing</i>	8
2.6 Video Promosi.....	9
2.7 Storyboard	9
2.8 Sudut Pengambilan Gambar.....	9
2.9 Warna	12
2.10 <i>Typography</i>	12
BAB III METODE PENELITIAN	13
3.1 Jenis Penelitian	13

3.2 Objek Penelitian	13
3.3 Subjek Penelitian	13
3.4 Lokasi Penelitian	14
3.5 Teknik Pengumpulan Data	14
3.5.1 Observasi	14
3.5.2 Wawancara	14
3.5.3 Dokumentasi	15
3.5.4 Studi Literatur	15
3.6 Teknik Analisis Data	15
3.6.1 Reduksi Data	15
3.6.2 Penyajian Data	16
3.6.3 Penarikan Kesimpulan	16
3.7 Alur Pembuatan Video	16

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN 17

4.1 Hasil Pengumpulan Data	17
4.1.1 Hasil Observasi	17
4.1.2 Hasil Wawancara	18
4.1.3 Hasil Dokumentasi	20
4.1.4 Studi Literatur	24
4.2 Analisa Data	24
4.2.1 Reduksi Data	24
4.2.2 Penyajian Data	25
4.2.3 Kesimpulan	26
4.2.4 <i>Segmentasi, Targeting, Positioning (STP)</i>	27
4.2.5 USP (<i>Unique Selling Proposition</i>)	28
4.2.6 Analisa SWOT	28
4.2.7 <i>Keyword</i>	30
4.2.8 Deskripsi Konsep	30
4.3 Perancangan Karya	30
4.3.1 Tujuan Kreatif	30
4.3.2 Strategi Kreatif	31
4.4 Implementasi Video	38

4.5 Perencanaan Media Pendukung	48
4.5.1 Tujuan Media	48
4.5.2 Strategi Media Pendukung	48
BAB V PENUTUP.....	52
5.1 Kesimpulan	52
5.2 Saran.....	53
DAFTAR PUSTAKA	54
LAMPIRAN.....	56
a. Lampiran 1 Biodata Penulis	62
b. Lampiran 2 Hasil Plagiasi	59
c. Lampiran 3 Form Bimbingan	56
d. Lampiran 4 Form Seminar	58



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Tabel Grafik	3
Gambar 2. 1 <i>Bird Eye View</i>	9
Gambar 2. 2 <i>High Angle</i>	10
Gambar 2. 3 <i>Eye Level/Normal Angle</i>	10
Gambar 2. 4 <i>Frog Eye Level</i>	11
Gambar 2. 5 <i>Low Angel</i>	11
Gambar 2. 6 Warna	12
Gambar 3. 1 Alur Pembuatan Video.....	16
Gambar 4. 1 Jembatan di tengah Waduk Tanjungan	20
Gambar 4. 2 Spot selfie Waduk Tanjungan	20
Gambar 4. 3 Spot selfie Waduk Tanjungan	21
Gambar 4. 4 Spot selfie Waduk Tanjungan	21
Gambar 4. 5 Kapal di Waduk Tanjungan	22
Gambar 4. 6 Spot selfie Waduk Tanjungan	22
Gambar 4. 7 Taman Bermain <i>di</i> Waduk Tanjungan	23
Gambar 4. 8 SWOT Waduk Tanjungan.....	29
Gambar 4. 9 <i>keyword</i> Wisata Alam Waduk Tanjungan.....	30
Gambar 4. 10 <i>Storyline</i>	33
Gambar 4. 11 <i>Storyboard</i>	35
Gambar 4. 12 <i>Font Milla</i>	36
Gambar 4. 13 <i>Font Poppins</i>	36
Gambar 4. 14 <i>Color image</i>	37
Gambar 4. 15 <i>Scene 1</i>	38
Gambar 4. 16 <i>Scene 2</i>	38
Gambar 4. 17 <i>Scene 3</i>	39
Gambar 4. 18 <i>Scene 4</i>	39
Gambar 4. 19 <i>Scene 5</i>	40
Gambar 4. 20 <i>Scene 6</i>	40
Gambar 4. 21 <i>Scene 7</i>	41
Gambar 4. 22 <i>Scene 8</i>	41
Gambar 4. 23 <i>Scene 9</i>	42



Gambar 4. 24 <i>Scene 10</i>	42
Gambar 4. 25 <i>Scene 11</i>	42
Gambar 4. 26 <i>Scene 12</i>	43
Gambar 4. 27 <i>Scene 13</i>	43
Gambar 4. 28 <i>Scene 14</i>	43
Gambar 4. 29 <i>Scene 15</i>	44
Gambar 4. 30 <i>Scene 16</i>	44
Gambar 4. 31 <i>Scene 17</i>	45
Gambar 4. 32 <i>Scene 18</i>	45
Gambar 4. 33 <i>Scene 19</i>	46
Gambar 4. 34 <i>Scene 20</i>	46
Gambar 4. 35 <i>Scene 21</i>	47
Gambar 4. 36 <i>Scene 22</i>	47
Gambar 4. 37 Media Pendukung – Media Promosi	48
Gambar 4. 38 Media Pendukung – Media Promosi	49
Gambar 4. 39 <i>x-banner</i>	49
Gambar 4. 40 Feeds Instagram	50
Gambar 4. 41 <i>T-shirt</i>	50
Gambar 4. 42 Gantungan Kunci	51
Gambar 4. 43 Tumbler	51

BAB I

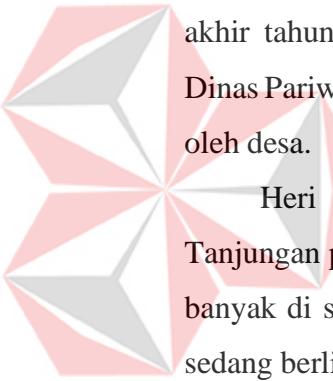
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

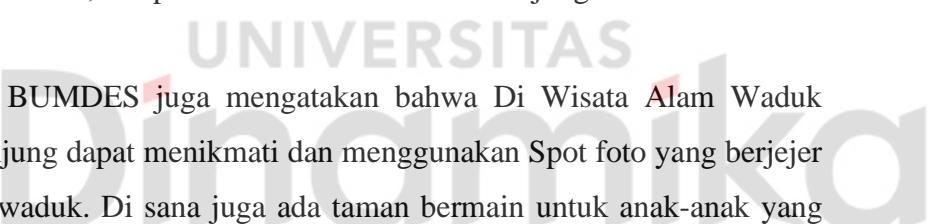
Jawa Timur mempunyai berbagai sumber daya alam yang dimana potensi pariwisata sudah tidak diragukan lagi. Pariwisata di Jawa Timur banyak dikunjungi oleh wisatawan lokal maupun internasional. Wisata di Jawa Timur sangat lengkap karena wisatawan bisa mengedukasi atau bersantai dengan mengunjungi berbagai wisata alam, antara lain wisata gunung, wisata gunung, wisata air terjun, dll. Salah satu wisata alam yang menjadi favorit wisatawan adalah Kabupaten Mojokerto, karena pariwisata di Mojokerto menyuguhkan pesona alam yang sangat indah dan asri.

Kabupaten Mojokerto mempunyai luas wilayah keseluruhan 969.360 Km² atau sekitar 2,09% dari luas Provinsi Jawa Timur. Jarak Kabupaten Mojokerto dari Bandara Internasional Juanda hanya 1 jam 8 menit, jadi tidak begitu jauh untuk wisatawan yang dari luar kota maupun luar negeri. Kabupaten Mojokerto memiliki banyak potensi alam yang sudah dikenal contohnya air terjun Dlundung, air terjun Coban Canggu, air terjun Surodadu, Watu Lumpang, Bukit Jengger, air panas Padusan Pacet dan masih banyak lagi. Namun ada tempat yang dulunya sempat viral dan ramai pada masanya sekarang tidak seramai dulu yaitu waduk Tanjungan.

Menurut hasil wawancara dengan Siswadi dan Sutrisno, beliau mengatakan, pada tahun 70 an pemerintah ingin mempunyai sebuah bendungan, kemudian di daerah Tanjungan ada lahan warga yang berukuran 29 hektar. Pada Tahun 1982 awal berdirinya atau pembuatan Waduk Tanjungan dengan anggaran dari APBD 1 dengan dana senilai kurang lebih 15 juta, dari dana tersebut dibangunlah proyek bendungan cekdam. Cekdam berbeda dengan waduk, cekdam digunakan untuk menahan sedimen lumpur agar lumpur tidak mengalir dan mencemari ke persawahan warga. Namun bangunan cekdam yang dibuat cukup besar jauh dari perkiraan awal, bangunan cekdam diperkirakan 10 tahun sudah hilang dan menjadi genangan lumpur, tetapi sampai 30 tahun tetap menjadi genangan air, akhirnya orang-orang menyebutnya waduk. Setelah setahun pembangunan Waduk



Tanjungan diresmikan pada tahun 1983, dahulu Waduk Tanjungan hanyalah waduk biasa yang digunakan untuk mengairi sawah warga Desa Tanjungan. Setelah itu ada pembangunan dan pembenahan tanggul Waduk Tanjungan, yang menjadikan Waduk Tanjungan dapat mengairi 3 Desa yang ada di wilayah Kemlagi dan 1 Desa di wilayah Jetis. Setelah berjalan selama 3 tahun Waduk Tanjungan memiliki potensi lain yaitu pariwisata, yang terkenal untuk berwisata di Kabupaten Mojokerto pada waktu itu. Pada waktu itu untuk masuk ke Wisata Alam Waduk Tanjungan tidak dikenakan biaya atau gratis. Tetapi pada tahun 90-an Waduk Tanjungan terlantar karena pengelolaannya yang berantakan, sehingga membuat Waduk Tanjungan menjadi sepi. Sekitar tahun 2005 mulai jalan kembali dan dikembangkan oleh desa dan dapat dukungan dari UBAYA. Pada tahun 2015 Pak Heri selaku BUMDES membuka Waduk Tanjungan sebagai wisata yang berbayar. Saat itu Desa juga bekerja sama juga dengan Dinas Pariwisata. Pada November akhir tahun 2020 *Memorandum of Understanding* (MoU) antara Desa dengan Dinas Pariwisata berakhir, dan pada Januari 2021 Waduk Tanjungan 100% dimiliki oleh desa.



Heri selaku BUMDES juga mengatakan bahwa Di Wisata Alam Waduk Tanjungan pengunjung dapat menikmati dan menggunakan Spot foto yang berjejer banyak di sekitar waduk. Di sana juga ada taman bermain untuk anak-anak yang sedang berlibur dengan keluarganya, tidak hanya itu di Waduk Tanjungan juga bisa digunakan sebagai tempat wisata memancing yang hanya dibuka pada hari Sabtu dan Minggu. Pengunjung juga dapat menikmati makanan tradisional yang disajikan pada beberapa tempat makan yang ada disana, misalnya Nasi Jagung. Ada pula wisata pemandian yang disediakan untuk anak-anak maupun keluarga. Yang menjadi ikonik di Waduk Tanjungan ini adalah Spot selfie dan juga wisata pemancingan, dua inilah yang dapat membedakan Waduk Tanjungan berbeda dari pada wisata alam yang lain.



Gambar 1. 1 Tabel Grafik

(Sumber: Pengurus Wisata Waduk Tanjungan, 2021)

Wisata Alam Waduk Tanjungan mengalami Naik Turun pertahun. Hal ini menyebabkan pemasukan dan pendapatan di Waduk Tanjungan menjadi berkurang. Wisata Alam Waduk Tanjungan selama ini berpromosi menggunakan fotografi melalui media internet Facebook dan Instagram.

Menurut Heri selaku kepala BUMDES penyebab terjadinya penurun pada kunjungan wisatawan ke Waduk Tanjungan salah satunya yaitu karena terjadinya kesalahpahaman antara pihak dari pengelola Desa dengan Pemerintah pusat yang mengelola Waduk Tanjungan. Sehingga dari pihak desa sepakat berhenti untuk mengelola Waduk Tanjungan untuk sementara waktu, yang mengakibatkan Waduk Tanjungan menjadi tidak terurus.

Penelitian yang dirancang bertujuan untuk meningkatkan pengunjung dengan cara membuat video promosi yang dapat dinikmati oleh banyak masyarakat.

Dari permasalahan di atas, maka peneliti mengangkat TA ini dengan judul “Perancangan Video promosi Wisata Alam Waduk Tanjungan di Kabupaten Mojokerto sebagai upaya meningkatkan pengunjung” dengan harapan agar wisata alam Waduk Tanjungan dapat menjadi ramai dan banyak dikunjungi oleh para wisatawan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah dijelaskan tersebut, maka fokus penelitian ini yaitu:

Bagaimana merancang Video promosi Wisata Alam Waduk Tanjungan di Kabupaten Mojokerto sebagai upaya meningkatkan pengunjung.

1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah penelitian ini dititikberatkan pada:

1. Video promosi ini mengangkat potensi wisata yang ada di Waduk Tanjungan Kemlagi Mojokerto antara lain, Spot selfie di Waduk Tanjungan, dan kapal wisata yang berada di Waduk Tanjungan.
2. Menggunakan media Youtube, Instagram, Tiktok, dan Merchandise.
3. Media pendukung feeds Instagram, xbanner, dan teaser video promosi

1.4 Tujuan

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Memperkenalkan salah satu tempat wisata alam di Kabupaten Mojokerto yaitu Waduk Tanjungan kepada masyarakat melalui Video.
2. Membuat video promosi wisata alam Waduk Tanjungan untuk meningkatkan wisatawan.

1.5 Manfaat Perancangan

Perancangan ini bermanfaat untuk:

1. Menambah tingkat pengunjung ke Wisata Alam Waduk Tanjungan.
2. Menjadi landasan untuk peneliti atau mahasiswa lainnya yang akan merancang sebuah video promosi untuk tempat wisata.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian ini berfokus mengutarakan tentang perancangan video promosi wisata alam Waduk Tanjungan di Kabupaten Mojokerto sebagai upaya meningkatkan wisatawan.

Dalam jurnal yang disusun oleh Larichy (2020), mahasiswa Desain Komunikasi Visual Universitas Dinamika, dengan judul riset “Perancangan video promosi Desa Wisata Conto sebagai upaya meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan”. Dalam topik ini Larichy (2020) mengulas bahwa perancangan yang berupa video dapat mempromosikan dan memperkenalkan Desa Wisata Conto dalam upaya meningkatkan jumlah wisatawan yang datang.

Perbedaan pada perancangan Larichy (2020) adalah menjadikan Desa Wisata Conto sebagai objek dari video promosi yang dibuat, sedangkan penelitian ini mengambil objek yaitu Waduk Tanjungan. Penelitian ini bertujuan untuk membantu meningkatkan kunjungan wisatawan yang berada di Kabupaten Mojokerto, serta menggali potensi wisata yang ada disana.

Pada penelitian Larichy (2020) terdapat suatu kekurangan yaitu tidak mencantumkan *output* yang akan digunakan dari hasil video promosi tersebut, dan tanpa adanya informasi dimana video promosi tersebut akan dipromosikan melalui apa, namun dari penelitian terdahulu dapat disimpulkan bahwa, membuat video promosi sebagai media promosi merupakan hal yang sangat efektif, karena dapat melihat secara langsung apa saja yang ada di tempat wisata kepada para wisatawan.

2.2 Kabupaten Mojokerto

Mojokerto adalah salah satu kabupaten yang berada di bagian tengah wilayah Provinsi Jawa Timur. Kabupaten Mojokerto memiliki titik koordinat $111^{\circ}20'13''$ s/d $111^{\circ}40'47''$ Bujur Timur dan antara $7^{\circ}18'35''$ s/d $7^{\circ}47'30''$ Lintang Selatan. Secara geografis Kabupaten Mojokerto tidak berbatasan dengan pantai, hanya berbatasan dengan wilayah kabupaten lainnya. Kabupaten Mojokerto memiliki 18 kecamatan yang terdiri dari 5 kelurahan, dan 299 desa

2.3 Desa Tanjungan

Desa Tanjungan merupakan salah satu desa yang terdapat di Kabupaten Mojokerto. Desa ini memiliki tempat wisata alam yaitu Waduk Tanjungan, Terdapat banyak wisata alam yang menarik di desa ini, salah satunya yaitu Waduk Tanjungan. Terdapat banyak makanan khas yang dihasilkan oleh Desa Tanjungan ini contohnya yaitu krupuk dan juga onde-onde.

2.4 Media Promosi

2.4.1 Media

Menurut Maimunah (2012), media merupakan fasilitas untuk memberikan informasi kepada *audience* dengan memakai bermacam unsur komunikasi grafis semacam tulisan ataupun gambaran.

Media juga merupakan saluran penyampaian pesan komersial kepada khalayak sasaran ataupun bisa dikatakan salah satu komunikasi periklanan yang dilakukan lewat saluran media tertentu, semacam tv, pesan berita, majalah, radio, internet, media luar ruang, iklan transit serta *direct mail*.

2.4.2 Promosi

Menurut Rangkuti (2009: 49), promosi bertujuan untuk memperkenalkan suatu produk kepada pembeli, dengan memberikan keyakinan dan harapan untuk membeli produk tersebut, serta meningkatkan penjualan

2.4.3 Media Promosi

Menurut Fikri (2019) media promosi merupakan salah satu alat untuk menginformasikan sebuah produk *image*, jasa, instansi agar dapat dikenal banyak oleh banyak masyarakat.

2.4.4 Tujuan Promosi

Menurut Oliver (2017) media promosi memiliki tujuan berikut:

1. Informing, memberi tahu informasi dengan lengkap kepada pembeli tentang produk yang dijual.
2. Persuading, memanipulasi pembeli agar membeli produk yang dijual.
3. Reminding, mengingatkan kembali secara tegas kepada konsumen tentang produk yang dijual.

2.4.5 Jenis Media Promosi

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

1. Media Cetak

Merupakan suatu media yang lebih menggunakan teks dan foto, contohnya seperti novel, koran, serta majalah.

2. Media Elektronik

Merupakan media yang menggunakan alat elektronik sebagai siaran dan juga penyampian informasi.

3. Media Internet

Merupakan media yang menggunakan koneksi internet untuk penggunaannya contohnya seperti: youtube, instagram, google.

2.5 Video

Menurut Iwan Binanto (2010: 79) *video* berasal dari kata Latin, yaitu “saya lihat”. Video merupakan sebuah gambar yang bergerak, alat elektronik umum yang digunakan dari teknologi video adalah televisi.

2.5.1 Jenis Video

Ada 2 jenis video yaitu analog dan digital, Cahyo (2007: 3) memaparkan bahwa 2 jenis video ini memiliki perbedaan, berikut penjelasannya:

1. Video analog

Menurut Cahyo (2007: 3) Video analog merupakan video yang memakai media rekam berupa pita magnetik. Adapun kekurangan dari video analog yaitu banyaknya noise dalam video yang disebabkan oleh gesekan pita dengan material lainnya.

2. Video Digital

Menurut Cahyo (2007: 4) Video digital merupakan video yang menggunakan komponen dan data digital. Berbeda dengan video analog, video digital lebih mudah dan praktis dibandingkan video analog.

2.5.2 Editing

Menurut Nardi (1977: 47) *editing* merupakan suatu proses penyusunan potongan foto ataupun video yang sudah selesai proses perekamannya.

2.5.3 Jenis-Jenis Editing

Menurut Joseph V. Mascelli (1998: 194) terdapat 3 tipe editing yaitu:

1. Editing Kontinuitas

Merupakan jenis editing dengan cara menggabungkan potongan gambar yang cocok, dengan shot dan angle yang berbeda.

2. Editing Kompilasi

Merupakan suatu editing berjenis sejarah, laporan perjalanan ataupun dokumenter. Editing ini menggunakan narasi sebagai pendukungnya, dimana editor wajib mencocokkan hasil shot dengan isi dari narasi.

3. Editing Kontinuitas serta Kompilasi

Merupakan gabungan editing kompilasi dengan editing kontinuitas.

2.6 Video Promosi

Video promosi merupakan media informasi yang berbentuk audio dan visual. Dengan cara memasarkan produk secara menarik, dibandingkan promosi yang hanya menggunakan bacaan.

2.7 Storyboard

Menurut Nurdin (2020), menulis dalam jurnalnya menurut Soenyoto (2017: 57), “Storyboard adalah bahan visual dari semula berbentuk bahasa tulisan menjadi bahasa gambar atau Bahasa visual yang filmis”.

2.8 Sudut Pengambilan Gambar

Menurut Bonafix (2011) Ada 5 macam sudut pengambilan gambar, yaitu:

1. *Bird Eye View*

Merupakan pengambilan gambar yang diambil dari ketinggian, pengambilan gambarnya biasa memakai drone.



Gambar 2. 1 *Bird Eye View*

(Sumber: Google.com, 2021)

2. *High Angle*

Gambar diambil tepat di atas objek, pengambilan ini bermakna dramatik.



Gambar 2. 2 High Angle

(Sumber: Google.com, 2021)

3. *Eye Level/ Normal Angle*

Pengambilan foto mengambil sudut sejajar dengan mata objek yang memperlihatkan tatapan mata seseorang yang berdiri.

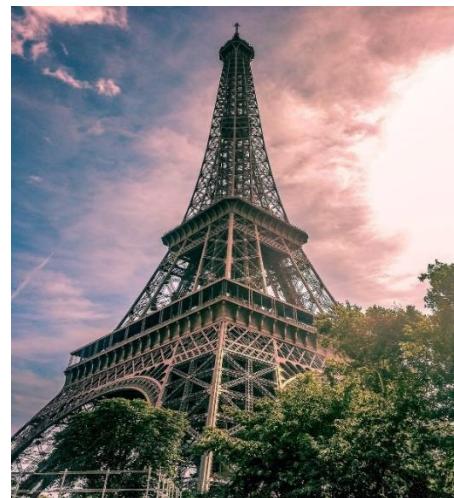


Gambar 2. 3 Eye Level/Normal Angle

(Sumber: Google.com, 2021)

4. *Frog Eye Level*

Gambar diambil secara sejajar dengan permukaan tempat objek berdiri, memperlihatkan seolah-olah objek terlihat sangat besar.



Gambar 2. 4 *Frog Eye Level*

(Sumber: Google.com, 2021)

5. *Low Angle*

Pengambilan gambar dengan posisi kamera lebih rendah dari subjek mata.



Gambar 2. 5 *Low Angel*

(Sumber: Google.com, 2021)

2.9 Warna

Menurut Anggraini & Nathalia (2014: 37), merupakan elemen visual yang dapat menarik perhatian, dan meningkatkan mood.



Gambar 2. 6 Warna
(Sumber: Pengantar Desain Grafis, 2016)

2.10 *Typography*

Menurut Amalia (2015), *typography* menjadi suatu ilmu atau kepandaian terkait dengan profesi merangkai satu aksara menjadi beberapa ejaan di percetakan ataupun pekerja seni yang bekerja di perusahaan pembuatan aksara atau disebut dengan *type foundry*.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data kualitatif, yaitu dilakukan secara langsung di lokasi yang akan diteliti. Metode penelitian kualitatif ini dapat dilakukan melalui wawancara, observasi, dokumentasi, dan studi literatur. Diharapkan dengan pengumpulan data secara kualitatif ini peneliti bisa mendapat data secara terperinci dan benar adanya sehingga dapat menjadi pendukung perancangan video promosi wisata alam Waduk Tanjungan di Kabupaten Mojokerto sebagai upaya meningkatkan wisatawan.

Rachmawati (2017), menjelaskan bahwa dalam jurnalnya menurut Sandelowski, dia berpendapat bahwa penelitian kualitatif adalah istilah yang melingkupi serangkaian tindakan dan strategi dalam mencari tahu pengetahuan baru yang bertujuan untuk menemukan bagaimana manusia dapat mengerti dan membentuk dunia sosial..

3.2 Objek Penelitian

Pada setiap penelitian terdapat objek penelitian yang digunakan sebagai tolak ukur penelitian yang dilakukan untuk mencari informasi, sehingga dapat mengetahui tiap langkah yang dilakukan guna mendapat hasil yang maksimal dari penelitian yang dilakukan. Objek pada penelitian ini adalah Waduk Tanjungan yang berada di Desa Tanjungan, Kecamatan Kemlagi, Kabupaten Mojokerto.

3.3 Subjek Penelitian

Subjek Penelitian adalah batasan penelitian dimana peneliti bisa menentukannya dengan benda, hal, atau orang untuk melekatnya variable penelitian. Perihal yang menjadi subjek dalam penelitian ini adalah kepala BUMDES Desa Tanjungan dan juga pengelola Waduk Tanjungan, yang memiliki informasi secara detail tentang Waduk Tanjungan.

3.4 Lokasi Penelitian

Tempat penelitian yang dituju adalah Waduk Tanjungan yang terletak di Desa Tanjungan, Kecamatan Kemlagi, Kabupaten Mojokerto, Jawa Timur.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan data yang relevan dan mampu memberikan hasil maksimal dalam suatu penelitian, perlu menggunakan teknik pengumpulan data yang sesuai. Dalam Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

3.5.1 Observasi

Observasi ialah keterampilan peneliti dalam menggunakan hasil pengamatan yang didapat melalui pemanfaatan panca indera. Latihan serta pengalaman yang mencukupi merupakan ketentuan untuk melaksanakan observasi. Pada teknik ini dilakukan pengamatan serta pencatatan secara langsung mengenai keadaan dan suasana di wisata Waduk Tanjungan. Observasi ini akan dilakukan secara langsung di sekitar kawasan Wisata Alam Waduk Tanjungan, Data yang dibutuhkan dalam observasi ini yaitu:

1. Kondisi Wisata Alam Waduk Tanjungan.
2. Fasilitas yang ada di Waduk Tanjungan.
3. Kegiatan masyarakat disekitar Waduk Tanjungan.
4. Cara pengelolaan Waduk Tanjungan.

3.5.2 Wawancara

Untuk memenuhi tujuan penelitian, wawancara digunakan untuk mendapatkan informasi yang sesuai dengan kenyataan di lapangan. Agar tujuan dan data yang didapat akurat wawancara mengharuskan kedua belah pihak antara peniliti dan subjek bertemu dan berinteraksi secara langsung Rosaliza (2015).

Ada beberapa pihak terkait yang menjadi informan untuk memperoleh data, antara lain sebagai berikut:

1. Pak Heri selaku ketua BUMDES di Desa Tanjungan, dan juga pengelola Waduk Tanjungan.

2. Pak Sutrisno selaku pengelola Waduk Tanjungan.

Data yang diperlukan ialah,

1. Data pengunjung selama 5 tahun terakhir.
2. Sejarah dan awal berdirinya Waduk Tanjungan.
3. Data Studi Kompetitor.
4. Potensi yang dimiliki Waduk Tanjungan.

3.5.3 Dokumentasi

Dokumentasi tersebut merupakan teknik pengumpulan data yang memuat barang bukti terkait Waduk Tanjungan di Kabupaten Mojokerto. Data yang dikumpulkan berupa foto lokasi tempat wisata untuk mengetahui kelebihan dan kekurangan Waduk Tanjungan juga dapat dijadikan sebagai konsep visual video promosi wisata alam Waduk Tanjungan Kabupaten Mojokerto sebagai upaya untuk meningkatkan wisatawan.

3.5.4 Studi Literatur

Menurut Iii & Penelitian (2019) studi literatur merupakan penelitian yang dilakukan oleh peneliti dengan mengumpulkan sejumlah buku-buku, majalah yang berkaitan dengan masalah dan tujuan penelitian. Adapun buku yang akan menunjang penelitian ini yaitu, buku Editing dan buku Cara Pembuatan Video, dan beberapa jurnal lain yang terkait dengan penelitian.

3.6 Teknik Analisis Data

Ada tiga macam jalur analisis data kualitatif diantaranya: Reduksi data, Penyajian data, dan Penarikan kesimpulan Huberman & Miles (1992)

3.6.1 Reduksi Data

Mereduksi hasil dari penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, dan menghilangkan data yang tidak diperlukan.

3.6.2 Penyajian Data

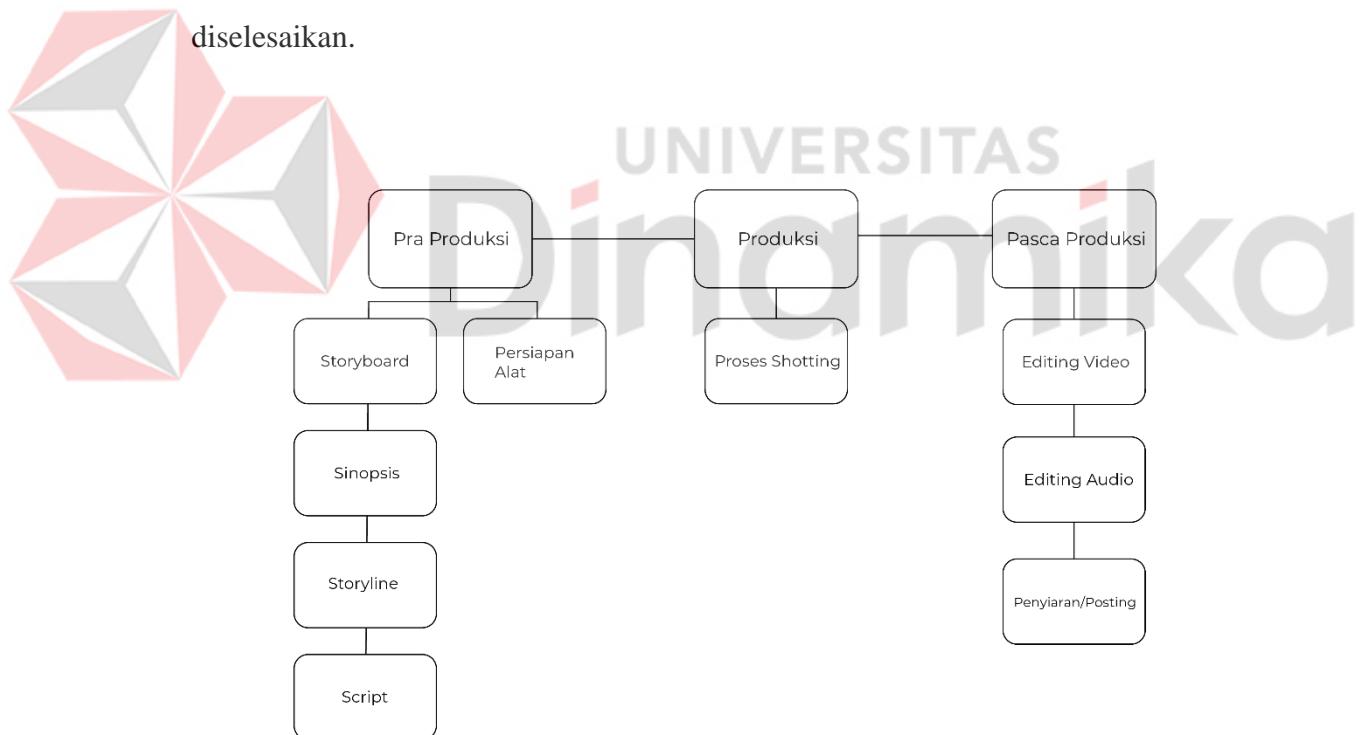
Penyajian data yang akan ditampilkan oleh peneliti berupa paragraf singkat, atau poin-poin penting dari hasil penelitian.

3.6.3 Penarikan Kesimpulan

Dilakukan peneliti secara berlanjut karena merupakan tahap akhir dalam proses analisa data yang diambil dengan menarik kesimpulan dari reduksi data dan penyajian data. Sehingga mempermudah dalam pembuatan video promosi Wisata Alam Waduk Tanjungan.

3.7 Alur Pembuatan Video

Perancangan alur Video diperlukan sebagai upaya untuk menjaga tiap langkah penelitian agar tetap sesuai dengan topik permasalahan yang ingin diselesaikan.



Gambar 3. 1 Alur Pembuatan Video
(Sumber: Google.com, 2021)

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Pengumpulan Data

Pada bab ini merupakan hasil data yang telah didapat oleh peneliti untuk merancang video promosi wisata alam Waduk Tanjungan di Kabupaten Mojokerto dalam upaya meningkatkan jumlah pengunjung.

4.1.1 Hasil Observasi

Observasi ini dilakukan dengan cara mengamati secara langsung objek-objek wisata Waduk Tanjungan yang berada di Kabupaten Mojokerto.

1. Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan di wilayah Kecamatan Kemlagi Kabupaten Mojokerto terdapat sebuah Waduk yang bernama Waduk Tanjungan yang memiliki luas 14,8 ha dan merupakan sebuah destinasi wisata alam yang memiliki keindahan alam yang dapat disajikan kepada para wisatawan.
2. Terdapat banyak pepohonan rindang yang ada di wisata alam Waduk Tanjungan.
3. Fasilitas yang tersedia seperti tempat pembuangan sampah, tempat parkir dan juga taman bermain.
4. Di samping Waduk Tanjungan terdapat banyak beberapa spot selfie yang telah disediakan oleh pengelola Waduk Tanjungan.
5. Di lokasi Waduk Tanjungan juga tersedia kapal wisata yang dapat digunakan wisatawan untuk mengelilingi waduk.
6. Di Waduk Tanjungan ini juga mempunyai wisata pemancingan yang dapat dinikmati wisatawan pada hari sabtu dan minggu.
7. Terdapat juga beberapa warung yang berjajar disekitar Waduk Tanjungan sehingga memudahkan wisatawan untuk bersantai dan beristirahat.

4.1.2 Hasil Wawancara

Wawancara pertama dilakukan dengan pengelola Waduk Tanjungan Sutrisno, pada tahun 70 an pemerintah ingin memiliki sebuah bendungan, kemudian di daerah Tanjungan ada lahan warga yang berukuran sekitar 29 hektar. Pada tahun 1982 awal proyek pembangunan Waduk Tanjungan dengan anggaran dari APBD 1 dengan dan senilai kurang lebih 15 juta, dari dana tersebut dibangunlah proyek bendungan cekdam. Cekdam berbeda dengan waduk, cekdam digunakan untuk menahan sedimen lumpur agar lumpur tidak mengalir dan mencemari persawahan warga. Namun bangunan cekdam yang dibuat cukup besar jauh dari perkiraan awal, bangunan cekdam diperkirakan 10 tahun sudah hilang dan menjadi genangan lumpur, tetapi sampai 30 tahun tetap menjadi genangan air akhirnya orang-orang di Desa Tanjungan menyebutnya waduk.

Setelah setahun pembangunan, Waduk Tanjungan akhirnya diresmikan pada tahun 1983, dahulu Waduk Tanjungan hanyalah waduk biasa yang digunakan untuk mengairi sawah warga Desa Tanjungan. Setelah itu ada pembangunan dan pemberian tanggul Waduk Tanjungan, yang menjadikan Waduk Tanjungan dapat mengairi 3 Desa yang ada di wilayah kemlagi dan 1 Desa di wilayah Jetis. Setelah berjalan selama 3 tahun Waduk Tanjungan memiliki potensi lain yaitu pariwisata, dan menjadi salah satu tempat wisata alam yang popular di Kabupaten Mojokerto pada waktu itu. Pada saat itu untuk masuk ke Wisata Alam Waduk Tanjungan tidak dikenakan biaya atau gratis. Tetapi pada tahun 90 an Waduk Tanjungan terlantar karena pengelolaannya yang berantakan, sehingga membuat Waduk Tanjungan menjadi sepi pengunjung. Sekitar tahun 2005 mulai jalan kembali dan dikembangkan oleh desa dan dapat dukungan dari UBAYA.

Wawancara kedua dilakukan dengan kepala BUMDES Desa Tanjungan yang sekaligus pengelola Waduk Tanjungan Heri, Heri menjelaskan Waduk Tanjungan merupakan sebuah waduk yang memiliki banyak potensi yang pantas dan layak untuk dinikmati oleh para wisatawan, Waduk Tanjungan terletak bersebelahan dengan hutan lindung dan akses masuk yang melewati sedikit hutan, sehingga dari loket masuk Waduk Tanjungan tidak terlihat sama sekali. Waduk Tanjungan itu sendiri. Pada tahun 2015 Heri selaku BUMDES di Desa Tanjungan melihat bahwa Waduk Tanjungan memiliki potensi untuk dijadikan sebagai wisata

alam yang berbayar. sehingga dapat menambah penghasilan untuk warga Desa Tanjungan. Saat itu Desa Tanjungan juga bekerja sama dengan Dinas Pariwisata Kabupaten Mojokerto. Diawal dibukanya Waduk Tanjungan sebagai wisata berbayar, Heri mengajak anak-anak muda yang ada di Desa Tanjungan untuk membuat area spot selfie yang berjajar disekitaran waduk. Pada waktu itu Heri melakukan promosi hanya dengan memotret area spot selfie dengan *handphone* dan mengunggahnya ke media sosial, dari situlah wisatawan mulai banyak yang berkunjung ke Waduk Tanjungan. Setelah berjalan lancar dan meningkatnya jumlah pengunjung, terjadi masalah internal antara pihak Desa dengan Pemerintah, sehingga dari pihak desa sepakat untuk berhenti mengelola Waduk Tanjungan untuk sementara waktu, yang berimbas pada Waduk Tanjungan yang menjadi sepi pengunjung karena tidak terurus.

Pada November tahun 2020 Memorandum of Understanding (MoU) antara Desa dengan Dinas Pariwisata berakhir dan pada Januari 2021 Waduk Tanjungan 100% menjadi milik desa. Heri melakukan promosi lagi dengan cara memotret beberapa wahana yang ada di Waduk Tanjungan untuk meningkatkan jumlah pengunjung lagi, tetapi cara tersebut belum efektif sehingga Waduk Tanjungan masih terbilang sepi pengunjung, sehingga pembuatan video promosi merupakan cara paling efektif untuk dapat menarik pengunjung ke wisata alam Waduk Tanjungan.

4.1.3 Hasil Dokumentasi

Dokumentasi digunakan sebagai gambaran untuk merancang sebuah video promosi Wisata Alam Waduk Tanjungan berikut merupakan dokumentasi yang diperoleh peneliti :



Gambar 4. 1 Jembatan di tengah Waduk Tanjungan

Gambar di atas merupakan jembatan yang menghubungkan ke pulau kecil yang berada di tengah Waduk Tanjungan.



Gambar 4. 2 Spot selfie Waduk Tanjungan



Gambar 4. 3 Spot selfie Waduk Tanjungan

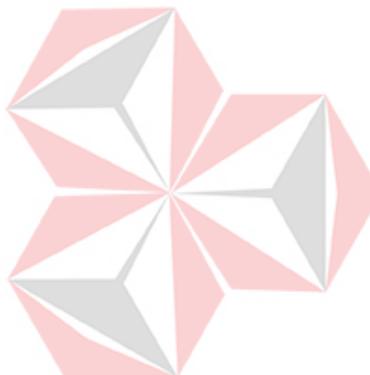


Gambar 4. 4 Spot selfie Waduk Tanjungan

Gambar di atas merupakan tempat spotselfie yang menjadi favorit para pengunjung maupun wisatawan yang datang ke waduk tanjungan ini.



Gambar 4. 5 Kapal di Waduk Tanjungan



Gambar 4. 6 Spot selfie Waduk Tanjungan



Gambar 4. 7 Taman Bermain di Waduk Tanjungan

Gambar di atas merupakan wahana yang dapat dinikmati oleh para wisatawan selain spot selfie yang berada disekitar waduk. Para wisatawan dapat mengelilingi waduk dengan menggunakan kapal yang telah disediakan oleh pengelola Waduk Tanjungan. Selain itu di Waduk Tanjungan juga terdapat pohon Pelangi, dimana pohon-pohon yang berada lokasi tersebut di cat dengan warna yang ada pada warna Pelangi.

4.1.4 Studi Literatur

Buku yang digunakan peneliti untuk merancang video promosi ini yaitu buku dari Iwan Binanto yang berjudul “Multimedia Digital Dasar Teori” Buku dari Terence A. Shimp yang berjudul “Periklanan Promosi dan Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu”. Dalam kedua buku tersebut menjelaskan tentang bagaimana proses pengeditan clip video dan penyusunan konsep brand video yang baik sehingga dapat memenuhi kebutuhan fungsional untuk menyediakan solusi untuk masalah yang ada di tempat tersebut.

4.2 Analisa Data

4.2.1 Reduksi Data

A. Observasi

Kabupaten Mojokerto merupakan salah satu daerah yang mempunyai banyak wisata alam yang asri dan indah. Salah satunya yaitu Waduk Tanjungan, dimana waduk ini terletak di Desa Tanjungan, Kecamatan Kemlagi, Kabupaten Mojokerto. Fasilitas yang lengkap dan beberapa Spotsselfie yang unik merupakan suatu hal yang menjadi daya tarik untuk para wisatawan. tetapi pada saat ini Waduk Tanjungan tidak memiliki media promosi berupa video yang sangat cocok untuk memperkenalkan wisata alam Waduk Tanjungan. dengan menampilkan keindahan objek wisata alam Waduk Tanjungan ini.

B. Wawancara

Dari hasil wawancara yang peneliti telah lakukan adalah tentang potensi yang terdapat di wisata alam Waduk Tanjungan yang dapat diangkat di dalam perancangan video promosi ini. Wisata alam Waduk Tanjungan memiliki wahana-wahana yang dapat dinikmati oleh para wisatawan yang akan datang mengunjungi tempat tersebut. Namun yang disayangkan ialah pada saat wawancara Heri menjelaskan bahwa wisata alam Waduk Tanjungan tidak mempunyai media promosi dalam bentuk video yang digunakan mempromosikan wisata tersebut, sehingga video promosi diperlukan untuk memperkenalkan wisata alam Waduk Tanjungan kepada para wisatawan yang lebih luas lagi.

C. Dokumentasi

Hasil dokumentasi yang di dapat dan diambil oleh peneliti meliputi beberapa spotselfie dan juga fasilitas lainnya yang tersedia dapat membantu dalam merancang pembuatan sebuah video promosi. Kegiatan dokumentasi ini juga bermanfaat untuk menentukan objek yang akan di shot nantinya.

D. Studi Literatur

Hal ini sangat membantu peneliti dalam merancang sebuah video promosi wisata alam Waduk Tanjungan dan media pendukung lainnya yang nantinya diharapkan dapat memperkenalkan dan menambah jumlah kunjungan wisatawan ke wisata alam Waduk Tanjungan yang berada di Kabupaten Mojokerto..

4.2.2 Penyajian Data

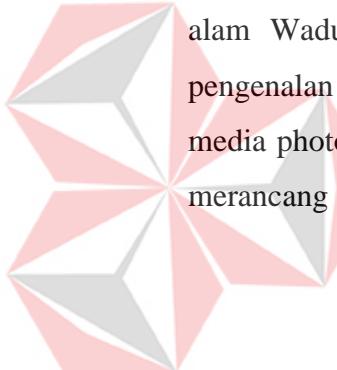
Berdasarkan Berdasarkan data observasi, wawancara, dokumentasi, dan studi literatur yang telah di reduksi oleh peneliti maka proses selanjutnya yaitu melakukan penyajian data yang dapat disimpulkan:

1. Waduk Tanjungan merupakan wisata alam yang wisata alamnya masih alami dan belum banyak diketahui oleh wisatawan dari luar kota. Selain itu fasilitas wisata alam Waduk Tanjungan juga sudah lengkap karena adanya keterlibatan warga desa yang Bersama-sama ingin mengembangkan Waduk Tanjungan. Karena dengan adanya wisata alam Waduk Tanjungan warga Desa Tanjungan bisa mendapatkan penghasilan.
2. Wisata alam Waduk Tanjungan belum memiliki sebuah video promosi yang lebih efektif dan belum banyak wisatawan luar kota yang mengetahuinya, sehingga turunnya jumlah wisatawan yang berkunjung ke wisata alam Waduk Tanjungan dan mengakibatkan menurunnya pendapatan ekonomi masyarakat sekitar. Maka dari itu peneliti merancang sebuah video promosi untuk disebarluaskan di berbagai media. Desa Tanjungan dan masyarakat sekitar juga mendukung dengan adanya program tersebut supaya wisata alam Waduk Tanjungan semakin dikenal dan semakin meningkat jumlah pengunjung dari tahun sebelumnya.

3. Wisata alam Waduk Tanjungan sangat cocok dikunjungi bersama dengan keluarga
4. Para pengelola di Waduk Tanjungan merupakan warga asli Desa Tanjungan.

4.2.3 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisa yang diperoleh peneliti, wisata alam Waduk Tanjungan merupakan salah satu wisata alam yang berada di Kabupaten Mojokerto yang keindahan alamnya masih alami dan belum banyak diketahui oleh wisatawan dari luar kota, selain itu wisatawan yang berkunjung ke wisata alam Waduk Tanjungan dapat menikmati beberapa spots selfie unik yang dibuat oleh warga Desa Tanjungan. Menurut heri selaku kepala BUMDES dan juga pengelola Waduk Tanjungan, wisata alam Waduk Tanjungan membutuhkan sebuah media promosi yang dapat dan bisa memperkenalkan ke wisatawan luar kota. Sebelumnya wisata alam Waduk Tanjungan masih menggunakan media promosi photo sebagai pengenalan ke public, akan tetapi menurut kebanyakan wisatawan dari luar kota media photo ini dianggap kurang optimal. Maka dari itu peneliti bertujuan untuk merancang sebuah video promosi supaya dapat dikenali oleh wisatawan luar kota.



4.2.4 Segmentasi, Targeting, Positioning (STP)

1. Segmentasi

a. Demografis

- 1) Usia : 17 – 50 Tahun
- 2) Jenis Kelamin : Laki-laki dan Perempuan
- 3) Kelas Sosial : Semua Kalangan
- 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 aktifitas yang padat dan butuh refreshing
- 3) Memiliki rasa ingin tahu yang tinggi

2. Targeting

Target yang dituju pada perancangan video ini adalah wisatawan yang memiliki *hobby traveling*.

- a. Jenis Kelamin : Laki-laki dan Perempuan
- b. Umur : 17-50 tahun
- c. Jenjang Pendidikan : SMA - Sarjana
- d. Pendapatan : Rp.500.000 – Rp.3.000.000
- e. Kelas Sosial : Semua kalangan

3. *Positioning*

Positioning adalah salah satu faktor penting dalam perancangan video promosi. Dalam merancang video promosi, peneliti harus mengetahui positioning dari Waduk Tanjungan untuk menentukan posisi di benak wisatawan. Wisata alam Waduk Tanjungan menempatkan dirinya sebagai wisata alam yang cocok dikunjungi oleh keluarga. Wisatawan juga dapat menikmati suasana alam yang masih asri. Wisata alam Waduk Tanjungan dapat dikenal sebagai wisata alam yang unik dan banyak beberapa spotselfie dengan merancang sebuah video promosi dan media pendukungnya.

4.2.5 USP (*Unique Selling Proposition*)

Dalam hal ini Unique Selling Proposition yang dimiliki oleh wisata alam Waduk Tanjungan adalah sebuah wisata alam yang menyuguhkan pemandangan alam yang asri, mempunyai jembatan yang berada di tengah waduk, dan juga spotselfie unik yang dibuat oleh warga dari Desa Tanjungan. Waduk Tanjungan juga memiliki fasilitas kapal untuk digunakan wisatawan mengelilingi waduk.

4.2.6 Analisa SWOT

Dari hasil analisis SWOT yang telah dirancang dapat disimpulkan bahwa untuk merancang sebuah keyword dan konsep dapat mendukung hasil dari perancangan video promosi ini.

		Internal Strength (S/W)	Weakness
Eksternal (O/T)	Opportunity	S-O	W-O
Threat		S-T	W-T
	<ul style="list-style-type: none"> Adanya dukungan dari pemerintah Desa Tanjungan untuk mengembangkan wisata alam Waduk Tanjungan Kemajuan teknologi yang dapat dijadikan media promosi. Menjadikan Kabupaten Mojokerto lebih dikenal oleh wisatawan dari luar kota 	<ul style="list-style-type: none"> Waduk Tanjungan memiliki banyak objek wisata yang dapat dinikmati oleh wisatawan yang berkunjung. Wisata yang murah dan memiliki banyak fasilitas. Menjadi tempat yang cocok untuk liburan keluarga 	<ul style="list-style-type: none"> Kurangnya media pendukung video promosi yang memperkenalkan wisata alam Waduk Tanjungan. Kurang dikenali oleh wisatawan luar kota. Akses dari Loket menuju ke waduk cukup jauh

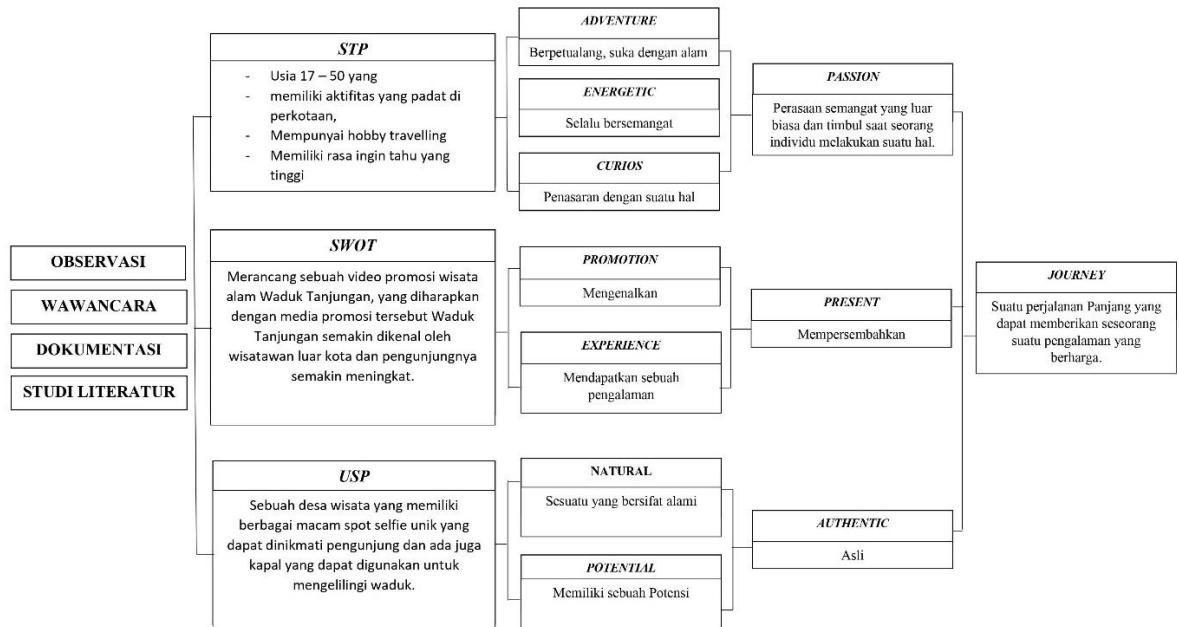
Strategi utama : Merancang sebuah video promosi wisata alam Waduk Tanjungan, yang diharapkan dengan media promosi tersebut Waduk Tanjungan semakin dikenal oleh wisatawan luar kota dan pengunjungnya semakin meningkat.

Gambar 4. 8 SWOT Waduk Tanjungan



DINAMIK

4.2.7 Keyword



Gambar 4. 9 keyword Wisata Alam Waduk Tanjungan

4.2.8 Deskripsi Konsep

Dari *keyword* yang didapat maka konsep yang akan digunakan dalam perancangan video promosi ini yaitu “journey”. *Journey* merupakan kata kunci yang mewakili dari *keyword communication messages* yang didapat dari hasil observasi, wawancara, dokumentasi, dan studi literatur, yang dijadikan sebagai strategi utama.

Pengertian dari *journey* adalah Perjalanan. Sehingga wisatawan yang mengunjungi Waduk Tanjungan memiliki pengalaman yang menarik setelah melakukan perjalanan yang bernuansa *Adventure*.

4.3 Perancangan Karya

4.3.1 Tujuan Kreatif

Konsep yang akan dipakai dalam perancangan karya ini adalah sebuah perancangan yang dibuat berdasarkan konsep yang telah didapat sebelumnya. Keyword “*Journey*” yang sudah ditentukan sebelumnya bertujuan memberikan sebuah pengalaman yang luar biasa yang akan dibuat dengan visualisasi “*Journey*”

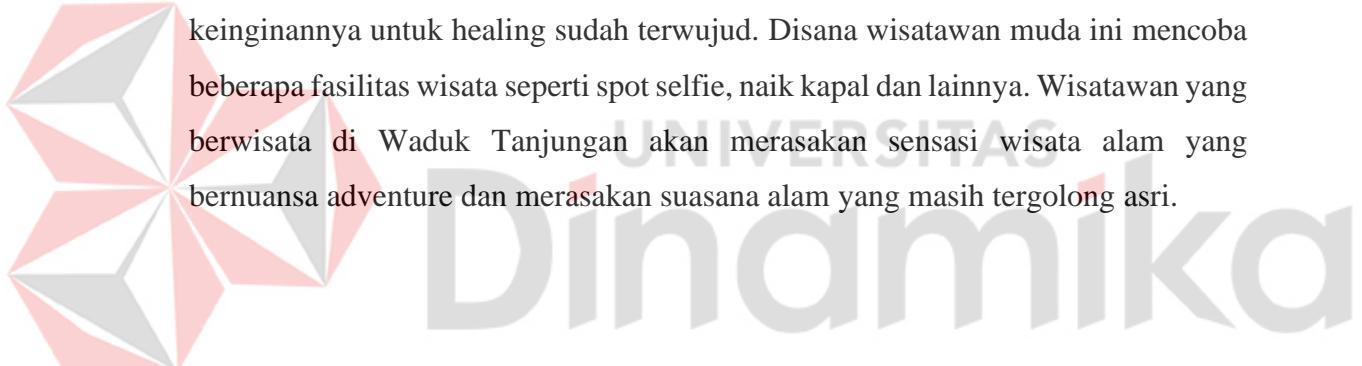
dimana di dalam video akan menunjukkan kelebihan dan keunikan yang ada di wisata alam Waduk Tanjungan. Dalam video tersebut juga akan menampilkan beautiful shot pemandangan Stasiun Mojokerto dan Waduk Tanjungan yang diambil menggunakan drone.

4.3.2 Strategi Kreatif

Perancangan ini membutuhkan sebuah strategi kreatif yang bisa memunculkan suatu ide dan langkah yang pas agar dapat mencapai sasaran.

A. Synopsis

Seorang wisatawan muda dari luar kota yang melakukan perjalanan ke suatu wisata alam yang di Kabupaten Mojokerto, yaitu Waduk Tanjungan. Wisatawan tersebut melakukan perjalanan menggunakan transportasi kereta api, lalu sesampainya di Waduk Tanjungan, wisatawan tersebut merasa *happy* karena keinginannya untuk healing sudah terwujud. Disana wisatawan muda ini mencoba beberapa fasilitas wisata seperti spot selfie, naik kapal dan lainnya. Wisatawan yang berwisata di Waduk Tanjungan akan merasakan sensasi wisata alam yang bernuansa adventure dan merasakan suasana alam yang masih tergolong asri.



B. Storyline

No	Shot size	Video	Menit	Audio
1		Blank Hitam	00.00 – 00.02	Sfx Klakson kereta api
2	CU	Suasana sekitar stasiun (Langkah kaki keramaian) 7 Objek berbeda	00.02 – 00.05	Sfx keramaian Sfx bel stasiun
3	CU	Logo KAI	00.05 – 00.08	Sfx Klakson kereta api
4		Blank Hitam	00.08 – 00.14	Voice Over
5	CU/MS	Suasana dalam kereta, Talent menghadap jendela	00.14 – 00.18	Sfx kereta api
6		Blank Hitam	00.18 – 00.26	Voice Over Sfx deteksi jantung berhenti
7	EWS	Memperlihatkan panorama keindahan dan keasrian Waduk Tanjungan	00.26 – 00.33	Backsound Revelations
8	EWS	Suasana stasiun dari atas	00.34 – 00.44	Backsound Revelations
9	MS	Kereta datang	00.44 – 00.46	Sfx klakson api
10	EWS	Memperlihatkan Pesona Waduk Tanjungan	00.46 – 00.55	Backsound Revelations
11	CU	Langkah kaki Talent	00.55 – 00.57	Sfx Langkah
12	FS/LA	Talent memasuki Waduk Tanjungan	00.57 – 01.01	Backsound Revelations
13	LA	Pepohonan di Waduk Tanjungan	01.01 – 01.04	Backsound Revelations



UNIVERSITAS
Dinamika

14	FS/MS	Talent berdiri diam dan menoleh ke atas	01.04 – 01.06	Backsound Revelations
15	CU	Talent Menyentuh pepohonan	01.06 – 01.07	Backsound Revelations
16	EWS	Waduk Tanjungan	01.07 – 01.09	Backsound Revelations
17	FS	Talent berjalan menuju ke wahana spot selfie	01.09 – 01.15	Backsound Revelations
18	CU/MS/FS	Talent berfoto di beberapa tempat spot selfie	01.15 – 01.30	Backsound Revelations
19	FS/MS	Talent berjalan di tempat selfie love	01.30 – 01.34	Backsound Revelations
20	FS/MS/EWS	Talent berjalan melewati jembatan MBB	01.34 – 01.40	Backsound Revelations
21	FS/MS/CU	Berdiri melihat sekitar sambil menghela nafas	01.40 – 01.45	Backsound Revelations
22	MS/FS	Talent berputar setelah sampai dipulau kecil di seberang waduk	01.45 – 01.53	Backsound Revelations
23	FS/MS	Talent bermain ayunan di taman bermain	01.53 – 02.01	Backsound Revelations
24	FS	Berjalan ke kapal	02.01 – 02.09	Backsound Revelations
25	FS/MS/CU/EWS	Naik kapal dan mengelilingi Waduk Tanjungan	02.09 – 02.25	Backsound Revelations

Gambar 4. 10 *Storyline*

C. Storyboard



Title: Video Promosi Waduk Tanjungan				Page:
Scene No.	1	Shot No.	1	
	1	1		
Ket : Memperlihatkan suasana di stasiun				
Camera Movement Panning				
2 Detik				
Scene No.	2	Shot No.	4	
	2	4		
Ket : Talent sedang naik kereta dan melihat keluar				
Camera Movement Panning				
4 Detik				
Scene No.	1	Shot No.	2	
	1	2		
Ket : Memperlihatkan suasana di stasiun				
Camera Movement Panning				
2 Detik				
Scene No.	1	Shot No.	3	
	1	3		
Ket : Memperlihatkan suasana di stasiun				
Camera Movement Panning				
2 Detik				
Scene No.	3	Shot No.	5	
	3	5		
Ket : Memperlihatkan panorama keindahan dan keasrian Waduk Tanjungan				
Camera Movement Bird Eye				
7 Detik				
Scene No.	4	Shot No.	6	
	4	6		
Ket : Memperlihatkan suasana stasiun dari atas				
Camera Movement Bird Eye				
10 Detik				

Title: Video Promosi Waduk Tanjungan				Page:
Scene No.	5	Shot No.	7	
	5	7		
Ket : Kereta datang				
Camera Movement Panning				
2 Detik				
Scene No.	6	Shot No.	8	
	6	8		
Ket : Memperlihatkan pesona Waduk Tanjungan				
Camera Movement Bird Eye				
9 Detik				
Scene No.	7	Shot No.	9	
	7	9		
Ket : Memperlihatkan tulisan atau icon Tanjungan				
Camera Movement dolly zoom in				
3 Detik				
Scene No.	8	Shot No.	10	
	8	10		
Ket : Langkah kaki Talent				
Camera Movement Panning				
2 Detik				
Scene No.	9	Shot No.	11	
	9	11		
Ket : Talent berjalan masuk ke Waduk Tanjungan				
Camera Movement Follow				
4 Detik				
Scene No.	10	Shot No.	12	
	10	12		
Ket : Memperlihatkan pepohonan di Waduk Tanjungan				
Camera Movement Frog Eye				
3 Detik				

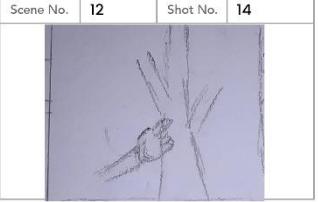
Title: Video Promosi Waduk Tanjungan

Scene No. 11	Shot No. 13	Page:
--------------	-------------	-------



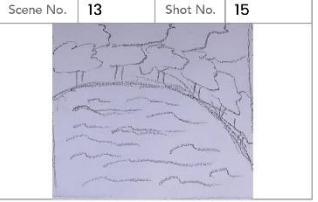
Ket : Talent berdiri diam dan menoleh keatas

Camera Movement Panning
2 Detik



Ket : Talent menyentuh pepohonan

Camera Movement Panning
1 Detik



Ket : Pesona Waduk Tanjungan

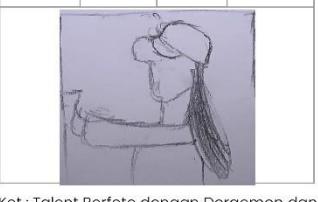
Camera Movement Bird Eye
2 Detik

Scene No. 14	Shot No. 16	Page:
--------------	-------------	-------



Ket : Talent berjalan menuju wahana spot selfie

Camera Movement follow
6 Detik



Ket : Talent Berfoto dengan Doraemon dan beberapa spot selfie lain

Camera Movement Panning, Pov, Follow
15 Detik



Ket : Talent berjalan ke tempat selfie love

Camera Movement Follow, Panning
4 Detik

Scene No. 17	Shot No. 19	Page:
--------------	-------------	-------



Ket : Talent berjalan melewati jembatan MBB

Camera Movement Follow, Zoom Out
6 Detik



Ket : Bersandar di jembatan melihat sekitar sambil menghela nafas

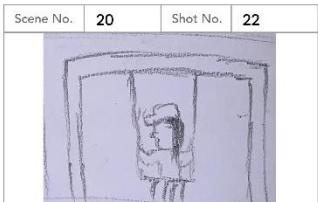
Camera Movement Panning
5 Detik



Ket : Talent Berputar setelah sampai dipulau kecil yang bereda di seberang waduk

Camera Movement Panning, Follow
8 Detik

Scene No. 20	Shot No. 22	Page:
--------------	-------------	-------



Ket : Talent Bermain ayunan di taman bermain

Camera Movement Panning
8 Detik



Ket : Talent berjalan menuju ke kapal

Camera Movement Follow
8 Detik



Ket : Talent naik kapal dan mengelilingi Waduk Tanjungan

Camera Movement Panning, Bird Eye
15 Detik

Gambar 4. 11 Storyboard

D. Pengambilan Gambar

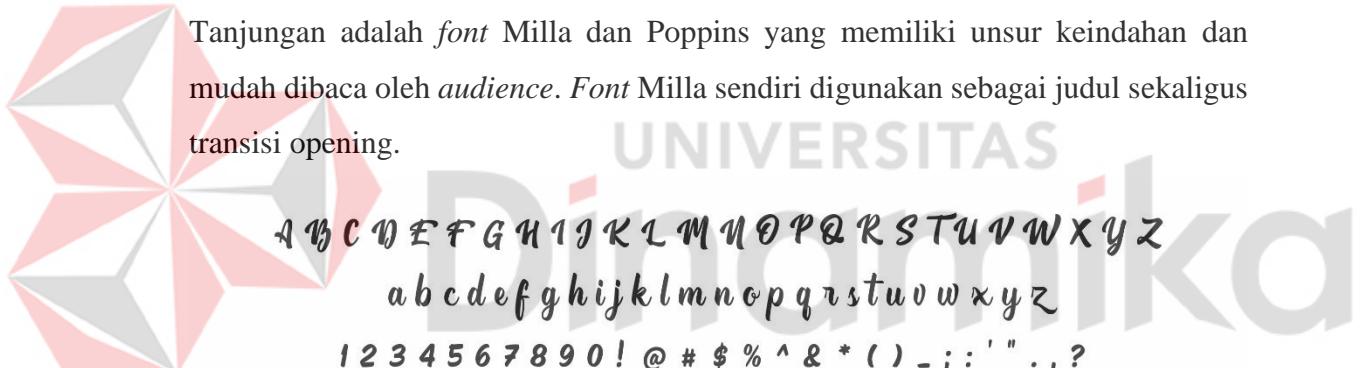
Video ini mengambil beberapa objek di wisata alam Waduk Tanjungan agar dapat pesan yang ingin disampaikan pada *audience* dapat tercapai. Sebelum pengambilan gambar, dilakukan sebuah observasi dan konsultasi dengan Kepala BUMDES Desa Tanjungan agar tidak terjadi kesalahan dalam pengambilan video.

E. Backsound

Backsound yang digunakan dalam video promosi wisata alam Waduk Tanjungan berjudul *Revelations* by Tristan Barton. Musik ini di dapat dari youtube.com yang *non-copyright*.

F. Tipografi

Tipografi yang digunakan dalam video promosi wisata alam Waduk Tanjungan adalah *font* Milla dan Poppins yang memiliki unsur keindahan dan mudah dibaca oleh *audience*. *Font* Milla sendiri digunakan sebagai judul sekaligus transisi opening.



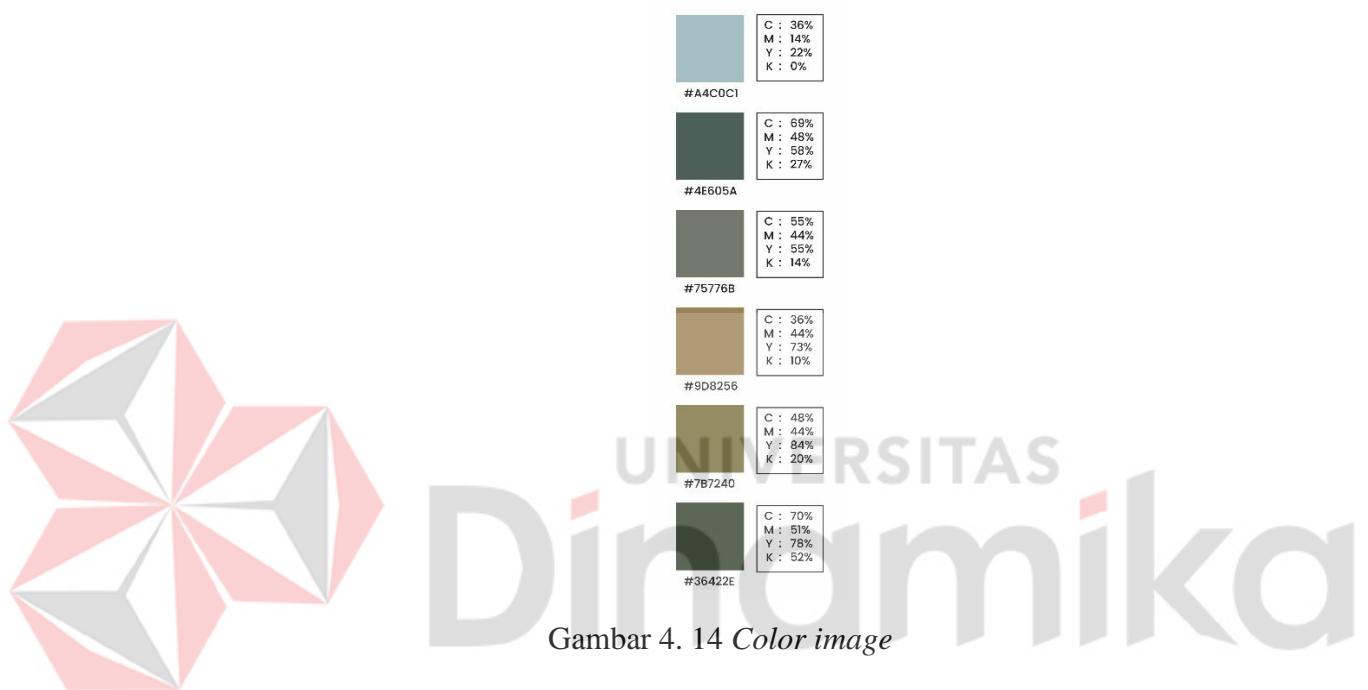
Gambar 4. 12 *Font Milla*

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
 a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ! @ # \$ % ^ & * () _ ; : ' " . , ?

Gambar 4. 13 *Font Poppins*

G. Warna

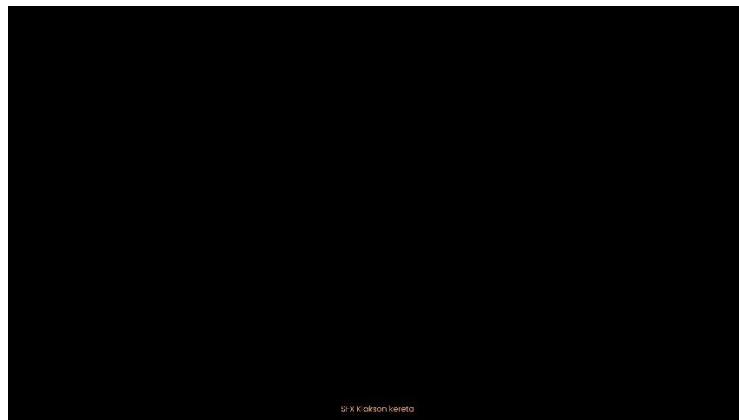
Warna merupakan salah satu element yang dapat digunakan sebagai impresi (visual) dan ekspresi (emosional), untuk menggambarkan suasana yang ada pada perancangan video promosi wisata alam Waduk Tanjungan. Pemilihan warna akan disesuaikan dalam *editing* video melalui *keyword* yang sudah didapatkan yaitu *Journey*. Perancangan ini menggunakan teori warna dari video teori warna Lewis Bond yang berjudul Color in Storytelling.



Dari ke enam warna di atas merupakan warna yang cocok untuk menggambarkan suasana yang asri di wisata alam Waduk Tanjungan.

4.4 Implementasi Video

Hasil karya video yang telah dipecah menjadi beberapa scene



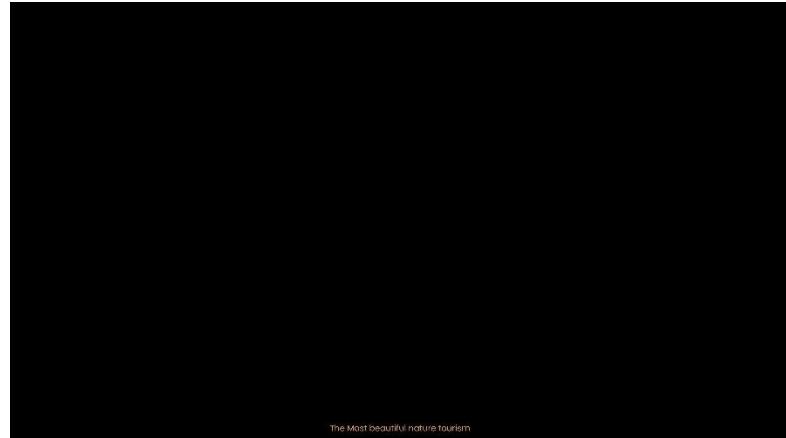
Gambar 4. 15 Scene 1

Scene 1 menampilkan layer blank hitam dengan disertai sound effect Klakson kereta api. Dibuat blank hitam karena untuk menambahkan kesan cinematic pada video.



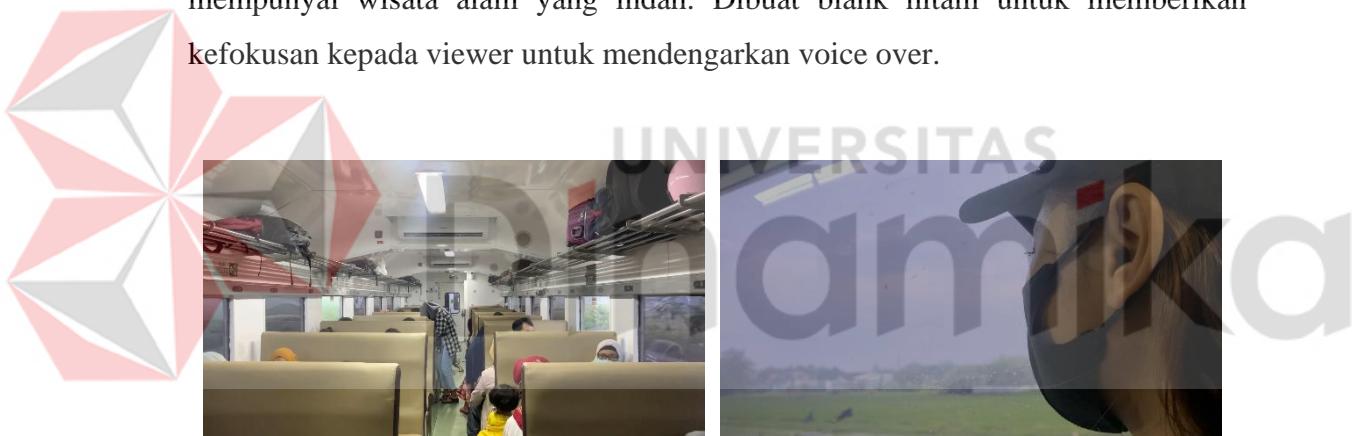
Gambar 4. 16 Scene 2

Scene 2 memperlihatkan suasana di area stasiun, dengan teknik pengambilan gambar fullshot (FS) disertai sound effect keramaian dan bel stasiun, pengambilan gambar menggunakan kamera iphone.



Gambar 4. 17 Scene 3

Scene 3 menampilkan layer dengan blank hitam dengan *sound effect voice over* yang inti dari isinya yang itu menunjukkan bahwa Kabupaten Mojokerto mempunyai wisata alam yang indah. Dibuat blank hitam untuk memberikan kefokuskan kepada viewer untuk mendengarkan voice over.



Gambar 4. 18 Scene 4

Scene 4 memperlihatkan suasana di dalam kereta dan juga posisi talent yang sedang melihat keluar jendela kereta sambil menunggu tiba di stasiun, diambil dengan kamera iphone. Gambar ini bermaksud menunjukkan bahwa *talent* sedang melakukan perjalanan dengan menggunakan kereta api.



Gambar 4. 19 *Scene 5*

Scene 5 menampilkan layer dengan blank hitam dengan *sound effect voice over* yang menunjukkan ini lah perjalanan dari si talent di Waduk Tanjungan.



Gambar 4. 20 *Scene 6*

Scene 6 memperlihatkan gambar *landscape* dengan menggunakan teknik *Bird Eye* atau *Extreme wide shot* (EWS) yang menampilkan panorama keindahan dan keasrian Waduk Tanjungan yang diambil menggunakan drone pada pagi hari. Diberi tulisan Waduk Tanjungan bertujuan sebagai Opening video.



Gambar 4. 21 *Scene 7*

Scene 7 menampilkan gambar landscape dengan menggunakan teknik *bird eye* atau *extreme wide shot* (EWS) yang menampilkan suasana stasiun, diambil menggunakan drone pada pagi hari. Tujuannya untuk memberitahu *viewer* bahwa kereta dari *talent* akan tiba di stasiun Mojokerto.



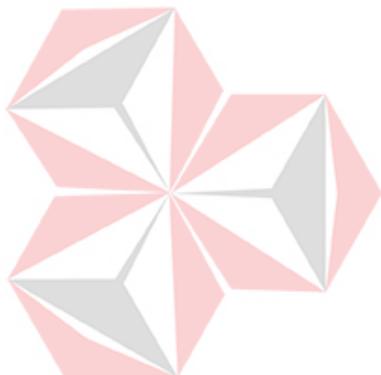
Gambar 4. 22 *Scene 8*

Scene 8 memperlihatkan kedatangan kereta, menggunakan teknik *panning*. Pengambilan gambar menggunakan kamera Iphone. Info ini memberi pesan kepada *viewers* bahwa *talent* telah sampai di stasiun.



Gambar 4. 23 Scene 9

Scene 9 Memperlihatkan pesona Waduk Tanjungan dengan menggunakan teknik *bird eye* atau *extreme wide shot*. Pengambilan gambar menggunakan drone pada pagi hari.



Gambar 4. 24 Scene 10

Scene 10 memperlihatkan langkah kaki talent sedang menuju ke Waduk Tanjungan. menggunakan teknik *Close Up* (CU).



Gambar 4. 25 Scene 11

Scene 11 memperlihatkan talent telah sampai di Waduk Tanjungan, menggunakan teknik *follow* diambil dengan menggunakan *stabilizer* dan kamera.

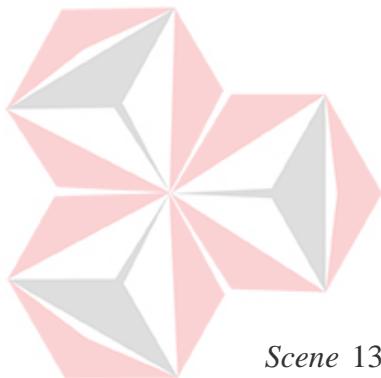


Gambar 4. 26 Scene 12

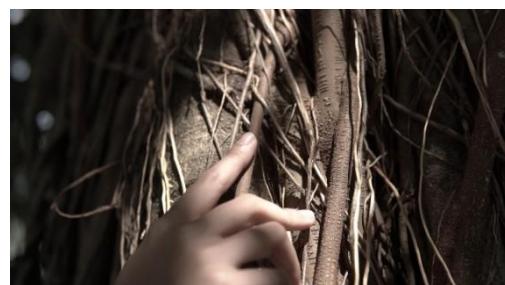
Scene 12 memperlihatkan dedaunan pohon yang ada di sekitar Waduk Tanjungan. menggunakan teknik *frog eye*. diambil dengan menggunakan *stabilizer* dan kamera.



Gambar 4. 27 Scene 13



Scene 13 memperlihatkan talent sedang berdiri melihat Waduk Tanjungan dengan menoleh ke kanan dan kiri. menggunakan teknik *frog eye*. Diambil dengan menggunakan *stabilizer* dan kamera.



Gambar 4. 28 Scene 14

Scene 14 memperlihatkan talent sedang menyentuh pepohonan berakar yang ada di Waduk Tanjungan. Menggunakan teknik *close up*, diambil dengan menggunakan *stabilizer* dan kamera.



Gambar 4. 29 *Scene 15*

Scene 15 memperlihatkan pesona Waduk Tanjungan dengan menggunakan teknik *bird eye* atau *extreme wide shot*. Pengambilan gambar menggunakan drone pada pagi hari.



Gambar 4. 30 *Scene 16*

Scene 16 memperlihatkan talent berjalan menuju tempat spot selfie, menggunakan teknik *frog eye* dan *follow*. Diambil dengan menggunakan *stabilizer* dan kamera.



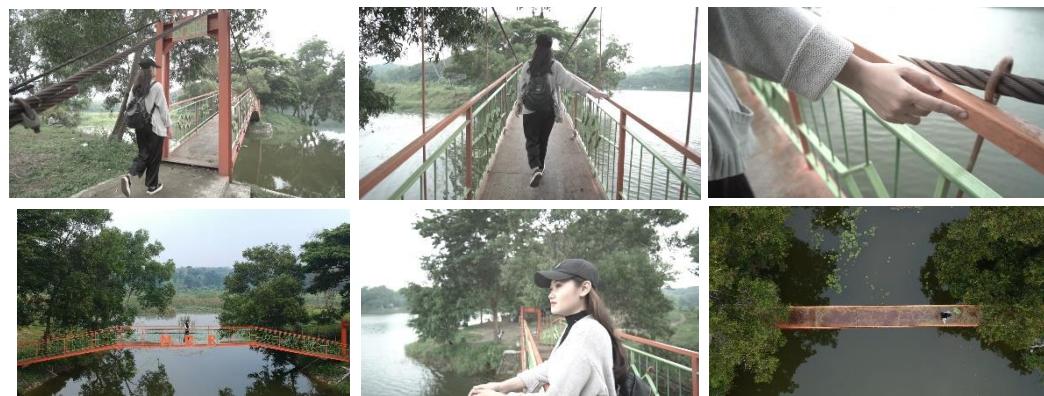
Gambar 4. 31 Scene 17

Scene 17 memperlihatkan talent sedang berselfie di spot selfie yang ada di sekitar Waduk Tanjungan, menggunakan teknik *panning, follow, close up dan POV*. Diambil dengan menggunakan *stabilizer* dan kamera.



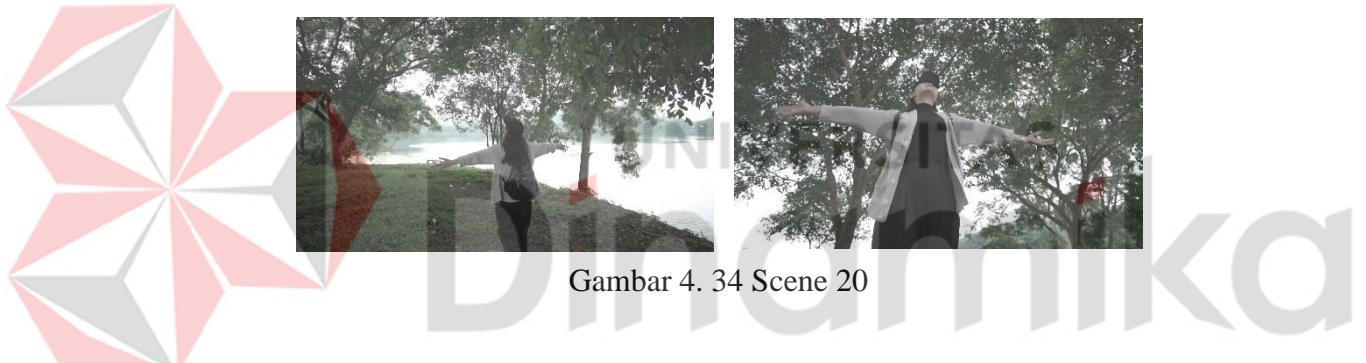
Gambar 4. 32 Scene 18

Scene 18 memperlihatkan talent sedang berjalan di spot selfie berbentuk *love* yang ada di sekitar Waduk Tanjungan, menggunakan teknik *panning, follow, dan medium shot*. Diambil dengan menggunakan *stabilizer* dan kamera.



Gambar 4. 33 Scene 19

Scene 19 memperlihatkan talent sedang berjalan di jembatan unik yang berjudul MBB, menggunakan teknik *panning, follow, close up, dan bird eye*. Diambil dengan menggunakan *stabilizer, drone* dan kamera.



Scene 20 memperlihatkan talent sedang berputar-putar senang setelah sampai dipulau kecil di seberang waduk, menggunakan teknik *arc, follow, dan frog eye*. Diambil dengan menggunakan *stabilizer* dan kamera.



Gambar 4. 35 Scene 21

Scene 21 memperlihatkan talent sedang berjalan dan bermain di taman bermain yang ada di Waduk Tanjungan, menggunakan teknik *panning*. Diambil dengan menggunakan *stabilizer* dan kamera.



Gambar 4. 36 Scene 22

Scene 22 merupakan *scene* terakhir, memperlihatkan fasilitas dari Waduk Tanjungan yang tergolong paling menarik yaitu menaiki kapal dan memutari waduk, menggunakan teknik *panning*, *follow*, dan *bird eye*. Diambil dengan menggunakan *stabilizer*, drone, dan kamera.

4.5 Perencanaan Media Pendukung

4.5.1 Tujuan Media

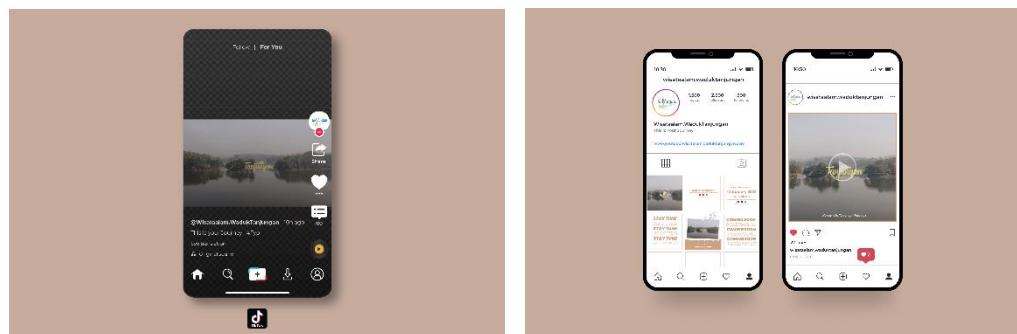
Untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat dibutuhkan sebuah media, agar tujuan yang diinginkan dapat tersampaikan, dibutuhkan sebuah media pendukung seperti Video Youtube atau Instagram atau TikTok, X-Banner, Feeds Instagram dan Merchandise.

4.5.2 Strategi Media Pendukung

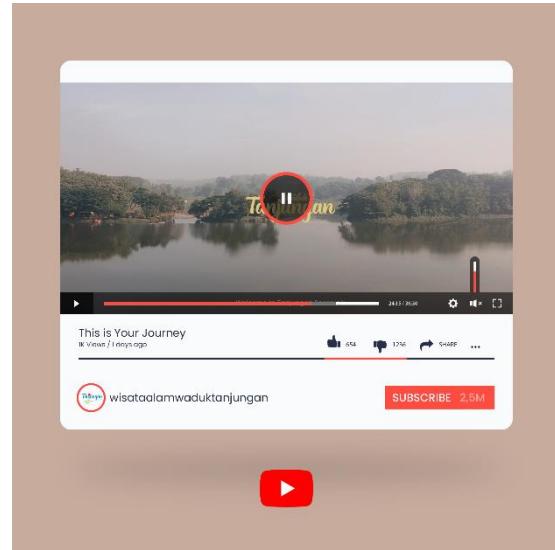
Strategi media merupakan cara untuk mengemas sebuah media yang dapat diterima oleh masyarakat dalam memilih media yang tepat untuk menghasilkan perancangan video promosi yang baik. Berikut strategi promosi yang nantinya akan digunakan dalam perancangan video promosi wisata alam Waduk Tanjungan..

A. Media Sosial Youtube, Instagram, dan TikTok

Media sosial ini adalah jenis media sosial yang banyak dipakai oleh masyarakat pada saat ini. Media sosial telah banyak digunakan oleh instansi atau tempat wisata lainnya untuk memberikan informasi kepada pengguna media sosial. Oleh karena itu, video promosi wisata alam Waduk Tanjungan akan dipublikasikan melalui media sosial seperti YouTube, Instagram dan TikTok.



Gambar 4. 37 Media Pendukung – Media Promosi



Gambar 4. 38 Media Pendukung – Media Promosi

B. *X-Banner*

Digunakan pada saat acara tertentu seperti bazar-bazar yang diadakan diluar kota. *X-banner* menampilkan informasi dan memberikan perhatian kepada *audience* untuk mendekat.



Gambar 4. 39 *x-banner*

C. Feeds Instagram

Feeds Instagram akan digunakan untuk membagikan beberapa media pendukung seperti poster dan x-banner.



Gambar 4. 40 Feeds Instagram

D. Merchandise

1. T-shirt

Merchandise t-shirt memiliki tujuan sebagai media promosi dan juga kenang-kenangan dari Waduk Tanjungan.



Gambar 4. 41 T-shirt

2. Gantungan Kunci

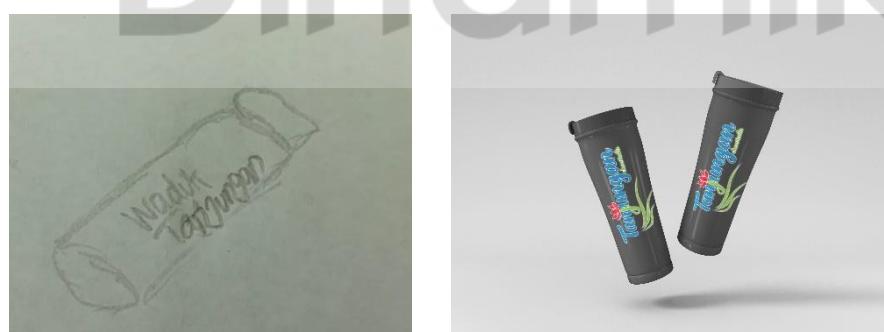
Merchandise gantungan kunci memiliki tujuan yang sama dengan *t-shirt* yaitu sebagai media promosi dan kenang-kenangan dari Waduk Tanjungan.



Gambar 4. 42 Gantungan Kunci

3. Tumbler

Merupakan *merchandise* ketiga yang berupa tumbler yang dapat digunakan sebagai media promosi, dengan mencantumkan nama Waduk Tanjungan di Tumbler itu.



Gambar 4. 43 Tumbler

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan peneliti tentang perancangan video promosi wisata alam di Waduk Tanjungan Kabupaten Mojokerto untuk meningkatkan wisatawan.

Dalam merancang video promosi wisata alam Waduk Tanjungan Kabupaten Mojokerto untuk meningkatkan wisatawan, diharapkan masyarakat sekitar dan desa Tanjungan dapat membantu meningkatkan fasilitas wisata dan meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan ke Waduk Tanjungan. Konsep dari video perancangan ini yaitu “*Journey*”. *Journey* sendiri merupakan kata kunci yang merepresentasikan pesan komunikasi kata kunci yang terdiri dari observasi, wawancara, dokumen, dan temuan dari penelitian kepustakaan yang pada akhirnya dijadikan sebagai strategi utama.

Ada beberapa objek di waduk tanjungan yang belum diketahui oleh wisatawan dari luar kota, karena informasi tentang wisata alam Waduk Tanjungan masih sedikit, dan kurangnya sebuah media promosi yang mendukung untuk mempromosikan wisata alam Waduk Tanjungan. Maka dari itu peneliti menggunakan media promosi video untuk mempromosikan dan media pendukungnya yaitu brosur, media sosial (youtube), x-banner, dan merchandise.

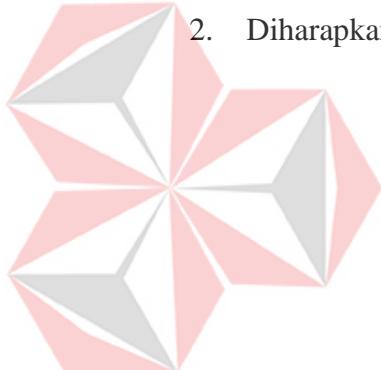
Di dalam video promosi ini, peneliti menampilkan keindahan objek-objek yang dapat dinikmati wisatawan saat berkunjung ke wisata alam Waduk Tanjungan, seperti beberapa spot selfie yang berjajar di sekitar waduk. Selain itu, wisatawan yang berkunjung ke wisata alam Waduk Tanjungan dapat menikmati dan mengelilingi waduk dengan menggunakan kapal yang sudah disediakan oleh pengelola Waduk Tanjungan.

5.2 Saran

Hasil dari kesimpulan dan penelitian yang telah dilakukan, dalam rangka meningkatkan jumlah wisatawan maka dibuatlah video promosi wisata alam Waduk Tanjungan Kabupaten Mojokerto. Adapun saran yang diberikan ialah sebagai berikut:

1. Semoga bermanfaat untuk penelitian selanjutnya dan destinasi wisata.
2. Pengelola Waduk Tanjungan dan masyarakat Desa Tanjungan diharapkan mendukung penuh dan ikut serta membantu untuk kemajuan wisata ala Waduk Tanjungan.
3. Untuk semua wisatawan yang mau berkunjung ke wisata alam Waduk Tanjungan diharapkan untuk selalu tetap menjaga kebersihan dengan membuang sampah pada tempat yang telah disediakan, agar keasrian Waduk Tanjungan tetap terjaga.

2. Diharapkan untuk peneliti selanjutnya dapat menggali potensi wisata yang lain.



DAFTAR PUSTAKA

- Bonafix, D. N. (2011). Videografi: Kamera dan Teknik Pengambilan Gambar. *Humaniora*, 2(1), 845. <https://doi.org/10.21512/humaniora.v2i1.4015>
- Fikri, M. El, Pane, D. N., & Siregar, N. (2019). Memasarkan Objek Pariwisata Kota Medan Melalui Media Sosial Untuk Menaikkan Minat Kunjungan Dan Menghapus Paradigma Negatif. *Jurnal Manajemen*, 11(2), 69–79. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Huberman, & Miles. (1992). Teknik Pengumpulan dan Analisis Data Kualitatif. *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 02(1998), 1–11.
- Iii, B. A. B., & Penelitian, M. (2019). Proses Adaptasi Ikatan Mahasiswa Fakfak Di Kota Bandung. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 54–69. <https://elibrary.unikom.ac.id/id/eprint/1558/>
- Maimunah, M., Sunarya, L., & Larasati, N. (2012). Media Company Profile Sebagai Sarana Penunjang Informasi Dan Promosi. *CCIT Journal*, 5(3), 281–301. <https://doi.org/10.33050/ccit.v5i3.155>
- Nurdin, D. R., Kom, S., & Kom, M. (2020). Cd Interaktif Pengenalan Sejarah Kebudayaan Islam Pada Madrasah Ibtidaiyah. *Jurnal Teknologi Terapan and Sains* <https://ojs.unimal.ac.id/index.php/tts/article/view/3251>
- Oliver, J. (2017). Perancangan Video Promosi Diandra Anti Aging & Aesthetic Clinic Melalui Media Sosial Instagram. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Rachmawati, T. (2017). Metode Pengumpulan Data dalam Penelitian Kualitatif. *UNPAR Press*, 1, 1–29.
- Rosaliza, M. (2015). *Wawancara, Sebuah Interaksi Komunikasi Dalam Penelitian Kualitatif*.
- A.J. Muljadi, (2009). *Kepariwisataan dan Perjalanan*. Jakarta. Penerbit: PT Raja Grafindo Persada.
- Anggraini S., Lia dan Kirana Natahelia (2014). Desain Komunikasi Visual ; Dasar-Dasar Panduan Untuk Pemula. Bandung : Nuansa Cedikia.
- Arsyad, Azar.2011. *Media Pembelajaran cetakan ke-15*. Jakarta: Rajawalli Pers.
- Binanto, Iwan (2010). *Multimedia Digital – Dasar Teori dan Pengembangannya*. Yogyakarta: Andi.
- Cahyo Rossy, Dkk. 2007. *Student Guide Series Adobe Premiere Pro*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo

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

Nardi, Leo. 1977. *Penuntun Kinematografi 8mm*. Bandung: Yayasan foto indonesia kustandi,

Rangkuti, F. (2009). *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

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

Surianto, Rustan. (2010). "Huruf Font Tipografi." Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama

Shim, Terence A. (2003). *Periklanan Promosi Dan Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu Edisi ke-5 jilid 1*. Jakarta: Erlangga.

