



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

**TUGAS AKHIR**



**Program Studi  
S1 Desain Komunikasi Visual**

**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**



UNIVERSITAS  
**Dinamika**

**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 Penguji

Pada: 12 Januari 2022

#### **Susunan Dewan Penguji**

##### **Pembimbing:**

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

NIDN: 0726027101

II. Karsam, MA., Ph.D.

NIDN: 0705076802

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'

##### **Penguji:**

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  
*Tetap bersyukur bagaimanapun keadaannya*  
Dinamika

## 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 kehadiran 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
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
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
<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>5</b>
2.1 Penelitian Terdahulu .....	5
2.2 Kabupaten Mojokerto.....	6
2.3 Desa Tanjung.....	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
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>13</b>
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
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>17</b>
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 <i>USP (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
<b>BAB V PENUTUP</b> .....	52
5.1 Kesimpulan .....	52
5.2 Saran.....	53
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	54
<b>LAMPIRAN</b> .....	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



UNIVERSITAS  
**Dinamika**

## 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 di 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</i> 10 .....	42
Gambar 4. 25 <i>Scene</i> 11 .....	42
Gambar 4. 26 <i>Scene</i> 12 .....	43
Gambar 4. 27 <i>Scene</i> 13 .....	43
Gambar 4. 28 <i>Scene</i> 14 .....	43
Gambar 4. 29 <i>Scene</i> 15 .....	44
Gambar 4. 30 <i>Scene</i> 16 .....	44
Gambar 4. 31 <i>Scene</i> 17 .....	45
Gambar 4. 32 <i>Scene</i> 18 .....	45
Gambar 4. 33 <i>Scene</i> 19 .....	46
Gambar 4. 34 <i>Scene</i> 20 .....	46
Gambar 4. 35 <i>Scene</i> 21 .....	47
Gambar 4. 36 <i>Scene</i> 22 .....	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 Km<sup>2</sup> 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 Cangu, 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 wisata 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” 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 penurunan 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 di promosikan melalui apa, namun dari penelitian terdahulu dapat disimpulkan bahwa, membuat video promosi sebagai media promosi merupakan hal yang sangat efektif, karena dapat melihatkan 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 Tanjung

Desa Tanjung merupakan salah satu desa yang terdapat di Kabupaten Mojokerto. Desa ini memiliki tempat wisata alam yaitu Waduk Tanjung, Terdapat banyak wisata alam yang menarik di desa ini, salah satunya yaitu Waduk Tanjung. Terdapat banyak makanan khas yang dihasilkan oleh Desa Tnajungan 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

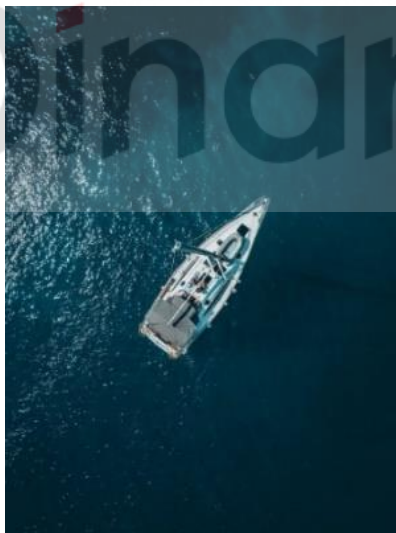
Menurut Nurdin (2020), menulis dalam jurnalnya menurut Soenyoto (2017: 57), “Storyboard adalah bahan visual dari semula berbentuk bahasa tulisan menjadi bahasa gambar atau Bahasa visual yang filmis”.

## 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.



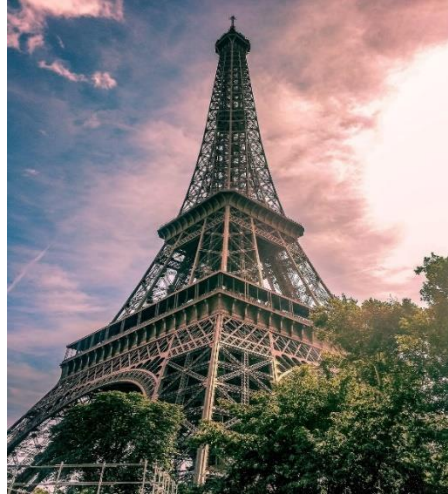
Gambar 2. 3 *Eye Level/Normal Angle*

(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)





## **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 peneliti 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

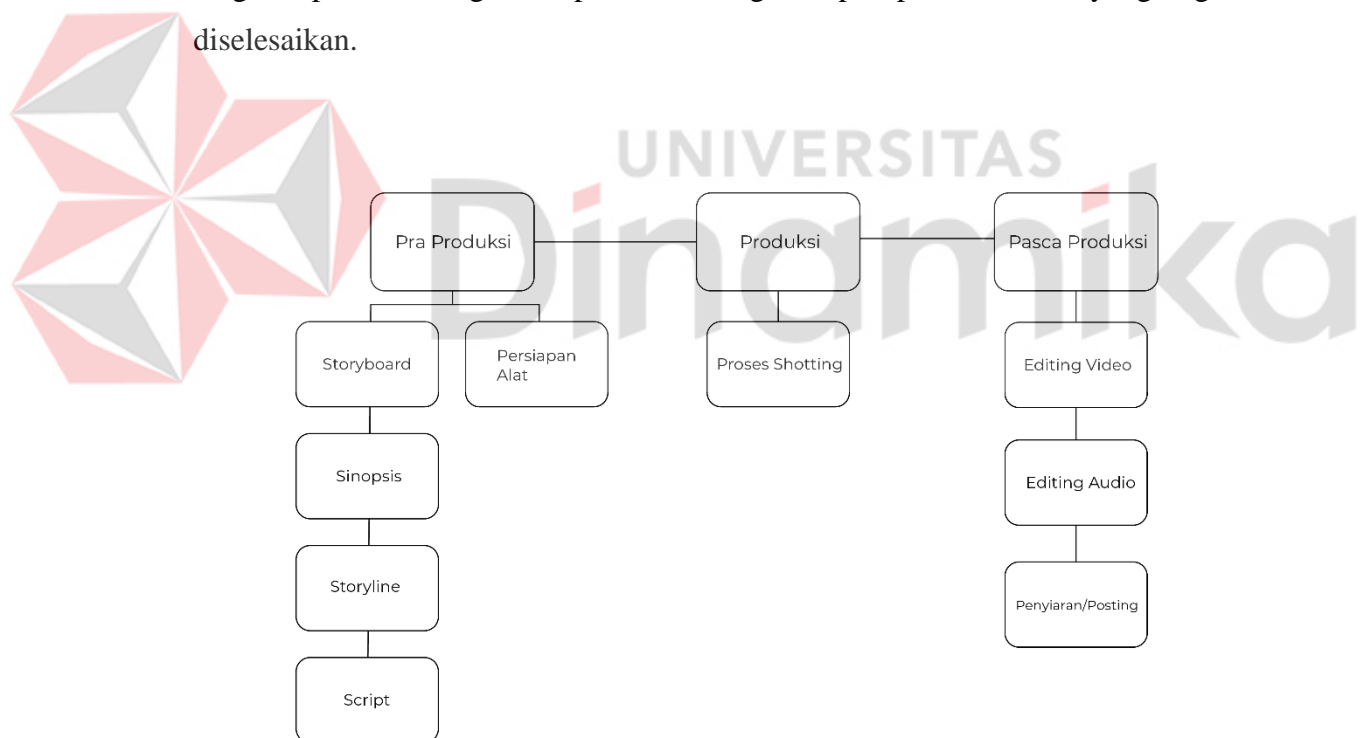
Penyajian data yang akan ditampilkan oleh peneliti berupa paragraf singkat, atau poin-poin penting dari hasil penelitian.

### 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 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, dan menjadi salah satu tempat wisata alam yang populer 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 membayar. sehingga dapat menambah penghasilan untuk warga Desa Tanjung. Saat itu Desa Tanjung juga bekerja sama dengan Dinas Pariwisata Kabupaten Mojokerto. Diawal dibukanya Waduk Tanjung sebagai wisata membayar, Heri mengajak anak-anak muda yang ada di Desa Tanjung 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 Tanjung. Setelah berjalan lancar dan meningkatnya jumlah pengunjung, terjadi masalah internal antara pihak Desa dengan Pemerintah, sehingga dari pihak desa sepakat untuk berhenti mengelola Waduk Tanjung untuk sementara waktu, yang berimbas pada Waduk Tanjung 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 Tanjung 100% menjadi milik desa. Heri melakukan promosi lagi dengan cara memotret beberapa wahana yang ada di Waduk Tanjung untuk meningkatkan jumlah pengunjung lagi, tetapi cara tersebut belum efektif sehingga Waduk Tanjung masih terbilang sepi pengunjung, sehingga pembuatan video promosi merupakan cara paling efektif untuk dapat menarik pengunjung ke wisata alam Waduk Tanjung.



#### 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 spotselvie 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 Spots selfie 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 spotselvie 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 disebar luaskan 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 spotselkie 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.



UNIVERSITAS  
Dinamika

#### 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 spotselvie 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 spotselvie unik yang dibuat oleh warga dari Desa Tanjungan. Waduk Tanjungan juga memiliki fasilitas kapal untuk digunakan wisatawan mengelilingi waduk.

#### **4.2.6 Analisa SWOT**

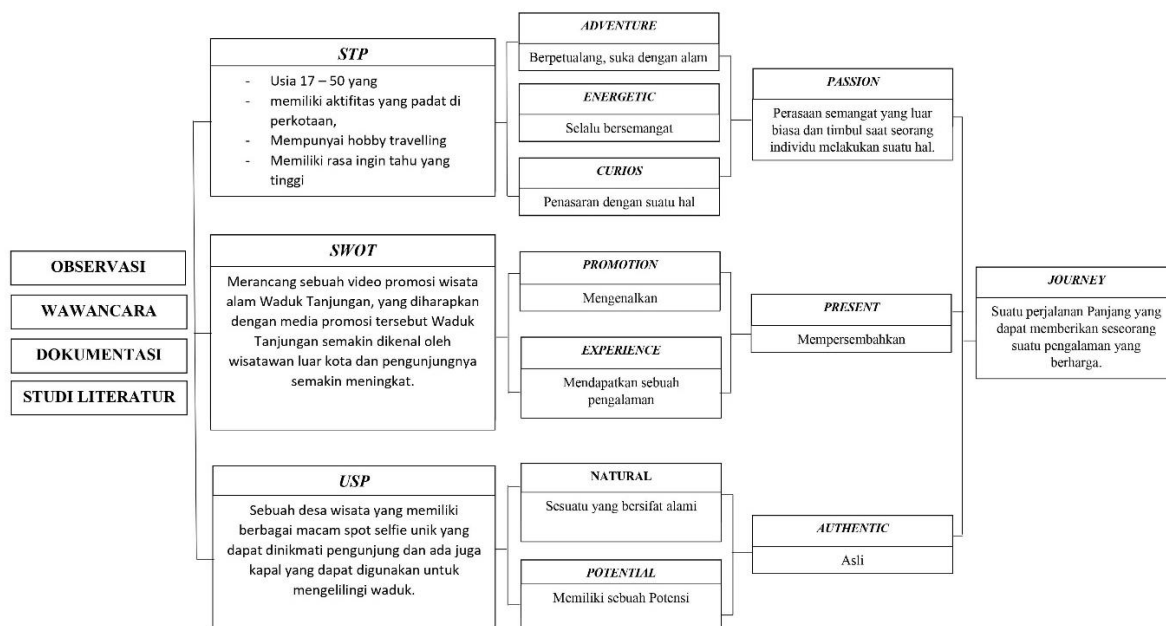
Dari hasil analisis SWOT yang telah dirancang dapat disimpulkan bahwa untuk merancang sebuah keyword dan konsep dapat mendukung hasil dari perancangan video promosi ini.

<b>Internal (S/W)</b>	<b>Strength</b>	<b>Weakness</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Waduk Tanjungan memiliki banyak objek wisata yang dapat dinikmati oleh wisatawan yang berkunjung.</li> <li>• Wisata yang murah dan memiliki banyak fasilitas.</li> <li>• Menjadi tempat yang cocok untuk liburan keluarga</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kurangnya media pendukung video promosi yang memperkenalkan wisata alam Waduk Tanjungan.</li> <li>• Kurang dikenali oleh wisatawan luar kota.</li> <li>• Akses dari Locket menuju ke waduk cukup jauh</li> </ul>
<b>Eksternal (O/T)</b>	<b>Opportunity</b>	<b>W-O</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Adanya dukungan dari pemerintah Desa Tanjungan untuk mengembangkan wisata alam Waduk Tanjungan</li> <li>• Kemajuan teknologi yang dapat dijadikan media promosi.</li> <li>• Menjadikan Kabupaten Mojokerto lebih dikenal oleh wisatawan dari luar kota</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Merancang sebuah video promosi wisata alam Waduk Tanjungan untuk memperkenalkan kepada para wisatawan yang berada di luar kota.</li> </ul>
	<b>Threat</b>	<b>W-T</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Banyaknya tempat wisata alam yang berada di Kabupaten Mojokerto.</li> <li>• Kondisi pengunjung yang fluktuatif.</li> <li>• Terdapat wisata alam yang berada dekat dengan Waduk Tanjungan.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Merancang video promosi beserta media pendukungnya sebagai upaya meningkatkan daya tarik wisatawan dan jumlah kunjungan.</li> </ul>

**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

### 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*”

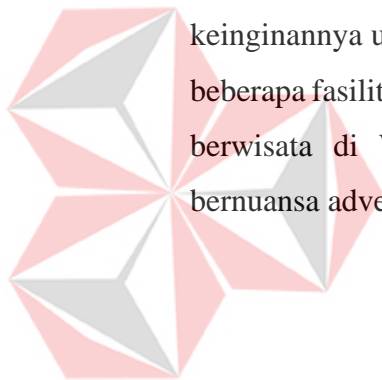
dimana di dalam video akan menunjukkan kelebihan dan keunikan yang ada di wisata alam Waduk Tanjungan. Dalam video tersebut juga akan menampilkan beautiful shot pemandangan Stasiun Mojokerto dan Waduk Tanjungan yang diambil menggunakan drone.

#### **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***

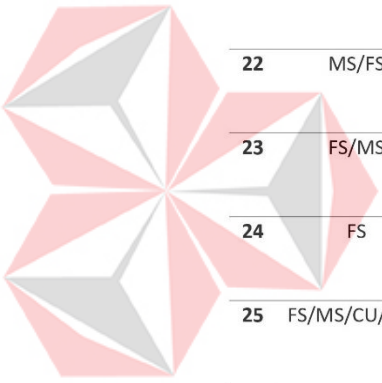
Seorang wisatawan muda dari luar kota yang melakukan perjalanan ke suatu wisata alam yang di Kabupaten Mojokerto, yaitu Waduk Tanjungan. Wisatawan tersebut melakukan perjalanan menggunakan transportasi kereta api, lalu sesampainya di Waduk Tanjungan, wisatawan tersebut merasa *happy* karena keinginannya 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.



UNIVERSITAS  
Dinamika

## B. Storyline

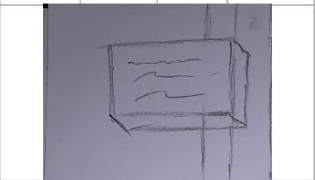
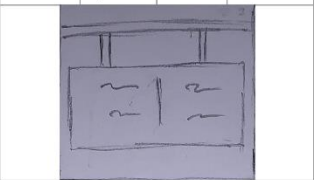
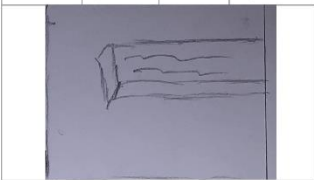




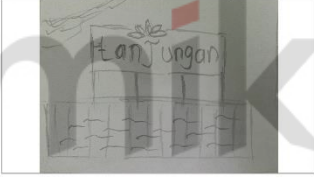


No	Shot size	Video	Menit	Audio
1		Blank Hitam	00.00 – 00.02	Sfx Klakson kereta api
2	CU	Suasana sekitar stasiun (Langkah kaki keramaian) 7 Objek berbeda	00.02 – 00.05	Sfx keramaian Sfx bel stasiun
3	CU	Logo KAI	00.05 – 00.08	Sfx Klakson kereta api
4		Blank Hitam	00.08 – 00.14	Voice Over
5	CU/MS	Suasana 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



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	Scene No. 1	Shot No. 2	Scene No. 1	Shot No. 3
					
Ket : Memperlihatkan suasana di stasiun		Ket : Memperlihatkan suasana di stasiun		Ket : Memperlihatkan suasana di stasiun	
Camera Movement Panning 2 Detik		Camera Movement Panning 2 Detik		Camera Movement Panning 2 Detik	
Scene No. 2	Shot No. 4	Scene No. 3	Shot No. 5	Scene No. 4	Shot No. 6
					
Ket : Talent sedang naik kereta dan melihat keluar		Ket : Memperlihatkan panorama keindahan dan keasrian Waduk Tanjungan		Ket : Memperlihatkan suasana stasiun dari atas	
Camera Movement Panning 4 Detik		Camera Movement Bird Eye 7 Detik		Camera Movement Bird Eye 10 Detik	
<div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div> <p>Title: Video Promosi Waduk Tanjungan</p> <p>Page:</p> </div> <div style="text-align: center; font-size: 2em; opacity: 0.5;">UNIVERSITAS Diponegoro</div> </div>					
Scene No. 5	Shot No. 7	Scene No. 6	Shot No. 8	Scene No. 7	Shot No. 9
					
Ket : Kereta datang		Ket : Memperlihatkan pesona Waduk Tanjungan		Ket : Memperlihatkan tulisan atau icon Tanjungan	
Camera Movement Panning 2 Detik		Camera Movement Bird Eye 9 Detik		Camera Movement dolly zoom in 3 Detik	
Scene No. 8	Shot No. 10	Scene No. 9	Shot No. 11	Scene No. 10	Shot No. 12
					
Ket : Langkah kaki Talent		Ket : Talent berjalan masuk ke Waduk Tanjungan		Ket : Memperlihatkan pepohonan di Waduk Tanjungan	
Camera Movement Panning 2 Detik		Camera Movement Follow 4 Detik		Camera Movement Frog Eye 3 Detik	



Title: Video Promosi Waduk Tanjungan				Page:	
Scene No. <b>11</b>	Shot No. <b>13</b>	Scene No. <b>12</b>	Shot No. <b>14</b>	Scene No. <b>13</b>	Shot No. <b>15</b>
					
Ket : Talent berdiri diam dan menoleh keatas		Ket : Talent menyentuh pepohonan		Ket : Pesona Waduk Tanjungan	
Camera Movement Panning 2 Detik		Camera Movement Panning 1 Detik		Camera Movement Bird Eye 2 Detik	
Scene No. <b>14</b>	Shot No. <b>16</b>	Scene No. <b>15</b>	Shot No. <b>17</b>	Scene No. <b>16</b>	Shot No. <b>18</b>
					
Ket : Talent berjalan menuju wahana spot selfie		Ket : Talent Berfoto dengan Doraemon dan beberapa spot selfie lain		Ket : Talent berjalan ke tempat selfie love	
Camera Movement follow 6 Detik		Camera Movement Panning, Pov, Follow 15 Detik		Camera Movement Follow, Panning 4 Detik	
Scene No. <b>17</b>	Shot No. <b>19</b>	Scene No. <b>18</b>	Shot No. <b>20</b>	Scene No. <b>19</b>	Shot No. <b>21</b>
					
Ket : Talent berjalan melewati jembatan MBB		Ket : Bersandar di jembatan melihat sekitar sambil menghela nafas		Ket : Talent Berputar setelah sampai dipulau kecil yang berada di seberang waduk	
Camera Movement Follow, Zoom Out 6 Detik		Camera Movement Panning 5 Detik		Camera Movement Panning, Follow 8 Detik	
Scene No. <b>20</b>	Shot No. <b>22</b>	Scene No. <b>21</b>	Shot No. <b>23</b>	Scene No.	Shot No.
					
Ket : Talent Bermain ayunan di taman bermain		Ket : Talent berjalan menuju ke kapal		Ket : Talent naik kapal dan mengelilingi Waduk Tanjungan	
Camera Movement Panning 8 Detik		Camera Movement Follow 8 Detik		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.



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. 12 *Font* Milla

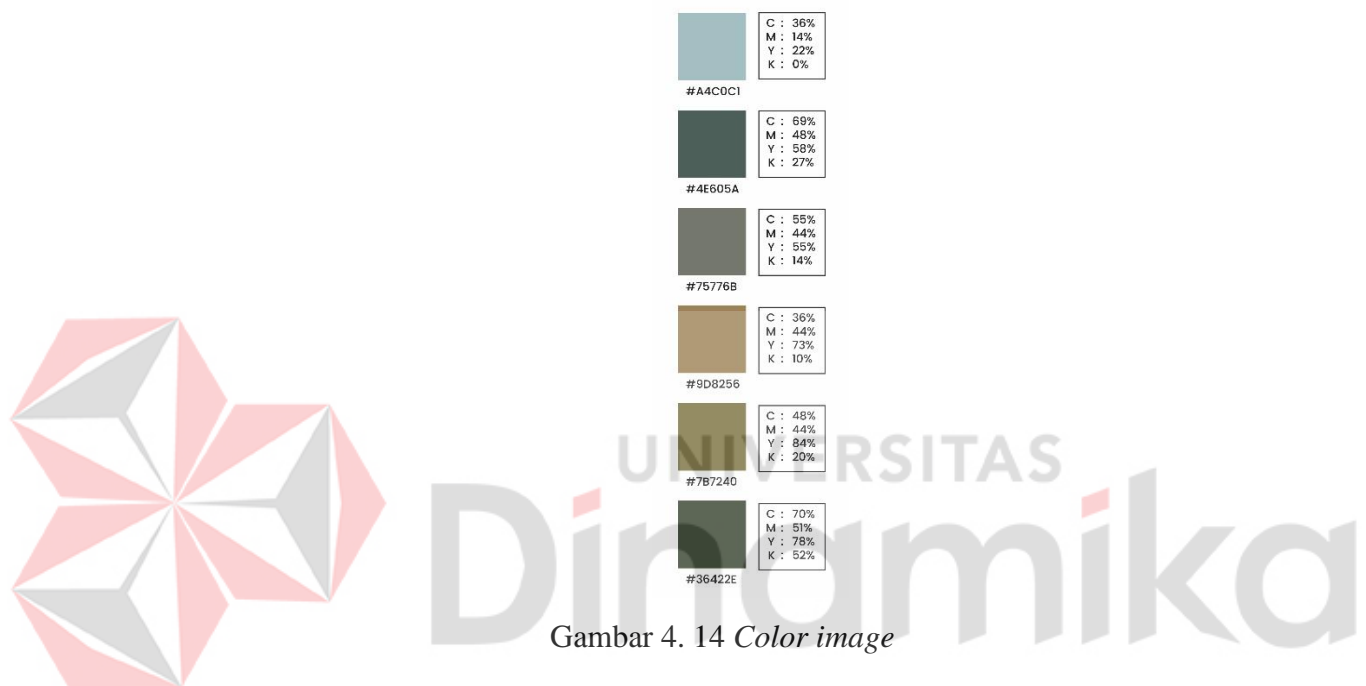


A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z  
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z  
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ! @ # \$ % ^ & \* ( ) \_ ; : ' " . , ?

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*.

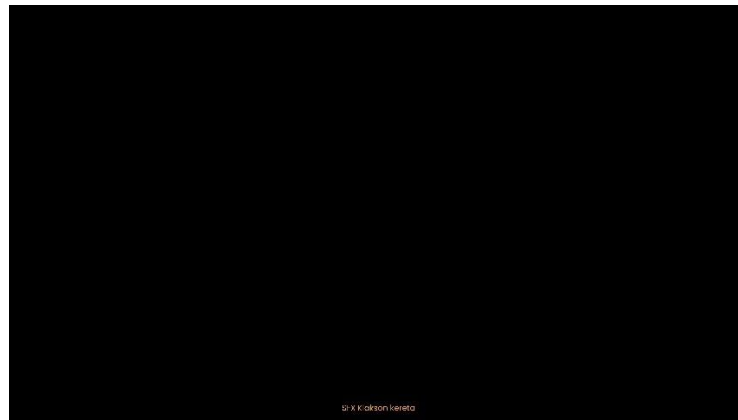


Gambar 4. 14 *Color image*

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



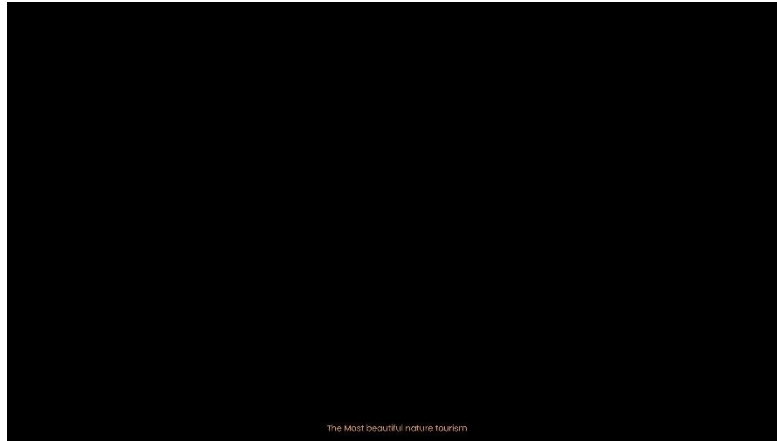
Gambar 4. 15 *Scene 1*

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

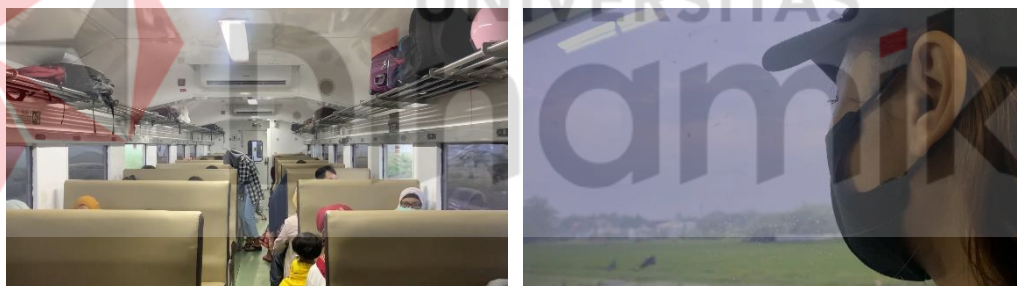


Gambar 4. 16 *Scene 2*

*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*

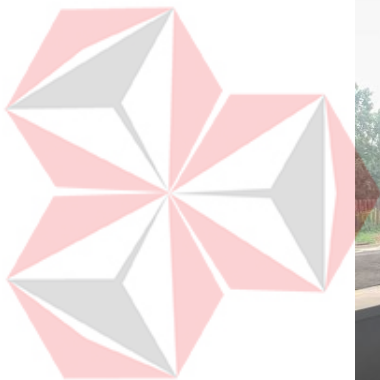
*Scene 5* menampilkan layer dengan blank hitam dengan *sound effect voice over* yang menunjukkan ini lah perjalanan dari si talent di Waduk Tanjungan.

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

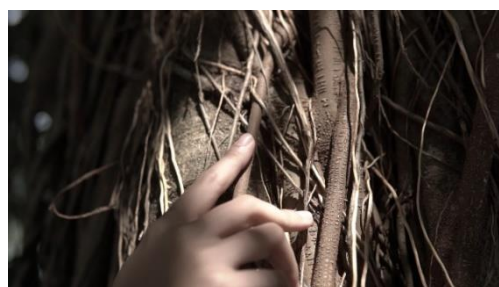
*Scene 11* memperlihatkan talent telah sampai di Waduk Tanjungan, menggunakan teknik *follow* diambil dengan menggunakan *stabilizer* dan kamera.

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.

Gambar 4. 34 *Scene 20*

*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

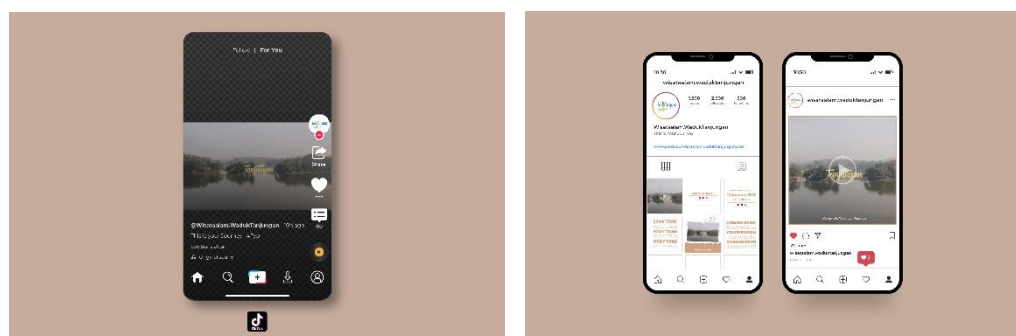
Untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat dibutuhkan sebuah media, agar tujuan yang diinginkan dapat tersampaikan, dibutuhkan sebuah media pendukung seperti Video Youtube atau Instagram atau TikTok, X-Banner, Feeds Instagram dan Merchandise.

### 4.5.2 Strategi Media Pendukung

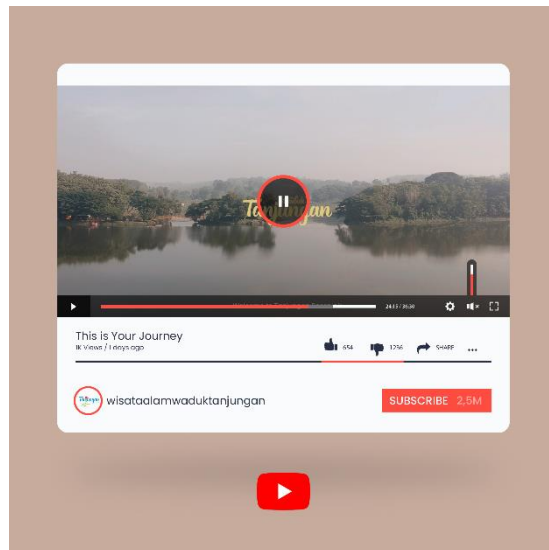
Strategi media merupakan cara untuk mengemas sebuah media yang dapat diterima oleh masyarakat dalam memilih media yang tepat untuk menghasilkan perancangan video promosi yang baik. Berikut strategi promosi yang nantinya akan digunakan dalam perancangan video promosi wisata alam Waduk Tanjungan..

#### 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

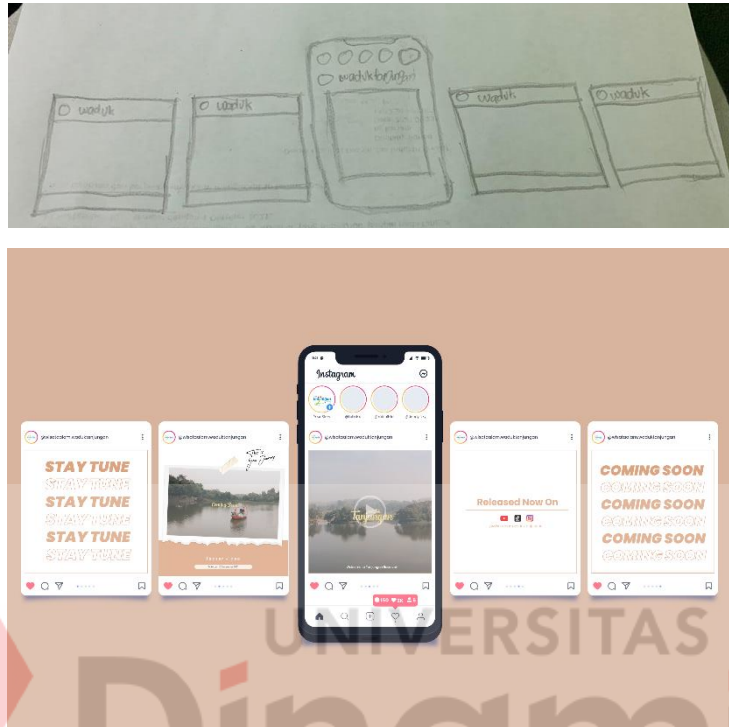
Digunakan pada saat acara tertentu seperti bazar-bazar yang diadakan diluar kota. *X-banner* menampilkan informasi dan memberikan perhatian kepada *audience* untuk mendekat.



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.

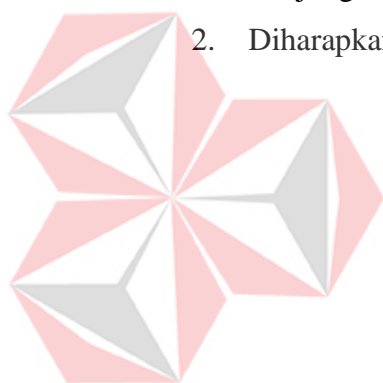
Ada beberapa objek di waduk tanjungan yang belum diketahui oleh wisatawan dari luar kota, karena informasi tentang wisata alam Waduk Tanjungan masih sedikit, dan kurangnya sebuah media promosi yang mendukung untuk mempromosikan wisata alam Waduk Tanjungan. Maka dari itu peneliti menggunakan media promosi 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.



UNIVERSITAS  
**Dinamika**

## 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 Meningkatkan 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). *Kepariwisata dan Perjalanan*. Jakarta. Penerbit: PT Raja Grafindo Persada.
- Anggraini S., Lia dan Kirana Natahalia (2014). *Desain Komunikasi Visual ; Dasar-Dasar Panduan Untuk Pemula*. Bandung : Nuansa Cedikia.
- Arsyad, Azar.2011. *Media Pembelajaran cetakan ke-15*. Jakarta: Rajawali 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.



UNIVERSITAS  
Dinamika