



**PERANCANGAN VIDEO PROMOSI WISATA SEJARAH SEBAGAI
UPAYA MENINGKATKAN EKSISTENSI KAMPUNG PENELEH**

TUGAS AKHIR



**Program Studi
S1 Desain Komunikasi Visual**

**UNIVERSITAS
Dinamika**

Oleh:

Christian Bimo Nugroho

17420100012

FAKULTAS DESAIN DAN INDUSTRI KREATIF

UNIVERSITAS DINAMIKA

2022

**PERANCANGAN VIDEO PROMOSI WISATA SEJARAH SEBAGAI
UPAYA MENINGKATKAN EKSISTENSI KAMPUNG PENELEH**

TUGAS AKHIR

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



Nama

Oleh:

: Christian Bimo Nugroho

NIM

: 17420100012

Program Studi

: S1 Desain Komunikasi Visual

FAKULTAS DESAIN & INDUSTRI KREATIF

UNIVERSITAS DINAMIKA

2022

Tugas Akhir

PERANCANGAN VIDEO PROMOSI WISATA SEJARAH SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN EKSISTENSI KAMPUNG PENELEH

Dipersiapkan dan disusun oleh

Christian Bimo Nugroho

NIM : 17420100012

Telah diperiksa, diuji, dan disetujui oleh Dewan Penguji

Pada: Rabu, 13 Juli 2022

Susunan Dewan Penguji

Pembimbing :

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

NIDN. 0720028701

II. Darwin Yuwono Riyanto., S.T., M.Med.Kom.,ACA

NIDN. 0716127501

Penguji

I. Karsam, MA., Ph.D.

NIDN. 0705076802



Universitas
Dinamika
2022.08.03
14:40:24 +07'00'



Digitally signed
by Universitas
Dinamika
Date: 2022.08.03
14:26:39 +07'00'



Digitally signed by
Universitas Dinamika
Date: 2022.08.03
13:40:39 +07'00'

Tugas Akhir ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan

untuk memperoleh gelar Sarjana



Digitally signed
by Universitas
Dinamika
Date: 2022.08.04
07:30:10 +07'00'

Karsam, MA., Ph.D

NIDN: 0705076802

Dekan Fakultas Desain dan Industri Kreatif

UNIVERSITAS DINAMIKA

LEMBAR MOTTO



UNIVERSITAS
Dinamika

"If we can't find where we belong. We'll have to make it on our own"

LEMBAR PERSEMBAHAN



UNIVERSITAS
Dinamika

Laporan Tugas Akhir ini saya persembahkan untuk Ibu, Keluarga Besar, Sahabat
alumni COVID 19 serta pihak-pihak yang telah
membantu dan turut memotivasi saya

PERNYATAAN
PERSETUJUAN PUBLIKASI DAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Sebagai mahasiswa Universitas Dinamika, Saya :

Nama : Christian Bimo Nugroho
NIM : 17420100012
Program Studi : S1 Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Fakultas Desain dan Industri Kreatif
Jenis Karya : Tugas Akhir
Judul Karya : Perancangan Video Promosi Wisata Sejarah Sebagai
Upaya Meningkatkan Eksistensi Kampung Peneleh

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 diatas 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 diatas 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.

Demikian surat pernyataan ini Saya buat dengan sebenar-benarnya.

Surabaya, 13 Juli 2022

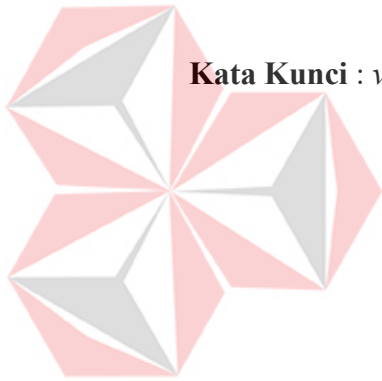


Christian Bimo Nugroho

NIM : 17420100012

ABSTRAK

Surabaya sebagai kota yang kaya akan nilai sejarahnya. Banyak situs memiliki cerita panjang yang masih tersimpan. Kampung Peneleh menjadi salah satu kampung tertua di Kota Surabaya, yang terpilih sebagai salah satu cagar budaya, dikaruniai kekayaan kisah masa lampau yang menarik, diantaranya bahkan berperan cukup besar dalam kondisi perkembangan sosial dan politik bangsa Indonesia, khususnya Surabaya. Namun seiring perkembangan global yang terus berjalan, eksistensi nama besar Peneleh semakin tergerus oleh jaman. Dengan latar belakang tersebut maka merancang sebuah video promosi yang membahas tentang Kampung Peneleh dan menitik terangkan pada sejarah dan kondisi kampung saat ini, dengan tujuan mengangkat kembali eksistensi kampung peneleh sebagai cagar budaya yang mulai meredup. Metode penelitian data yang diambil dalam penelitian ini adalah wawancara, observasi, studi literatur, studi eksisting. Hal tersebut dilakukan untuk mendapatkan data yang lengkap, dan hasil yang akurat. Harapan dari pembuatan video promosi ini adalah agar bermanfaat sebagai edukasi dan sarana informasi bagi masyarakat luas tentang adanya Kampung Peneleh.



Kata Kunci : *video, promosi, kampung peneleh, wisata sejarah.*

UNIVERSITAS
Dinamika

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kepada Tuhan yang Maha Esa karena kasih-Nya peneliti bisa membuat Tugas Akhir. Penelitian ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual di Universitas Dinamika. Penelitian Tugas Akhir ini tidak akan berhasil tanpa bantuan beberapa pihak, maka dari itu peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dhika Yuan Yurisma, M.Ds., ACA selaku Ketua Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual Universitas Dinamika dan selaku Dosen Pembimbing 1.
2. Darwin Yuwono Riyanto, S.T., M.Med.Kom., AC selaku Dosen Pembimbing 2.
3. Orangtua yang tiada henti memberikan dukungan, semangat, dan motivasi untuk menyelesaikan Tugas Akhir.
4. Teman-teman sekalian Rizki, Hafidh, Zanzu, Dhita, Aulia, Shella yang selalu memberikan bantuan, dukungan, dan semangat dalam proses menyelesaikan Tugas Akhir.
5. Serta semua pihak yang telah bersedia membantu dan memberikan semangat dalam proses penyelesaian Tugas Akhir.

Peneliti menyadari bahwa masih banyak kekurangan yang mendasar pada Tugas Akhir ini. Oleh karena itu, Penulis berharap pembaca dapat memberikan saran serta kritik yang dapat membangun dan menyempurnakan.

Surabaya, 13 Juli 2022

Christian Bimo Nugroho

17420100012

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Batasan Masalah	6
1.4 Tujuan.....	6
1.5 Manfaat.....	6
BAB II LANDASAN TEORI	7
2.1 Penelitian Terdahulu.....	7
2.2 Video	7
2.2.1 Video Promosi	10
2.4 <i>Editing</i>	10
2.4.1 Jenis-jenis <i>Editing</i>	10
2.4 Cagar Budaya.....	11
2.5 Situs Sejarah	12
2.5 Kampung Peneleh.....	12
2.6 Media Sosial	14
2.7 Wisata Edukasi	14
2.8 Eksistensi.....	15
2.9 Promosi.....	15
2.10 <i>Typography</i>	16
2.11 <i>Color Grading</i>	16
2.12 Prinsip Desain.....	17
BAB III METODE PENELITIAN	19
3.1 Metode Penelitian.....	19
3.2 Unit Analisis.....	19
3.2.1 Objek Penelitian	19
3.2.2 Subjek Penelitian	20

3.2.3 Lokasi Penelitian	20
3.3 Teknik Pengumpulan Data	20
3.3.1 Wawancara	20
3.3.2 Observasi	21
3.3.3 Studi Literatur	22
3.3.4 Studi Kompetitor	22
3.3.5 Dokumentasi	22
3.4 Teknik Analisis Data	22
3.4.1 Reduksi	23
3.4.2 Penyajian	23
3.4.3 Penarikan Kesimpulan	23
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	24
4.1 Hasil Temuan Data	24
4.1.1 Hasil Observasi	24
4.1.2 Hasil Wawancara	25
4.1.3 Hasil Dokumentasi	27
4.1.4 Studi Literatur	29
4.1.4 Studi Kompetitor	29
4.2 Hasil Analisis Data	30
4.2.1 Reduksi Data	30
4.2.2 Penyajian Data	31
4.3 Penarikan Kesimpulan	32
4.4 Konsep dan Keyword	33
4.4.1 Analisis STP (<i>Segmentation, Targenting, Positioning</i>)	33
4.4.2 Analisis USP (<i>Unique Selling Propositioning</i>)	34
4.4.3 Analisis SWOT	34
4.4.4 Key Communication Message	36
4.4.5 Deskripsi Konsep	37
4.5 Perancangan Karya	37
4.5.1 Tujuan Kreatif	37
4.5.2 Strategi Kreatif	37
4.6 Perancangan Media Pendukung	50
4.6.1 Brosur	50
4.6.2 Merchandise	50
4.6.3 X-Banner	51

4.7 Implementasi Karya.....	DAFTAR ISI	51
4.7 Media Pendukung.....		57
4.7.1 Brosur		57
4.7.2 X-Banner		58
4.7.2 <i>Merchandise</i>		58
BAB V PENUTUP		59
5.1 Kesimpulan.....		59
5.2 Saran.....		59
DAFTAR PUSTAKA		60
LAMPIRAN		62



UNIVERSITAS
Dinamika

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Wawancara kepada Lurah Peneleh.....	14
Gambar 4. 2 Salah satu penampilan area situs Sumur Jobong.....	28
Gambar 4. 3 Tugu penanda situs Rumah Kelahiran Ir. Soekarno	28
Gambar 4. 4 Salah satu scene video kompetitor.....	29
Gambar 4. 5 Salah satu scene video kompetitor.....	29
Gambar 4. 6 Skema warna yang dipakai oleh peneliti	45
Gambar 4. 7 Font Gotham.....	45
Gambar 4. 8 Font Sono.....	46
Gambar 4. 9 Font Long Shot.....	46
Gambar 4. 10 Sketsa desain brosur	50
Gambar 4. 11 Sketsa desain merchandise	50
Gambar 4. 12 Sketsa desain x-banner	51
Gambar 4. 13 Proses editing penggabungan video dan musik.....	51
Gambar 4. 14 Proses coloring	52
Gambar 4. 15 Proses penambahan grafis	52
Gambar 4. 16 Proses editing format portrait	53
Gambar 4. 17 Salah satu scene pembuka	53
Gambar 4. 18 Salah satu scene mengunjungi Museum HOS Tjkoraminoto	54
Gambar 4. 19 Salah satu scene mengunjungi Sumur Jobong.....	54
Gambar 4. 20 Salah satu scene mengunjungi Masjid Jami' Peneleh.....	55
Gambar 4. 21 Salah satu scene mengunjungi Makam Belanda Peneleh	55
Gambar 4. 22 Salah satu scene mengunjungi Rumah Kelahiran Ir. Soekarno	56
Gambar 4. 23 Salah satu scene penutup	56
Gambar 4. 24 Publikasi Instagram kec_gentengsbby	56
Gambar 4. 25 Publikasi Instagram exploresurabaya	56
Gambar 4. 27 Desain Brosur Belakang	57
Gambar 4. 26 Desain Brosur Depan.....	57
Gambar 4. 28 Gambar Display X-Banner	58
Gambar 4. 29 Media Pendukung Gantungan Kunci.....	58

DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1 Analisis SWOT.....	34
Tabel 4. 2 Storyline	38
Tabel 4. 3 Storyboard	40
Tabel 4. 4 Daftar Scene	47



UNIVERSITAS
Dinamika

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Biodata Penulis	62
Lampiran 2: Hasil Plagiasi Laporan Tugas Akhir	63
Lampiran 3: Kartu Bimbingan.....	64
Lampiran 4: Kartu Seminar	65



UNIVERSITAS
Dinamika

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Sejarah merupakan rangkaian cerita yang mengikat pada suatu zaman, segala yang terjadi di masa lalu yang mempengaruhi kehidupan di masa sekarang maupun mendatang. Menurut Roeslan Abdulgani sejarah merupakan ilmu yang diibaratkan dengan penglihatan tiga dimensi; pertama melalui penglihatan ke masa silam, kedua masa sekarang, dan ketiga ke masa yang akan datang (Abdulgani, 1964). Dengan kata lain, penyelidikan di masa lampau tidak dapat melepaskan diri dari kenyataan masa sekarang yang sedang dihadapi, dan juga tidak dapat dilepaskan dari perspektif masa depan. Surabaya sebagai kota pahlawan tentunya tidak bisa lepas dari pesona historikal di setiap sudut kota nya. Berbagai cerita menyebar luas mulai dari masa kerajaan, hingga perjuangan kemerdekaan Indonesia semua tersimpan hangat di kota ini. Bangunan-bangunan bersejarah seperti Tugu Pahlawan, Hotel Majapahit, Jembatan Merah masih berdiri kokoh dan tak pernah terkikis oleh jaman. Hal ini tak lepas dari peran masyarakat dan pemerintah untuk turut menjaga warisan leluhur bangsa ini. Kesadaran masyarakat dalam hal pengetahuan sejarah memiliki andil besar dalam eksistensi peninggalan-peninggalan pendahulu kita agar terus tetap terawat dan terjaga.

Peneleh adalah salah satu kampung tertua di Surabaya yang berada di tengah kota yang mulai meredup eksistensinya. Tidak dapat dipungkiri bahwa sebagai kampung tertua peneleh memiliki pengaruh besar dalam kehidupan sosial di Kota Surabaya. Tidak hanya dari segi pengetahuan, melainkan juga hal apa saja menarik dan layak didatangi di kampung tersebut. Di era modern ini, Kampung Peneleh tumbuh sebagai kampung yang hijau & masih didominasi sang bangunan-bangunan tua meskipun terdapat beberapa bangunan modern. Tidak hanya bangunan tua saja yang mendominasi kampung Peneleh, melainkan juga masyarakatnya yg ramah & rukun dan tentram meski memiliki banyak diferensiasi agama, ras & budaya. Masyarakat kampung ini terdiri oleh suku Jawa, Bali, Madura & Tionghoa. Tetapi pada kampung Peneleh ini yg tepatnya berada pada era globalisasi ini perbedaan

tadi bukanlah penghalang bagi mereka agar bisa tentram bersama menjadi sebuah masyarakat yang rukun.

Kampung Peneleh memiliki beberapa lokasi penting dan bersejarah yang layak dijadikan tujuan wisata, antara lain Makam Peneleh yang merupakan kompleks makam tua peninggalan Belanda yang ada sejak tahun 1814, Pasar Peneleh, Masjid Peneleh, Jembatan Peneleh dan jejak Soekarno pun juga ada di kampung Peneleh ini. Dan diantara beberapa situs menarik itu, yang paling mencolok adalah rumah HOS Cokroaminoto yang merupakan rumah dari Raden Hadji Oemar Said Tjokroaminoto, Raden Hadji Oemar Said Tjokroaminoto atau HOS Cokroaminoto dikenal sebagai tokoh nasional dan populer sebagai Pemimpin Sarekat Islam yaitu organisasi politik pertama di Indonesia. Menurut surat Keputusan Walikota Surabaya Nomor : 188.45 / 310 / 436.1.2 / 2009, tentang Penetapan Status Penggunaan Tanah dan Bangunan Cagar Budaya Yang Terletak di Jl. Peneleh 7 NO. 29-31 Surabaya Dalam Pengelolaan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Surabaya, Rumah HOS Tjokroaminoto telah ditetapkan sebagai cagar budaya dan warisan leluhur bangsa. (JDIH Kota Surabaya, 2008).



Gambar 1. 1 Sertifikat dari Menteri Pendidikan dan Kebudayaan

Rumah ini tak hanya berfungsi sebagai tempat tinggal, namun oleh keluarga Cokroaminoto dijadikan rumah indeks bagi para pelajar *Hogere Burgerlijks School (HBS)*. Dalam perjalanannya rumah ini juga seringkali berfungsi sebagai pondok pesantren kecil. dan mereka tidak sekedar belajar ilmu agama, tetapi juga mengembangkan kemampuan berpolitik. Di rumah ini juga tersimpan berbagai koleksi barang-barang antik peninggalan beliau, beberapa masih utuh, beberapa lainnya sudah diduplikasi, karena lapuk dimakan oleh jaman, sehingga Pemerintah Kota Surabaya membuat rumah HOS Cokroaminoto menjadi salah satu cagar

budaya Surabaya. Rumah HOS Tjokroaminoto juga telah mendapatkan sertifikat dari Menteri Pendidikan dan Kebudayaan pada tanggal 30 Oktober 2018, sebagai Bangunan Cagar Budaya Peringkat Nasional berdasarkan Keputusan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Nomor: 189/M/2017.

Sebagai salah satu situs yang sudah terdaftar dan bersertifikasi sebagai cagar budaya oleh pemerintah, rumah HOS Cokroaminoto memiliki data kunjungan yang relatif minim. Berdasarkan wawancara penulis kepada Mas Arif selaku salah satu pengurus/pengelola rumah HOS Tjokroaminoto, dan melihat buku daftar kunjungan yang ada pada museum tersebut, didapatkan rata-rata jumlah pengunjung dalam satu hari berkisar 4-8 orang saja dihari biasa, dan sedikit meningkat pada hari tertentu seperti hari libur.



Gambar 1. 2 Data Kunjungan Wisatawan Kampun Peneleh 4 Tahun Terakhir

Sumber : UPTD Tugu Pahlawan

Bisa disimpulkan dari data grafik yang tertera diatas, didapatkan fakta bahwa jumlah kunjungan wisatawan pada museum tersebut mengalami penurunan. Walaupun sempat tutup sementara dikarenakan pandemi, dan tidak ada jumlah kunjungan, namun ketika dibuka kembali, jumlah kunjungan tidak bisa mencapai jumlah yang sebanding dengan tahun sebelum masa pandemi. Hal ini menjadi indikator bahwa *brand awarness* pada kampung ini mulai menurun.

Sebagai tempat kunjungan wisata dengan harga tiket masuk yang gratis, jumlah ini cenderung sedikit. Mengingat dibanding dengan situs wisata yang serupa, seperti Museum Sepuluh Nopember angka tertinggi kunjungan bisa mencapai 329.778 pada tahun 2019, lalu dengan Museum Surabaya angka tertinggi kunjungan bisa mencapai 320.595 kunjungan pada tahun yang sama.

Ada pula situs lain yang menjadi tempat kunjung favorit orang luar adalah Makam Belanda Peneleh yang merupakan salah satu kompleks makam tertua di Jawa Timur, biasanya sering didatangi oleh antropolog, sejarawan, arsitek, sosiolog dan fotografer dari dalam negeri maupun luar negeri karena keunikan arsitekturnya (Noviyanto, 2011). Selain itu terdapat situs-situs lain yang juga memiliki nilai sejarah didalamnya seperti rumah kelahiran Ir. Soekarno, Masjid Jami' yang merupakan peninggalan dari sunan Ampel, serta sumur bojong yang merupakan peninggalan dari Majapahit.

Dari latar belakang tersebut memang harus diakui bahwa peneleh merupakan salah satu peninggalan budaya yang harus tetap dijaga dan dilestarikan keberadaannya. Namun keberadaan situs-situs pada kampung ini beberapa jarang terdengar oleh pendatang khususnya para wisatawan. Hanya beberapa kalangan dan dengan tujuan tertentu yang tahu dan ingin mengulik sebagian kecil dari banyaknya kisah yang tersimpan di dalam kampung tersebut. Disertai dengan pembangunan gedung bertingkat yang *masive* disekitaran kampung, membuat eksistensi kampung ini semakin meredup.

Upaya dari masyarakat sendiri sebenarnya sudah cukup banyak untuk mengusulkan Kampung Peneleh sebagai destinasi wisata sejarah. Mulai dari pemasangan *sign* pada situs-situs tertentu hingga renovasi ulang beberapa situs yang sudah sedikit rusak. Juga diungkapkan warga dalam reses yang digelar Sekretaris Komisi A DPRD Surabaya Budi Leksono, warga sempat menyampaikan aspirasinya pada forum tersebut. Namun didapati juga fakta yang terjadi di lapangan pada 15 Mei 2022, penulis berkunjung dan beberapa situs masih belum memiliki pengelola/penjaga pasti.

Menurut informasi dari warga setempat, beberapa kegiatan sempat dilakukan sebagai upaya pemeretaan pengenalan seluruh situs-situs yang ada di Kampung Peneleh, contohnya seperti Peneleh *Heritage Walk* yang diprakasai oleh komunitas *Surabaya Urban Track*. Kegiatan ini berupa jalan-jalan sekaligus *napak tilas* ke situs-situs yang ada di Kampung Peneleh, dengan tujuan menghidupkan kembali warisan budaya bangsa. Namun selain diluar *event* kunjungan/jalan-jalan, tersebut warga sendiri selalu terbuka kepada setiap pengunjung yang ingin datang untuk belajar sejarah ataupun sekedar berjalan-jalan mengelilingi kampung tersebut..

Mas Kuncarsono yang merupakan penggiat sejarah mengatakan bahwa Kampung Peneleh ini kaya akan potensi wisata dengan situs-situs sejarah yang ada, banyak yang bisa digali dan dipelajari dari kampung ini, mulai dari segi arsitektur, struktur sosial, hingga transisi perkembangan dari masa ke masa. Harapannya adalah jumlah minat kunjung masyarakat dapat meningkat sehingga walaupun kegiatan wisata tersebut belum dapat memberikan kontribusi dalam peningkatan ekonomi masyarakat, setidaknya situs-situs yang ada tetap eksis dan tidak terlupakan dalam jangka waktu yang panjang. Dengan begitu diharapkan dapat menarik perhatian pemerintah untuk lebih mengelola dan mengurus kegiatan wisata di kampung ini dengan lebih optimal dan matang.

Diiringi dengan perkembangan informasi dan teknologi yang terus ada, maka perlu dilakukan suatu penyegaran pada rana promosi, mulai dari bentuk format, media, sampai target pasar yang dituju, agar situs ini tetap dikenal masyarakat dari generasi ke generasi dan namanya tidak meredup. Perlu diingat juga bahwa Kampung Peneleh tidak hanya menjual cerita sejarah saja, melainkan banyak bangunan kuno otentik yang masih berdiri kokoh yang bisa dijadikan sebagai spot foto menarik. Oleh karena itu penulis merancang sebuah penelitian untuk pembuatan video promosi desa wisata, supaya nantinya dapat dijadikan sebagai sarana promosi, juga edukasi sekaligus arsip digital dari Kampung Peneleh. Di sisi lain, peneleh sendiri belum memiliki video promosi yang optimal di media digital. Situs-situs di Kampung Peneneleh belum merata jika diukur dari jumlah kunjungan masing-masing situs. Diharapkan dengan adanya video promosi ini mampu menjawab masalah yang ada dengan membantu memperkenalkan situs-situs Kampung Peneleh yang masih jarang terdengar atau dikunjungi. Peneliti menggunakan sarana media yang paling diminati oleh masyarakat saat ini untuk mencari refrensi maupun tontonan video yaitu Youtube, Tiktok, dan Instagram. Maka dari itu video akan dibuat dengan 2 format yang berbeda yaitu portrait dan landscape. Serta menambahkan media pendukung seperti brosur, merchandise x-banner untuk digunakan saat pameran pariwisata di beberapa acara nantinya.

1.2 Rumusan Masalah

Melalui latar belakang yang telah dijelaskan, diperoleh sebuah rumusan masalah dan data kunjungan yang diperoleh, eksistensi Kampung Peneleh sebagai desa yang kaya akan situs bersejarah tidak terlalu mencolok dan cenderung meredup, lalu bagaimana cara merancang video promosi untuk kampung ini agar meningkatkan eksistensi Kampung Peneleh?

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan, dapat disimpulkan dua batasan masalah diantaranya:

1. Merancang naskah video Kampung Peneleh
2. Membuat/memproduksi video promosi dengan dua format (portrait dan landscape)
3. Publikasi video promosi melalui media Youtube, Tiktok, dan Instagram
4. Perancangan media pendukung berupa brosur, merchandise dan x-banner

1.4 Tujuan

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Merancang dan memproduksi video promosi wisata sejarah sebagai upaya meningkatkan eksistensi seluruh situs yang ada di Kampung Peneleh

1.5 Manfaat

Hasil Perancangan ini diharapkan dapat memiliki manfaat untuk:

1. Diharapkan sekurang-kurangnya dapat memberikan refrensi sumbangan pemikiran terhadap dunia pendidikan di Indonesia, khusus nya hal yang terkait pada pembuatan video promosi Wisata Sejarah Kampung Peneleh
2. Dari perancangan video yang dihasilkan diharapkan dapat merangsang dan meningkatkan minat kunjung wisatawan terhadap Kampung Peneleh termasuk seluruh situs sejarah di dalamnya
3. Diharapkan situs-situs sejarah di Kampung Peneleh dapat dikenal secara keseluruhan dan merata

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Penelitian Terdahulu

Dalam perancangan ini, peneliti akan memaparkan penelitian terdahulu yang relevan dengan topik yang diangkat oleh peneliti, khususnya mengenai perancangan video promosi cagar budaya.

Setelah melakukan observasi digital, Tectona Radike dalam jurnalnya yang berjudul "Perancangan Video Promosi Wisata Surabaya dengan Tema Cagar Budaya" penelitian ini dilakukan di kota Surabaya dengan batasan rancangan yang di bahas adalah beberapa situs Cagar Budaya di Surabaya diantaranya Tugu Pahlawan, Bambu Runcing, Hotel Majapahit, Gedung Internatio, Jembatan Merah, Gedung Cerutu, dan Balai Pemuda. Dalam materi konten yang diterangkan, tidak terdapat Kampung Peneleh. Hal ini yang menjadi dasar pendukung peneliti untuk membuat video promosi mengenai Kampung Peneleh. Dengan harapan dengan lingkup yang lebih mengerucut, dapat menyuguhkan informasi yang menarik dan lebih detail.

Secara media publikasi, peneliti sebelumnya menggunakan saluran televisi pada beberapa hotel di Surabaya guna menayangkan video promosinya. Sedangkan peneliti saat ini memilih media sosial Youtube, Instagram dan TikTok, dengan alasan dapat memperluas segmentasi, dan target audiens yang dituju, sehingga lingkup dari penonton video promosi ini nantinya bisa tidak terbatas.

2.2 Video

Menurut Arsyad (Arsyad, 2011) video merupakan berbagai gambar dalam frame yang akan diproyeksikan melalui lensa proyektor maupun panel digital secara mekanis sehingga gambar terlihat hidup di dalam layar. Dari pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa video merupakan salah satu jenis *audio/visual* yang menggambarkan suatu objek gerak bersamaan dengan suara yang sesuai. Kemampuan ini menjadi kelebihan tersendiri untuk video sebagai sarana media

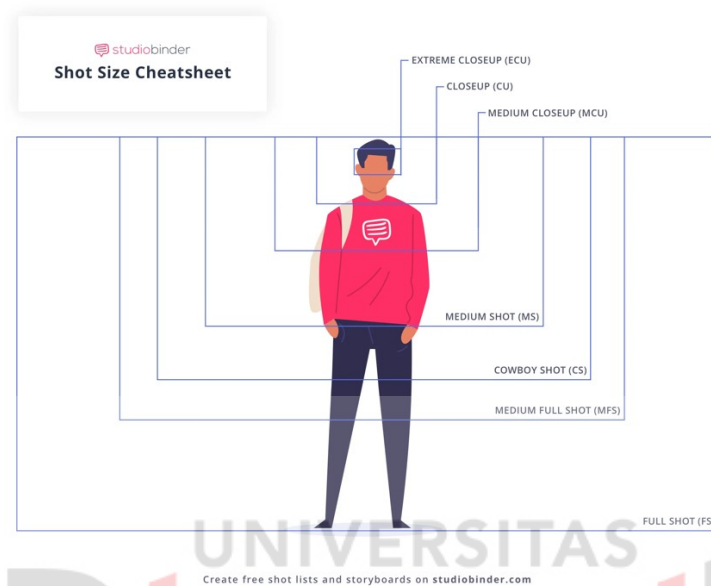
yang memiliki daya tarik sendiri. Adapun format video ini dimanfaatkan sebagai kampanye iklan yang disebut video promosi

Di dalam sebuah proses pengambilan video terdapat variasi/teknik dalam gambar guna menunjang estetika video serta membuat video lebih terlihat realistis dimata audiens, diantaranya adalah:

1. Pergerakan Kamera, disebut pergerakan karena badan kamera bergerak terhadap subjek, diantaranya adalah :
 - a. *Stay* : Kamera tidak bergerak ke kanan maupun ke kiri. Teknik ini biasanya menggunakan alat pendukung seperti *tripod* agar gambar tidak goyang dan stabil
 - b. *Pan* : Gerakan kamera pada poros horizontal, kamera digerakan menuju ke arah samping kiri maupun kanan.
 - c. *Tilting* : Gerakan kamera secara vertikal, gerakan ini membuat kamera seakan menoleh ke atas maupun bawah, biasanya teknik ini digunakan untuk menambah kesan dramatis, ataupun mempertajam situasi
2. Sudut pandang kamera, atau *Camera Angle* adalah realisasi sudut pandang yang diterapkan pada gambar untuk memperlihatkan objek, pemandangan, bangunan, dsb. Kegunaan dari teknik adalah untuk menciptakan gambar yang lebih variatif dan tidak membosankan
 - a. *Eye Level Angle* : Sesuai dengan namanya, kamera diletakan se-level dengan pandangan mata manusia pada umumnya. Hal ini dapat memberikan kesan seakan penonton berada di tempat yang sama dengan talent yang ada di video tersebut
 - b. *High Angle* : Sudut ini diambil dari kamera berada diposisi atas dan cenderung merunduk. Teknik dengan pengambilan seperti ini biasanya untuk memberikan kesan kecil, rendah, terpencil.
 - c. *Low Angle* : Kebalikan dari *High Angle* kamera diposisikan dibawah dan mendongak keatas. Hal ini bertujuan untuk menciptakan objek seakan besar, megah, berwibawa.
 - d. *Bird Eye/Aerial* : Pengambilan gambar ini kamera diposisikan jauh lebih tinggi dari objek yang diambil untuk menunjukan luas suatu wilayah.

Biasanya menggunakan helikopter juga bisa dengan pesawat tanpa awak (*drone*)

3. Format *Shot field of view* adalah komposisi perspektif visual yang tampak oleh indra pengelihatan kita pada posisi dan orientasi tertentu, yang terdiri sebagai berikut :



Gambar 2. 1 Diagram/sizechart *shot field of view*
(Sumber : <https://www.studiobinder.com/>)

- a. *Close Up* : Shoot menampilkan batas frame bawah adalah bahu hingga atas kepala
- b. *Medium Close Up* : Menampilkan batas frame bawah adalah dada
- c. *Big Close Up* : Bagian yang diambil pada komposisi ini sedikit berbeda, dan memberikan kesan besar pada objek, contoh pada wajah maka yang diambil batas bawahnya adalah dagu hingga dahi
- d. *Extreme Close Up* : Biasanya digunakan untuk memperlihatkan detail tertentu, karena gambar yang diambil cenderung sempit dan memenuhi satu frame
- e. *Long Shot/Full Shot* : Pengambilan gambar dari jarak jauh sehingga objek yang dituju terlihat secara utuh keseluruhan

- f. *Medium Full Shot* : Pengambilan gambar sebatas bawah terpaku pada paha hingga atas kepala

2.2.1 Video Promosi

Menurut Degey video promosi adalah video yang digunakan untuk mempromosikan sesuatu (Degey, 2016). Ciri dari video promosi adalah mempromosikan sesuatu secara lebih detail dengan durasi yang lebih panjang dari video iklan karena proses pengambilan gambar untuk video promosi harus dilakukan secara berkala dari objek yang ingin dipromosikan agar hasil dari video promosi tersebut lebih terperinci dan mencakup semua hal yang berhubungan dengan objek tersebut. Akar dari sebuah video promosi adalah bertujuan menampilkan potensi nilai jual pada sebuah objek.

Pada penelitian ini, Peneleh sebagai bahasan topik memiliki potensi yang cukup tinggi untuk dijadikan pilihan favorit dalam kategori wisata edukasi, maupun wisata sejarah.

2.4 Editing

Editing merupakan suatu proses penyusunan gambar foto atau video yang sudah selesai perekamannya (Nardi, 1977) Penjelasan paling sederhana tujuan dari *editing* adalah menyeleksi *shot* gambar yang telah diambil. *Editing* memberikan peranan penting bagi hasil produksi, bahkan melalui *editing* beberapa keterbatasan mapapun kesalahan saat proses produksi dapat diperbaiki pada proses paska produksi. Secara umum penyusunan *shot* dilakukan berdasarkan naskah yang sudah ditetapkan agar alur cerita terbentuk dan jelas.

2.4.1 Jenis-jenis *Editing*

Jenis-jenis editing ada dua macam :

1. *Linear Editing*

Jenis penyuntingan *linear editing* memotong-motong bahan video dan menyusunnya kembali ke sebuah meja edit yang terdiri atas pemutar (*player*) video dan perekam *VCR* (*Video Cassete Recorder*)

2. *Non-Linear Editing*

Teknologi ini banyak diminati masyarakat awam, karena semua proses dilakukan di dalam satu mesin komputer saja. Selain proses penyuntingannya mudah, juga dari segi biaya cenderung relatif murah. Sistem ini dikenal juga dengan *digital video editing*.

2.4 Cagar Budaya

Bangunan Cagar Budaya adalah sebuah kompleks bangunan bersejarah dan lingkungannya, yang memiliki nilai cerita sejarah, ilmu pengetahuan, dan nilai sosial budaya masa kini maupun masa lalu (Charter, 1992). Pada dasarnya pelaksanaan konservasi bangunan arsitektur cagar budaya mengacu pada rambu-rambu kebijakan secara nasional dalam bentuk peraturan perundang undangan cagar budaya dan peraturan terkait lainnya, maupun peraturan-peraturan yang dikeluarkan yang diberlakukan secara regional, misalnya Pemerintah Kota Surabaya. Secara garis besar terdapat beberapa syarat yang menjadi rujukan adalah sebagai berikut.

Berdasarkan Undang-undang Nomor 11 Tahun 2010 tentang Cagar Budaya;

1. Cagar Budaya adalah warisan budaya bersifat kebendaan berupa Benda Cagar Budaya, Bangunan Cagar Budaya, Struktur Cagar Budaya, Situs Cagar Budaya, dan Kawasan Cagar Budaya di darat dan/atau di air yang perlu dilestarikan keberadaannya karena memiliki nilai penting bagi sejarah, ilmu pengetahuan, pendidikan, agama, dan/atau kebudayaan melalui proses penetapan.
2. Bangunan cagar budaya adalah susunan binaan yang terbuat dari benda alam atau benda buatan manusia untuk memenuhi kebutuhan ruang berdinding dan/atau tidak berdinding, dan beratap.

Berdasarkan Undang-undang Nomor 11 Tahun 2010 tentang Cagar Budaya, berikut beberapa usaha yang dapat dilakukan untuk mempertahankan bangunan peninggalan sejarah :

1. Pemanfaatan yaitu pendayagunaan Cagar Budaya untuk kepentingan sebesarbesarnya kesejahteraan rakyat dengan tetap mempertahankan kelestariannya.

2. Revitalisasi yaitu kegiatan pengembangan yang ditujukan untuk menumbuhkan kembali nilai-nilai penting Cagar Budaya dengan penyesuaian fungsi ruang baru yang tidak bertentangan dengan prinsip pelestarian dan nilai budaya masyarakat.
3. Adaptasi yaitu upaya pengembangan Cagar Budaya untuk kegiatan yang lebih sesuai dengan kebutuhan masa kini dengan melakukan perubahan terbatas yang tidak akan mengakibatkan kemerosotan nilai pentingnya atau kerusakan pada bagian yang mempunyai nilai penting.

Berbekal dari UU No.11 Tahun 2010 tentang Cagar Budaya ini, Kampung Peneleh yang memiliki Situs Cagar Budaya serta potensi-potensi wisata lain di dalamnya patut dipertahankan eksistensinya melalui penyegaran promosi di beberapa media, termasuk dalam bentuk video.

2.5 Situs Sejarah

Situs sejarah adalah sebidang tanah yang mengandung benda-benda peninggalan pada masa lampau. Dalam ilmu sejarah benda-benda ataupun bangunan-bangunan bersejarah dapat dijadikan sebagai sumber informasi data untuk membaca dan mengetahui sejarah yang terjadi pada masa lampau. Peninggalan yang terdapat di Kampung Peneleh sendiri sudah terbukti legit, dan hanya perlu dijaga dan dilestarikan saja. Bukti bangunan otentik, bukti geografis, cerita rakyat yang melegenda menjadi semakin diperkuatnya cerita sejarah yang sudah tersebar dan mengakar pada kampung ini.

2.5 Kampung Peneleh

Kampung peneleh merupakan kampung merupakan kampung kuno sekaligus kampung tertua di Kota Surabaya. Peneleh sendiri berasal dari kata "*Pinilih*" yang artinya terpilih atau orang-orang pilihan. Nama tersebut pantas disematkan pada kampung ini, mengingatkan banyak tokoh lintas zaman yang sempat singgah hingga tinggal seperti Raden Rahmad atau Sunan Ampel, HOS Tjokrominoto hingga tokoh plokamator Indonesia Ir. Soeakrno.

Ada banyak situs bersejarah dalam satu kampung kuno ini yang menjadi potensi wisata, diantaranya adalah :

1. Rumah HOS Tjokrominoto

HOS Tjokroaminoto adalah seorang tokoh *pioneer* organisasi politik pertama, dilansir dari ensiklopedia bebas (Wikipedia) beliau adalah pemimpin dari Sarekat Islam (SI). Cokroaminoto/Tjokroaminoto mulai pindah ke Surabaya pada tahun 1906 dan menempati rumah yang beralamat di Jl. Peneleh Gg. VII No.29-31, Peneleh, Kecamatan Genteng, Kota Surabaya, Jawa Timur 60274.

2. Makam Peneleh

Makam Peneleh adalah salah satu makam kuno tertua di Jawa Timur. Makam ini dikenal pula sebagai makam Belanda atau makam Kristen. Pertumbuhan bangunan modern di sekeliling lokasi makam perlahan-lahan mulai merenggut dan mengambil alih makam pada fungsi utamanya. Makam Peneleh dihuni tidak kurang dari sekitar 15 ribu - 25 ribu jasad warga Eropa di Jawa Timur khususnya Surabaya. Tidak hanya orang Belanda saja melainkan dari Jerman, Inggris, Italia, Armenia, Prancis, Belgia, Austria, Swiss, Norwegia dan lainnya.

Bahkan beberapa tidak hanya sekedar warga asing saja melainkan juga tokoh ternama seperti Gubernur Jenderal Pieter Merkus dan Van Der Tuuk. Pieter Markus merupakan Gubernur Jenderal Hindia Belanda saat periode tanam paksa, sementara Van Der Tuuk merupakan seorang ahli bahasa terkemuka yang juga penyusun kamus pada masanya.

3. Sumur Jobong

Kerajaan Majapahit merupakan kerajaan terbesar yang pernah ada di Nusantara. Begitu luasnya wilayah kerajaan yang dipimpin Raja Hayam Wuruk ini, membuat banyak peninggalannya yang berserakan diseluruh penjuru pulau Jawa dan ditemukan di sejumlah titik di Surabaya. Salah satunya, Sumur Jobong Majapahit di kawasan Pandean Gang 1, RT 1 RW 13, Kelurahan Peneleh, Kecamatan Genteng, Surabaya.

4. Masjid Jami' Peneleh

Salah satu Wali Songo, Sunan Ampel menggunakan masjid sebagai salah satu metode penyebaran agama Islam di wilayah Surabaya, Jawa Timur. Pemilik nama asli Raden Mohammad Ali Rahmatulloh ini pun mendirikan Masjid Jami Peneleh. Dibangun sekitar abad ke 18 sekitar, 1430 Masehi, masjid yang letaknya di Jalan Peneleh Gang V Surabaya ini menjadi salah satu masjid tertua di Kota Surabaya.

5. Rumah Kelahiran Ir. Soekarno

Situs selanjutnya adalah rumah yang dipercaya sebagai tempat kelahiran Ir. Soekarno, dipercaya Rumah ini dibeli oleh orang tua Soekarno ketika masih sering berpindah-pindah

2.6 Media Sosial

Menyebarkan secara digital bisa menjadikan kalangan audience menjadi tak terbatas. Media sosial seperti *Instagram*, *Youtube*, dan *TikTok* saat ini menjadi salah satu platform tontonan terbesar dari segi pengguna dan waktu tayangnya. Adanya teknologi dan platform baru hasil dari perkembangan industri setiap elemen masyarakat memiliki cara tersendiri untuk menerima dan menyerap informasi yang mereka perlukan terhadap pengetahuan-pengetahuan (Mirza, 2019)

Apa yang diunggah di jaringan internet tidak akan hilang dan selalu memiliki jejak, hal ini menjadi salah satu media efektif untuk wadah penyimpanan arsip digital, disini kita juga dapat menentukan siapa saja yang dapat mengakses file yang kita unggah. Maka dari itu peneliti memilih media sosial (*Instagram*, *TikTok*, & *Youtube*) sebagai sarana publikasi dari video promosi yang telah dibuat nantinya.

2.7 Wisata Edukasi

Wisata Edukasi atau wisata pendidikan merupakan suatu kegiatan atau perjalanan yang dilakukan untuk rekreasi atau liburan dan juga terdapat aktivitas edukasi atau pendidikan di dalamnya. Wisata edukasi ini bertujuan untuk meningkatkan kecerdasan dan kreativitas peserta kegiatan wisata. Biasanya tujuan wisata pendidikan adalah tempat-tempat yang memiliki nilai *plus* sebagai sebuah area wisata, seperti museum, kawasan perkebunan, candi, kebun binatang, tempat penangkaran hewan langka, pusat-pusat penelitian dan lain sebagainya.

Wisata edukasi adalah suatu program dimana peserta kegiatan wisata melakukan perjalanan wisata pada suatu tempat dalam suatu kelompok dengan tujuan utama mendapatkan pengalaman belajar berbeda dan secara langsung terkait dengan lokasi yang dikunjungi (Rodger, 1998).

2.8 Eksistensi

Eksistensi adalah suatu proses keadaan tertentu yang lebih khusus dari sesuatu, apapun yang bereksistensi tentu nyata ada. Sesuatu hal dikatakan bereksistensi jika hal itu adalah sesuatu yang menurut W.T.Stace bersifat publik artinya objek itu sendiri harus dapat dialami dan diakui oleh orang banyak yang melakukan pengamatan (Kattsoff, 2004). Hasan (Iwan, 2016), menjelaskan eksistensi berasal dari bahasa Inggris yaitu *exist* adalah keberadaan atau keaktifan sesuatu, baik itu karya atau pencipta karya itu sendiri. Pada penelitian ini eksistensi peneleh sebagai

2.9 Promosi

Definisi dari sebuah promosi adalah usaha untuk menjembatani ataupun mengkomunikasikan kesenjangan yang ada antara produsen dan konsumen. Hal ini sangat penting sehingga pelanggan dapat memilih produk tertentu yang mereka minati menurut Kotler, Philip dan Gerry Armstrong (2014). Sebagai sarana komunikasi, sebuah promosi memiliki andil yang sangat besar dalam pengenalan produk kepada para konsumen, maka dari itu perancangan sebuah promosi harus dirancang semaksimal mungkin agar pesan yang ingin disampaikan dapat tertuju dengan jelas dan efektif

Dibutuhkan sebuah media dalam kegiatan promosi. Menurut Puji Riyanto (Riyanto, 2015) media promosi dibagi menjadi 2 jenis periklanan yaitu :

1. *Above the line (ATL)* atau media lini atas

Pemasaran *ATL* adalah kegiatan pemasaran yang memanfaatkan media massa sebagai sarana utamanya. Contohnya seperti televisi, radio, internet, dan media cetak. Ciri-ciri *ATL* adalah :

- a. Target *audience* luas
- b. Menggunakan media massa yang banyak penggunaanya
- c. Tidak berinteraksi secara langsung dengan *audience*

2. *Below the line (BTL)*

Pada jenis pemasaran ini aktivitas promosi dilakukan secara langsung dengan para konsumen, dengan tujuan merangkul dan mengajak langsung para konsumen agar tertarik dengan tujuan tertentu. Contohnya adalah pameran dalam sebuah acara, program hadiah, seminar/pembinaan. Adapun ciri-ciri *BTL*

sebagai berikut

- a. Target *audience* terbatas
- b. Kegiatan ini memberikan konsumen untuk merasakan, menyentuh, melihat, bahkan membeli secara langsung
- c. Media yang digunakan adalah *workshop*, *event*, *sponsorship*, dsb.

2.10 Typography

Typography adalah seni mencocokkan, memilih, dan menyusun huruf pada ruang tertentu. Seiring berkembangnya teknologi kegiatan *typography* semakin bervariasi, mulai dari manual hingga menggunakan teknologi komputer. Setiap bentuk huruf memiliki karakter dan arti tersendiri, yang dapat mempengaruhi emosi pembaca. Pada penelitian ini, *typography* digunakan sebagai media penjelasan dalam video berupa teks eksplanatif.

2.11 Color Grading

Color grading merupakan bagian dari proses editing, yang memfokuskan pada penyesuaian dan mengontrol warna pada gambar. Sebuah palet warna yang bervariasi dapat menciptakan emosi dan memberikan nuansa tertentu pada sebuah video. Hal ini tidak mengherankan bahwa permainan warna menjadi peran besar dalam pembuatan video. (Gpanky : 2014)

Dalam proses *color grading* terdapat alat pendukung yang berada di dalam sebuah *editing*. Komponen-komponen ini berguna untuk mengatur komposisi warna sehingga warna yang diciptakan sesuai dengan apa yang diinginkan. Peralatan tersebut terdiri dari

1. Saturation

Saturasi atau *Saturation* satuan parameter yang digunakan untuk mengetahui tinggi rendahnya pancaran sebuah warna

2. Hue

Berupa batang gradasi warna yang terdiri dari warna merah, ungu, biru, oranye, dan lain sebagainya. Hasil dari pengaturan warna ini adalah perubahan warna

3. *Curve*

Salah satu fitur penting berupa garis kurva, digunakan untuk mengolah warna yang berisi saluran *RGB* dan pencahayaan

4. *Additive Color*

Fitur pengaturan warna menggunakan kombinasi warna yang terdiri dari merah, hijau, biru

Adapula *Color Correction* fitur ini bertujuan untuk mengubah standart warna perekaman yang berisi pengaturan *basic correction, tone, creative, curve, color wheels, vignette*.

Dengan sedikit keterangan diatas, peneliti memanfaatkan teknologi ini untuk menciptakan kesinambungan warna yang apik, menambah estetika, dan menciptakan suasana yang akan ditayangkan.

2.12 Prinsip Desain

Menurut Lia dan Kurnia (2014) , terdapat 3 prinsip desain yang harus diterapkan dalam membuat layout :

1. Keseimbangan

Seluruh komponen desain harus seimbang baik secara visual maupun optik. Dengan pengertian keseimbangan objek pada desain meliputi atas, bawah, kanan, dan kiri.

2. Proporsi

Proporsi adalah perbandingan matematis pada sebuah bidang. Biasanya prinsip ini digunakan untuk mengukur perbandingan antara elemen besar dengan elemen kecil.

3. Irama

Irama bisa juga disebut dengan repitisi yang dibuat secara berulang-ulang dan konsisten terhadap bentuk ukuran.

4. Penekanan

Prinsip ini bertujuan untuk memberikan titik fokus utama dari sebuah desain, yang berarti hal yang ingin ditonjolkan daripada seluruh komponen desain.

Pada penelitian ini, konsep desain diterapkan untuk merancang visual dari layout *typography* pada video, desain brosur, serta *merchandise* yang akan dibuat nantinya.



UNIVERSITAS
Dinamika

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

Metode yang digunakan peneliti pada perancangan ini adalah metode penelitian kualitatif. Menurut Bogdan dan Taylor (1975), dimana mereka mengartikan bahwasanya penelitian kualitatif juga termasuk metodologi yang dimanfaatkan untuk prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif. Data deskriptif adalah data yang ditulis menggunakan kata-kata secara mendetail. Pada penelitian ini menggunakan metode observasi, wawancara, kuesioner, studi literatur, dan studi eksisting. Penulis menggunakan pendekatan wawancara untuk memperoleh informasi dan data yang diperlukan secara akurat dari narasumber, pada tahap ini metode wawancara dapat sangat membantu peneliti mengetahui aktivitas, kejadian dan proses secara mendalam. Dalam metode data yang dicari adalah sejarah, keadaan situs, dan nilai jual Kampung Peneleh sebagai tempat kunjungan wisata sejarah.

3.2 Unit Analisis

Unit analisis yang dipilih dalam perancangan ini adalah masyarakat umum. Peneliti tidak membatasi pada subjek yang akan dikaji dikarenakan tujuan dari pembuatan ini adalah untuk publikasi dan penayangan umum.

3.2.1 Objek Penelitian

Objek yang diteliti merupakan permasalahan yang akan diteliti, maka dari itu peneliti akan berusaha mencari informasi dan analisa yang berkaitan dengan data yang diperoleh (Sugiono, 2018). Objek dari penelitian ini adalah sejarah, kehidupan sosial kampung dan keadaan situs sejarah di Kampung Peneleh sekarang. Metode ini dapat diartikan sebagai tahapan supaya mendapat pemahaman yang lebih baik lagi mengenai permasalahan yang ada.

3.2.2 Subjek Penelitian

Menurut Suharsimi Arikunto pada bukunya menyatakan bahwa subjek penelitian adalah batasan penelitian dimana peneliti dapat menentukannya dengan benda, hal atau orang untuk melekatnya variabel penelitian (Arikunto, 2010). Subjek dalam penelitian ini adalah warga Kampung Peneleh, perangkat pengurus Kampung Peneleh (RT/RW), ahli/pengajar sejarah.

3.2.3 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian yang menjadi sumber utama untuk mendapatkan informasi-informasi penting tentang situasi sosial yang berada di beberapa di situs-situs bersejarah Kampung Peneleh (Rumah HOS Tjokrominoto, Makam Peneleh, Masjid Jami' Peneleh, Sumur Jobong).

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Setelah peneliti menentukan metode penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini, tahap selanjutnya adalah pengumpulan data penelitian. Beberapa teknik pengumpulan data yang akan dilakukan didalam penelitian ini antara lain, dengan cara wawancara, observasi, dokumentasi, kuesioner dan studi literatur. Teknik-teknik tersebut dipakai guna mendapatkan data berupa cerita sejarah, keadaan sosial, hingga informasi mengenai keunggulan Kampung Peneleh sebagai tempat wisata.

3.3.1 Wawancara

Proses wawancara ini memiliki tujuan supaya peneliti dapat memperoleh keterangan, pendirian, dan pendapat secara lisan dengan berbicara langsung dengan narasumber. Menurut Esterberg dalam (Sugiyono, 2015) wawancara adalah pertemuan yang dilakukan oleh dua orang untuk bertukar informasi mupun suatu ide dengan cara tanya jawab, sehingga dapat dikerucutkan menjadi sebuah kesimpulan atau makna dalam topik tertentu. Wawancara akan dilakukan dengan beberapa narasumber yang memiliki pemahaman yang cukup mengenai kampung peneleh. Beberapa narasumber tersebut adalah warga Kampung Peneleh, perangkat pengurus Kampung Peneleh, serta ahli/pengajar sejarah.

Terdapat beberapa ciri-ciri dari wawancara yang membedakannya dengan jenis-jenis kegiatan lainnya, diantaranya adalah:

1. Dilakukan tatap muka atau bertemu langsung.
2. Dibuat dengan tujuan memperoleh data dan fakta.
3. Pasti ada orang yang melakukan kegiatan wawancara (*interviewer*).
4. Harus ada orang-orang yang akan diwawancarai (*interviewees*).

Berikut di bawah ini adalah panduan pertanyaan atau hal-hal yang akan ditanyakan, hal ini menjadi pedoman garis besarnya saja dikarenakan wawancara dilakukan oleh beberapa narasumber maka pertanyaan bisa menyesuaikan, seperti berikut daftar pertanyaannya :

1. Bagaimana sejarah singkat terbentuknya Kampung Peneleh ?
2. Warga berasal darimana saja yang tinggal di Kampung Peneleh ?
3. Apa yang menjadi diferensiasi antara Kampung Peneleh dengan kampung-kampung yang lain di Surabaya?
4. Bagaimana kehidupan sosial masyarakat Kampung Peneleh ?
5. Sebagai kampung yang memiliki cerita sejarah panjang, budaya apa yang masih kental dan dijaga baik di kampung ini ?
6. Apa saja situs bernilai sejarah yang terdapat di kampung ini yang dapat dikunjungi ?
7. Sejauh ini situs apa saja yang menjadi favorit kunjungan wisatawan ?
8. Apa fakta menarik yang terdapat di Kampung Peneleh
9. Wisatawan seperti apa yang berkunjung ke situs-situs bersejarah di Peneleh (mencakup demografi asal, umur, pekerjaan, status sosial, dsb.)
10. Mengapa masyarakat harus mengenal Kampung Peneleh ?
11. Apa harapan yang dapat dituangkan terhadap Kampung Peneleh kedepannya ?

3.3.2 Observasi

Observasi adalah suatu cara untuk mengumpulkan data dengan mengamati langsung dan pencatatan secara sistematis terhadap objek yang akan diteliti. Dalam observasi yang dilakukan di Kampung Peneleh untuk mengamati dan memahami secara langsung keadaan Kampung Peneleh mulai dari faktor kehidupan sosial,

karakteristik kampung, hingga keadaan bangunan-bangunan situs sejarah yang berada di kampung tersebut.

3.3.3 Studi Literatur

Pengertian tentang studi literatur adalah mencari referensi teori yang relevan dengan kasus atau permasalahan yang ditemukan. Secara Umum Studi Literatur adalah cara untuk menyelesaikan persoalan dengan menelusuri sumber- sumber tulisan yang pernah dibuat sebelumnya. Untuk penelitian dilakukan teknik penyusunan sistematis untuk memudahkan langkah-langkah yaitu dengan melakukan studi literatur pada buku, jurnal yang membahas tentang penelitian serupa seperti jurnal mengenai video promosi, ataupun sejarah Kampung Peneleh. Data dari perolehan studi literatur akan digunakan sebagai acuan merancang sebuah penelitian.

3.3.4 Studi Kompetitor

Studi kompetitor adalah acuan tolak ukur terhadap tugas akhir yang mempengaruhi hasil akhir dari sebuah karya. Dalam hal ini acuan tolak ukur yang dimaksud adalah refrensi video promosi wisata yang serupa untuk nantinya akan mempengaruhi alur, gaya, warna, suasana hingga format video yang akan dibuat.

3.3.5 Dokumentasi

Pengumpulan data berupa foto dan video lokasi situs Kampung Peneleh, serta arsip data pendukung tertulis yang berada di Kampung tersebut. Guna memahami permasalahan yang terdapat dikampung tersebut, sekaligus dapat membantu mengetahui gambaran video yang akan dirancang.

3.4 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah proses pengumpulan data secara sistematis untuk mempermudah peneliti dalam memperoleh kesimpulan. Menurut Miles & Huberman (1992:16) analisis terdiri dari tiga alur kegiatan yang terjadi secara bersamaan yaitu: reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan/verifikasi. Data yang diambil penulis dalam penelitian ini adalah berupa sejarah Kampung

Peneleh, buku pedoman mengenai pembuatan video promosi, serta presentase seberapa jauh pengetahuan masyarakat mengenai Kampung Peneleh.

3.4.1 Reduksi

Reduksi data adalah proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyerderhaan, pengabstrakan, dan tranformasi data kasar yang muncul dari bebeberapa catatan tertulis di lapangan. reduksi data berlangsung secara terus-menerus selama penelitian yang berorientasi penelitian kualitatif berlangsung.

3.4.2 Penyajian

Penyajian data yang akan dilakukan oleh penulis ialah data yang komunikatif dalam pembuatan video promosi wisata sejarah Kampung Peneleh, dan dibutuhkan data yang mendalam untuk memudahkan peneliti apa yang harus dilakukan (kajian lebih lanjut dengan tujuan memberikan informasi gambar yang akurat untuk *audience*).

3.4.3 Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan ini dapat dilakukan selama dalam proses penelitian berlangsung. Seperti halnya proses reduksi data, setelah mendapatkan data yang cukup akurat maka akan dilanjutkan dengan diambilnya kesimpulan sementara, dan setelah dirasa data benar-benar lengkap maka akan diambil kesimpulan akhir. Dengan mempelajari dan memahami kembali data-data yang dihasilkan, serta meminta pertimbangan terhadap berbagai pihak yang terkait dengan data-data yang diperoleh di lapangan, maka peneliti bisa mengambil kesimpulan yang akan digunakan dalam penelitian ini. Dikemas dalam bentuk video promosi, video mengandung unsur-unsur sejarah singkat, keadaan sosial, kondisi situs sejarah dan nilai jual Kampung Peneleh sebagai wisata sejarah yang meliputi fakta, otentik, dan situasi kondisi yang nyata yang terjadi di Kampung Peneleh.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Temuan Data

Pada bab ini fokus menjelaskan dan membahas hasil pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti di Kampung Peneleh. Seluruh data yang didapatkan akan dijadikan acuan dalam merancang video promosi Kampung Peneleh untuk meningkatkan eksistensi Kampung Peneleh.

4.1.1 Hasil Observasi

Observasi dilakukan oleh peneliti guna mengamati langsung objek yang nantinya digunakan untuk promosi dalam video. Data yang didapat dalam observasi ini oleh peneliti adalah mencakup keadaan dan kegiatan yang terjadi pada kampung tersebut. Akses menuju Kampung Peneleh sangatlah mudah, karena berada di tengah kota, namun untuk mengunjungi beberapa situs pengunjung harus berjalan kaki menyusuri gang-gang, tidak bisa menggunakan mobil ataupun motor dikarenakan jalanan yang kecil dan sempit. Namun hal ini menjadi kelebihan juga karena jarak antar situs masih berdekatan dan menjadi satu wilayah, sehingga dapat dijangkau dengan berjalan kaki langsung.

Hal yang menjadi kelemahan dari kampung ini adalah beberapa situs yang letaknya berada ditengah pemukiman warga dan beberapa belum tersedia *sign system*. Contohnya seperti sumur ketika pengunjung dari HOS Tjokroaminoto kemudian ingin mengunjungi sumur jobong. Belum adanya Map, ataupun petunjuk arah untuk berpindah gang. Hal ini yang harus dijawab oleh peneliti dalam pembuatan video nantinya, yang dimana harus ada informasi lokasi mengenai situs-situs lain yang tidak kalah penting.

Untuk keadaan situs beberapa diantaranya masih asli, dan walaupun ada yang rusak, namun sudah ada upaya perbaikan dari Pemerintah Kota Surabaya guna perawatan situs budaya yang ada di Kampung Peneleh. Seperti Rumah Ir. Soekarno yang dicat kembali dan akan dibuka untuk umum nantinya.

4.1.2 Hasil Wawancara

Wawancara dilakukan oleh peneliti guna mendapatkan validitas informasi mengenai Kampung Peneleh yang akan dijadikan bahan olahan pembuatan rancangan video promosi Kampung Peneleh.

Bedasarkan wawancara yang dilakukan penilti kepada Mas Arif selaku pengelola salah satu situs di Kampung Peneleh (Museum HOS Tjokroaminoto) dan juga sebagai perwakilan dari UPTD. Pada tanggal 27 November 2017 museum ini diresmikan oleh mantan Walikota Surabaya, Ibu Tri Risma Maharini. Mayoritas pengunjung berasal dari sekitaran kota surabaya, kebanyakan dari mereka adalah mahasiswa, juga penggiat sejarah. Namun tidak jarang juga beberapa diantaranya berasal dari luar kota. Menurut data yang diambil dari hasil wawancara, yang bersumber pada UPTD Tugu Pahlawan, rata-rata jumlah kunjungan yang didapat dalam sehari adalah 4-8 orang, dengan usia rata-rata 17-40 tahun, dan mayoritas adalah pelajar, pegawai dan wiraswasta, sejarawa. Kebanyakan dari mereka mengunjungi Museum HOS Tjokroaminoto untuk belajar akan sejarah, atau mungkin sekedar menyempatkan datang sehabis melakukan jalan-jalan dan sesi foto disekitaran Kampung Peneleh. Museum ini berisi barang-barang peninggalan sejarah seperti arsip-arsip penting, sejarah HOS Tjokroaminoto dari lahir hingga jasa-jasa yang telah beliau perjuangkan, dokumentasi kegiatan Sarekat Islam Indonesia, buku-buku yang pernah dibaca oleh HOS Tjokroaminoto, ataupun Ir. Soekarno, dan masih banyak lagi. Untuk mengunjungi museum ini tidak dikenakan biaya sepeserpun. Pengunjung hanya perlalu registrasi melalui website <https://tiketwisata.surabaya.go.id/>. Jam buka kunjungan pada museum ini adalah jam 08.00 hingga 15.00. Selama masa pandemi Covid-19 beberapa waktu yang lalu, museum ini sempat ditutup, dan mengalami penurunan jumlah kunjungan yang cukup signifikan ketika dibuka kembali.

Kemudian wawancara kedua dilakukan dengan Bapak Amin yang merupakan Lurah dari Kelurahan Peneleh. Beliau mengatakan bahwa Kampung Peneleh sebenarnya sudah ingin diupayakan sebagai kampung wisata khususnya dalam wisata sejarah. Beberapa upaya sudah sempat dilakukan seperti pemulihan situs-situs yang rusak, pemasangan plang nama dibeberapa situs, serta pembentukan organisasi kelompok sadar wisata. Namun sejauh ini masih belum memiliki media

promosi yang optimal. Sehingga tujuan kampung ini sebagai wisata sejarah masih belum cukup terealisasi dengan baik. Dalam wawancara ini juga didapatkan informasi mengenai daftar situs sejarah yang ada di Kelurahan Peneleh sebagai berikut :

1. Museum HOS Tjokroaminoto

Museum ini berisikan cerita sejarah, peninggalan barang, serta foto dokumentasi yang berkaitan dengan HOS Tjokroaminoto dan Ir. Soekarno

2. Masjid Jami'

Masjid dipercaya merupakan peninggalan dari Sunan Ampel

3. Makam Belanda Peneleh

Makam Belanda peneleh merupakan komplek makam tua yang dahulu banyak dimakamkan tokoh-tokoh penting dan berpengaruh dalam pembangunan kehidupan sosial, ekonomi di Surabaya

4. Sumur Jobong

Sumur ini baru saja ditemukan 3 tahun lalu, namun setelah dilakukan observasi dan penelitian lebih lanjut, diperkirakan sumur ini sudah ada sejak jaman Majapahit, pada saat penemuan sumur ini juga ditemukan beberapa fosil yang dipercaya sebagai tulang dari nenek moyang setempat

5. Rumah Kelahiran Ir Soekarno

Ir. Soekarno dipercaya lahir dan sempat tinggal beberapa saat semasa kecilnya. Kebiasaan orang tua Soekarno yang sering berpindah-pindah karena kepentingan pekerjaan, membuat asal kota kelahiran Soekarno menjadi bias, namun jika ditarik dari garis waktu, dan didukung oleh beberapa fakta, Ir. Soekarno lahir di rumah ini.



Gambar 4. 1 Wawancara kepada Lurah Peneleh bersamaan dengan kunjungan ke situs-situs

Untuk saat ini siapapun sangat diperbolehkan untuk berkunjung ke setiap situs-situs, warga juga selalu terbuka dan tidak merasa terganggu ketika ada pengunjung yang datang dan berkeliling kampung. Namun yang harus digaris bawahi adalah tetap mengikuti aturan ataupun norma yang berlaku di masyarakat setempat, seperti hal kecil contohnya adalah motor dinaiki ataupun dinyalakan ketika sudah masuk di luar gang. Pengunjung bisa memarkirkan motornya di tempat parkir yang sudah tersedia di beberapa situs, seperti di museum HOS Tjokroaminoto, Makam Belanda Peneleh, ataupun Masjid Jami'.

Wawancara yang ketiga dilakukan dengan Mas Kuncarsono selaku penggiat sejarah, pendiri komunitas Begandring Soerabaia, juga aktivis bagi masyarakat setempat. Menurut beliau Kampung Peneleh sudah cukup memiliki banyak potensi nilai jual sebagai situs wisata sejarah. Namun masih butuh media untuk "menjahit" situs-situs di Kampung Peneleh yang menyebar di beberapa lokasi menjadi satu rangkaian kesatuan. Ketertarikan warga luar terhadap kampung ini juga masih cukup tinggi. Contoh fakta yang menarik adalah lokasi peneleh pernah dijadikan sebagai lokasi pengambilan gambar film layar lebar, diantaranya adalah "Filosofi Kopi" yang di sutradarai Angga Sasongko, kemudian juga "Lara Ati" yang merupakan film dari Bayu Skak. Secara kehidupan sosial, Kampung Peneleh sudah sejak lama terkenal akan kemajemukannya. Masyarakat yang ada memiliki latar belakang dan berbagai ras, juga agama. Mas Kuncar bersama komunitas juga kerap kali melakukan kegiatan kunjungan dalam bentuk jalan-jalan menyusuri gang-gang Peneleh untuk mendatangi situs-situs yang ada di Kampung tersebut. Didapati informasi bahwa dahulu Peter Carey salah seorang sejarawan dan pengarang Inggris yang mengkhususkan diri dalam sejarah modern Indonesia, datang mengunjungi Makam Belanda Peneleh untuk melakukan penelitian pada makam dan artefak-artefak yang ada, untuk mencari informasi mengenai sejarah, latar belakang, relevansi dan relasi antara Belanda dan Indonesia, serta siapa saja yang tokoh-tokoh yang dimakamkan di tempat tersebut.

4.1.3 Hasil Dokumentasi

Hasil dokumentasi yang diperoleh dalam penelitian ini dilakukan di Kampung Peneleh berupa foto untuk mendukung data observasi dan wawancara

yang telah dilakukan. Dokumentasi sangat bermanfaat untuk rancangan media promosi video wisata sejarah yang akan dibuat pada Kampung Peneleh. Berikut adalah hasil dokumentasi foto yang peneliti dapatkan berdasarkan hasil wawancara dan observasi.

Beberapa hasil dokumentasi yang didapatkan di situs-situs Kampung Peneleh sudah banyak tanda-tanda yang menunjukkan lokasi dengan tulisan atau sign yang besar yang menunjukkan keterangan adanya situs sejarah.



Gambar 4. 2 Salah satu penampilan area situs Sumur Jobong

Didapatkan informasi dari gambar-gambar tersebut Kampung Peneleh merupakan kampung yang memiliki potensi wisata yang cukup menjual, upaya dari warga sekitar maupun pemerintah sudah cukup baik dengan memasang dan memberikan keterangan di beberapa situs. Seperti gambar diatas yaitu pada Sumur Jobong, meskipun terletak pada luar ruangan namun keberadaan situs masih layak untuk dikunjungi dengan banyak komponen penunjang seperti estalase kaca dan koleksi penemuan fosil, serta beberapa keterangan singkat mengenai situs.



Gambar 4. 3 Tugu penanda situs Rumah Kelahiran Ir. Soekarno

Pada Rumah kelahiran Soekarno juga memiliki penanda yang cukup informatif. Dengan adanya mural dan pahatan wajah Ir. Soekarno yang terletak di depan gang. Namun demikian, dikarenakan situs terpisah-pisah maka harus memiliki media sebagai wadah pemersatu situs-situs tadi.

4.1.4 Studi Literatur

Dalam e-book berjudul “5 Cara Membuat Video Promosi yang Dapat Meningkatkan Sales Anda” dijabarkan secara singkat mengenai 5 cara mudah untuk membuat sebuah video yang tidak hanya membantu secara *Selling* tetapi juga *Branding*, meliputi: 1) Durasi yang ideal antara 1-5 menit, 2) *Copywriting* dan *Voice Over* yang tepat dan menarik, 3) *Text* yang menarik, 4) Kesan Pertama di awal video yang menarik, 5) Musik yang tepat.

4.1.4 Studi Kompetitor

Pada metode ini peneliti mencari refrensi yang serupa agar dapat dijadikan sebagai acuan sekaligus pembanding dalam pembuatan video promosi wisata Kampung Peneleh. Ditemukan video yang berjudul "Dolan Kampung Wisata Kauman".



Gambar 4. 4 Salah satu scene video kompetitor



Gambar 4. 5 Salah satu scene video kompetitor

Video tersebut memiliki unsur pengambilan yang apik dan menari. Nuansa video yang dibangun melalui warna juga terkesan hangat, sehingga dapat mendekatkan diri pada para *audience* yang monoton.

Peneliti menggunakan video tersebut sebagai acuan dan pembanding dalam perancangan video promosi wisata sejarah Kampung Peneleh.

4.2 Hasil Analisis Data

4.2.1 Reduksi Data

Berdasarkan pengumpulan data yang telah dilakukan maka peneliti melakukan reduksi data untuk memilah data yang dibutuhkan dalam perancangan video promosi wisata Kampung Peneleh sehingga nanti dapat disajikan dan disimpulkan :

1. Observasi

Melalui observasi yang dilakukan oleh peneliti yang berlokasi di Kampung Peneleh. Didapatkan keterangan bahwa beberapa situs terletak di tengah pemukiman warga. Hal ini terkadang yang membuat para pengunjung sedikit lebih teliti dalam mencari keberadaan situs, hal ini menjadi salah satu kelemahan karena kurangnya penunjuk arah untuk menuju ke beberapa situs. Namun demikian, jarak antar situs masih relatif dekat dan dapat dijangkau dengan berjalan kaki saja.

2. Wawancara

Dari hasil wawancara yang telah dilakukan oleh ketiga narasumber, yang pertama adalah Mas Arief selaku penjaga Museum HOS Tjokroaminoto sekaligus sebagai perwakilan dari UPTD pengelola situs setempat. Didapatkan sample data pengunjung dengan jumlah kunjungan rata-rata perhari 4-8 orang, mayoritas berusia 17-40 tahun dengan latar pekerjaan pelajar, pegawai dan wiraswasta, serta sejarawan atau penggiat sejarah. Hal ini nantinya dapat menjadi pahan pertimbangan target pasar apa yang dituju dalam perancangan konsep video promosi. Lalu yang kedua wawancara dilakukan kepada Bapak Amin selaku lurah Kelurahan Peneleh. Beliau menyampaikan beberapa informasi mengenai upaya pemerintah dan warga setempat dalam mengembangkan potensi Kampung Peneleh sebagai situs wisata sejarah. Dalam wawancara, beliau menyebutkan bahwa pemerintah sudah melakukan beberapa eskavasi dan pemulihan pada situs-situs yang rusak. Seperti merenovasi beberapa bangunan salah satunya rumah kelahiran Ir. Soekarno, kemudian

pemasangan plang pada beberapa situs sebagai penanda atau petunjuk adanya situs. Lalu wawancara yang terakhir dilakukan kepada Mas Kuncarsono sebagai penggiat sejarah sekaligus aktivis bagi masyarakat setempat. Beliau menyampaikan bahwa kampung ini sangat berpotensi sebagai situs wisata terutama dalam edukasi sejarah.

3. Hasil Dokumentasi

Pada metode dokumentasi bisa dilihat bahwa situs-situs yang ada sudah memiliki plang keterangan nama situs yang ada. Serta di beberapa bagian terdapat informasi narasi deskriptif yang menjelaskan sejarah mengenai situs yang ada.

4. Studi Literatur

Metode ini digunakan untuk mencari acuan dasar pembuatan rancangan video promosi yang baik, dalam e-book berjudul “5 Cara Membuat Video Promosi yang Dapat Meningkatkan Sales Anda” dijabarkan secara singkat mengenai 5 cara mudah untuk membuat sebuah video yang tidak hanya membantu secara Selling tetapi juga Branding, hal ini yang nantinya dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam rancangan video promosi Kampung Peneleh untuk meningkatkan eksistensi Kampung Peneleh.

5. Studi Kompetitor

Peneliti mencari video referensi yang serupa yang nantinya akan dijadikan pembandingan antara video kompetitor dengan video promosi yang akan dirancang oleh peneliti nantinya. Didapati video promosi Desa Kauman yang berjudul "Dolan Wisata Kampung Kauman". Dalam video tersebut peneliti mengamati alur, konsep, materi dan warna final video yang dibuat untuk dijadikan bahan pengembangan konsep video promosi wisata sejarah Kampung Peneleh.

4.2.2 Penyajian Data

Setelah melalui reduksi data yang telah diolah dari informasi yang didapat melalui observasi, wawancara, studi literatur, dan studi eksisting maka dapat dihasilkan penyajian data yang akan digunakan sebagai bahan perancangan video promosi wisata sejarah Kampung Peneleh sebagai berikut

1. Kampung Peneleh dikenal dengan kampung yang memiliki situs sejarah yang banyak sehingga dibutuhkan media sebagai perangkai setiap situs menjadi satu kesatuan.
2. Wisatawan yang datang ke Kampung Peneleh mayoritas berasal dari dalam kota dan berlatar sebagai mahasiswa, pelajar dan penggiat sejarah. Namun tidak jarang juga beberapa wisatawan berasal dari luar kota bahkan beberapa merupakan orang penting. Dengan jumlah kunjungan perhari rata-rata 4-8 per hari. Dengan umur 17-40 tahun.
3. Warga Kampung Peneleh memiliki jiwa toleransi yang tinggi dalam berkehidupan sosial. Latar belakang penduduk yang berasal dari berbagai macam ras, suku, dan agama, tidak menjadikan Kampung Peneleh menjadi kelompok masyarakat yang terkotak-kotak.
4. Warga setempat selalu terbuka jika ada pengunjung yang ingin berkunjung ke situs ataupun sekedar berjalan-jalan di Kampung Peneleh. Namun yang harus digaris bawahi adalah pengunjung wajib menaati norma-norma dan etika sosial yang berlaku di kampung tersebut.
5. Setiap pengunjung yang ingin datang berkunjung ke situs-situs yang ada di kampung ini tidak dikenakan biaya sepeserpun
6. Kampung Peneleh memiliki potensi wisata sejarah yang berarang seperti : Museum HOS Tjokroaminoto, Masjid Jami', Sumur Jobong, Rumah Kelahiran Ir. Soekarno, dan Makam Belanda Peneleh.

4.3 Penarikan Kesimpulan

Dari hasil penyajian data diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa Kampung Peneleh dikenal dengan kampung yang memiliki situs sejarah yang banyak sehingga dibutuhkan media sebagai perangkai setiap situs menjadi satu kesatuan. Warga Kampung Peneleh memiliki jiwa toleransi yang tinggi dalam berkehidupan sosial. Latar belakang penduduk yang berasal dari berbagai macam ras, suku, dan agama, tidak menjadikan Kampung Peneleh menjadi kelompok masyarakat yang terkotak-kotak. Warga setempat selalu terbuka jika ada pengunjung yang ingin berkunjung ke situs ataupun sekedar berjalan-jalan di Kampung Peneleh. Namun yang harus digaris bawahi adalah pengunjung wajib menaati norma-norma dan

etika sosial yang berlaku di kampung tersebut. Setiap pengunjung yang ingin datang berkunjung ke situs-situs yang ada di kampung ini tidak dikenakan biaya sepeserpun. Kampung Peneleh memiliki potensi wisata sejarah yang berarung seperti : Museum HOS Tjokroaminoto, Masjid Jami', Sumur Jobong, Rumah Kelahiran Ir. Soekarno, dan Makam Belanda Peneleh.

4.4 Konsep dan Keyword

4.4.1 Analisis STP (*Segmentation, Targeting, Positioning*)

1. *Segmentation*

a. Demografis

Usia	: 17-40 Tahun
Jenis Kelamin	: Laki-laki dan perempuan
Status Keluarga	: Belum menikah, menikah, sudah mempunyai anak
Profesi	: Pelajar, Wiraswasta, Sejarawan, Fotografer
Kelas sosial	: Menengah kebawah

b. Geografis

Wilayah	: Surabaya, Sidoarjo, Gresik, dan sekitarnya
Negara	: Indonesia
Ukuran Kota	: Wilayah kota dan kabupaten

c. Psikografis

Kepribadian	: Orang-orang yang gemar belajar sejarah, berjalan-jalan dan penikmat visual
-------------	------------------------------------------------------------------------------

2. *Targeting*

Target Market dan Audience :

Jenis Kelamin	: Laki-laki dan perempuan
Usia	: 17-40 tahun
Kelas Sosial	: Menengah kebawah
Psikografis	: Traveler, penikmat sejarah, dan juga orang-orang yang bekerja di bidang visual

3. *Positioning*

Positioning Kampung Peneleh yang ada saat ini adalah desa wisata sejarah untuk berbagai kalangan yang ingin melakukan jalan-jalan di sepanjang gang di Kampung

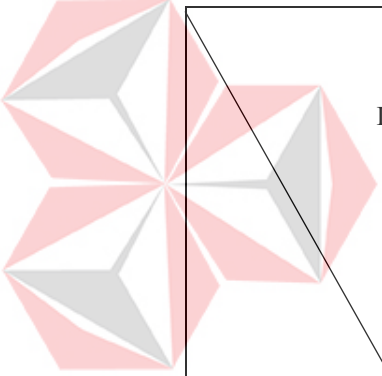
Peneleh sembari belajar sejarah, ataupun sekedar berfoto-foto.

4.4.2 Analisis USP (*Unique Selling Proposition*)

Kampung Peneleh memiliki *Unique Selling Proposition* yaitu Kampung Peneleh menyuguhkan nilai cerita sejarah penting dalam perkembangan kehidupan di Kota Surabaya bahkan Indonesia. Dengan latar belakang penduduk yang majemuk dan plural masyarakat sangat ramah dan terbuka akan banyak perbedaan. Suguhan cerita sejarah menjadi nilai edukatif yang penting bagi masyarakat, serta peninggalan-peninggalan yang masih ada dapat menjadi bukti bahwa kampung ini memiliki cerita yang panjang yang masih dapat diabadikan hingga sekarang.

4.4.3 Analisis SWOT

Tabel 4. 1 Analisis *SWOT*



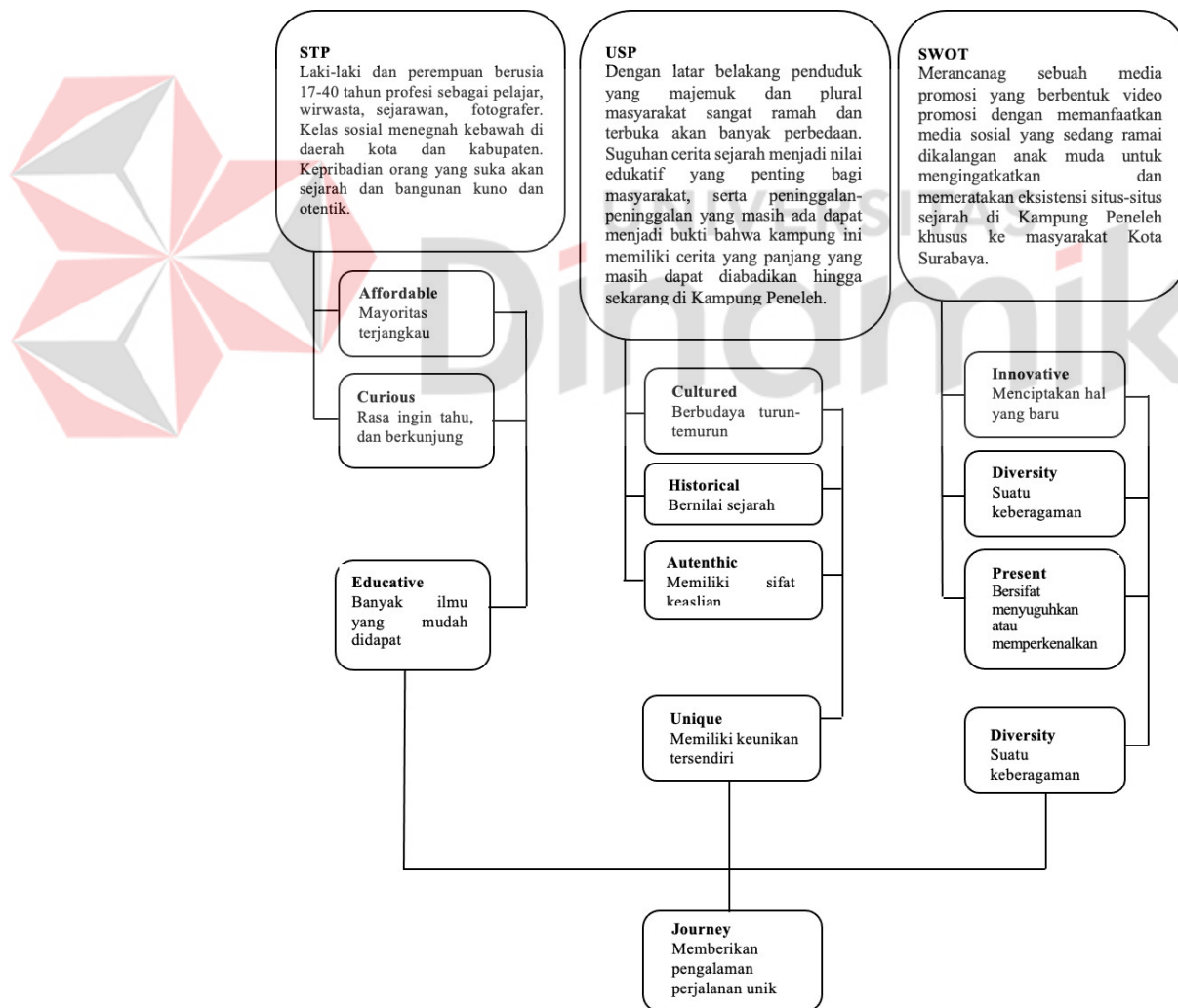
Internal	<i>Strength</i> (Kekuatan)	<i>Weakness</i> (Kelemahan)
	1. Kampung Peneleh memiliki beragam situs sejarah dalam satu wilayah 2. Kampung Peneleh memiliki jenis wisata sejarah yang gratis 3. Kampung Peneleh memiliki bangunan-bangunan yang kuno dan otentik 4. Tersedia wisata sejarah, religi, dan juga <i>spot</i> foto menarik	1. Tidak ada media sosial aktif mengenai kegiatan wisata di Kampung Peneleh 2. Upaya eskavasi dan renovasi situs masih setengah-setengah dan belum maksimal 3. Belum ada nya media promosi yang layak guna memperkenalkan masing masing situs di Kampung Peneleh
Eksternal	<i>Opportunity</i> (Kesempatan)	
	S-O	W-O
1. Berada ditengah kota, Kampung Peneleh memiliki lokasi yang strategis dan mudah dijangkau	Dengan memiliki aset potensial yang beragam sebagai wisata sejarah dalam satu wilayah, Kampung Peneleh layak berkembang	Penggunaan sosial media dapat menjadi sarana yang bagus dalam promosi situs sejarah yang ada kepada kalangan generasi yang lebih

<p>2. Secara arsitektur bangunan Kampung Peneleh banyak diminati oleh kalangan penggiat visual (fotografer, sutradara film, dsb)</p> <p>3. Pemerintah ikut mengupayakan kegiatan wisata di Kampung Peneleh</p> <p>4. Nilai cerita sejarah menjadi yang memiliki sasaran potensial dalam dunia wisata edukasi</p>	<p>sebagai objek wisata yang edukatif dalam konteks sejarah. Keberagaman bangunan otentik juga dapat memberikan daya dukung dalam ketertarikan wisata dari segi visual.</p>	<p>kekinian. Video promosi yang dipublikasi melalui juga dapat menjadi wadah pengenalan situs secara merata. Dengan begitu setidaknya dapat merangsang kesadaran masyarakat terhadap adanya nilai-nilai dan bangunan sejarah yang tersimpan di Kampung Peneleh.</p>
<i>Threat</i> (Ancaman)	S-T	W-T
<p>2. Ada destinasi wisata yang jauh lebih menarik dan modern disekitar Kampung Peneleh</p> <p>3. Niat masyarakat untuk belajar dan menghargai sejarah masih cukup minim</p>	<p>Penguatan identitas dan strategi pengembangan yang baik sangat diperlukan untuk bertahan dalam gempuran kompetitor yang sudah memiliki pesona modern dan lebih menarik. Serta memilih sarana yang lebih modern dalam meningkatkan minat masyarakat untuk belajar mengenai sejarah.</p>	<p>Kebersamaan antar pengurus dan pengelola pemerintah serta warga setempat harus ditingkatkan agar tercipta upaya yang maksimal dan konsisten dalam pengembangan situs wisata sejarah.</p>
<p>Konsep :</p> <p>Merencanakan sebuah media promosi yang berbentuk video promosi dengan memanfaatkan media sosial yang sedang ramai dikalangan anak muda untuk mengingatkan dan pemeratakan eksistensi situs-situs sejarah di Kampung Peneleh khusus ke masyarakat Kota Surabaya.</p>		

4.4.4 Key Communication Message

Berdasarkan dari hasil *keyword* yang sudah dikembangkan dan dirancang maka konsep yang digunakan dalam video promosi wisata sejarah Kampung Peneleh adalah "*Journey*". Kata "*Journey*" didapat dari beberapa *keyword communication* melalui turunan analisa SWOT, STP, dan USP

Journey memiliki arti pengalaman perjalanan yang cenderung berkesan dan membekas, beberapa hal dapat diambil dari perjalanan tersebut, yang diibaratkan bahwa seluruh situs dirangkai dalam satu perjalanan yang menarik, dan setiap wisatawan yang berkunjung tidak hanya sekedar jalan-jalan biasa namun mendapatkan ilmu dan membawa pulang cerita sejarah yang menarik, serta dapat mengabadikan peninggalan-peninggalan yang masih ada hingga sekarang



Bagan 4. 1 Proses Penentuan *Keyword*

4.4.5 Deskripsi Konsep

Berdasarkan dari hasil *keyword* yang sudah dikembangkan dan dirancang maka konsep yang digunakan dalam video promosi wisata sejarah Kampung Peneleh adalah "*Journey*". Kata "*Journey*" didapat dari beberapa *keyword communication* melalui turunan analisa SWOT, STP, dan USP

Journey memiliki arti pengalaman perjalanan yang cenderung berkesan dan membekas, beberapa hal dapat diambil dari perjalanan tersebut, yang diibaratkan bahwa seluruh situs dirangkai dalam satu perjalanan yang menarik, dan setiap wisatawan yang berkunjung tidak hanya sekedar jalan-jalan biasa namun mendapatkan ilmu dan membawa pulang cerita sejarah yang menarik, serta dapat mengabadikan peninggalan-peninggalan yang masih ada hingga sekarang.

4.5 Perancangan Karya

4.5.1 Tujuan Kreatif

Dengan adanya video ini diharapkan eksistensi situs-situs sejarah yang ada di Kampung Peneleh dan meningkat dan merata. Maka dirancang sebuah video dengan gambaran rangkaian perjalanan dalam mengunjungi situs-situs yang ada agar dapat memperkenalkan nilai jual yang dimiliki Kampung Peneleh kepada masyarakat secara keseluruhan dan merata.

4.5.2 Strategi Kreatif

1. Sinopsis

Pada awal video menampilkan potongan-potongan video singkat mengenai situs-situs yang ada, kemudian ditampilkan sebuah peta lokasi Kampung Peneleh dengan keterangan situs-situs sejarah yang ada. Video dilanjut dengan dibuka oleh salam pembuka dari *talent* yang berperan sebagai wisatawan sekaligus pembawa acara dalam perjalanan di Kampung Peneleh. Perjalanan dimulai dari Museum HOS Tjokroaminoto yang dimana memiliki jumlah kunjungan yang paling banyak dan menjadi gerbang bagi situs-situs lain.

Pada museum ini wisatawan yang tampil dalam video dipandu dengan penjaga museum belajar akan cerita sejarah HOS Tjokroaminoto, dan di dalam video menampilkan beberapa koleksi dan dokumentasi yang ada.

Lalu perjalanan selanjutnya menuju ke Sumur Jobong, sumur yang dipercaya sudah ada sejak jaman Majapahit dan baru ditemukan pada tahun 2018 saat pembangunan jalan. Pada situs ini wisatawan melakukan kegiatan membaca informasi yang tertera sambil melihat-lihat koleksi fosil yang ada. Kemudian *talent* dipandu oleh pengurus Sumur Jobong untuk mencoba masuk ke dalam Sumur Jobong dan mencicipi air dalam sumur.

Kemudian perjalanan dilanjut menuju Masjid Jami'. wisatawan melihat keindahan arsitektur masjid yang kuno, dan masih kental akan religiusitas. Hal ini digambarkan dengan ekspresi wajah wisatawan yang kagum. Kemudian perjalanan ditutup dengan mengunjungi Makam Belanda Peneleh. Pada situs ini wisatawan melakukan perjalanan dengan santai sambil menikmati rindangnya pohon dan keindahan ornamen-ornamen yang terdapat pada makam.

Kemudian perjalanan dilanjut dengan berkunjung ke rumah kelahiran Ir. Soekarno yang dimana cerita sejarah masih berkaitan dengan sosok HOS Tjokroaminoto. Lalu video ditutup dengan kalimat ajakan wisatawan yang telah melakukan perjalanan tadi.

2. Tagline

Slogan yang ditemukan adalah adaptasi dari keyword yang telah ditemukan melalui kata “Journey”, sehingga menghasilkan slogan “Peneleh *Journey of History*” yang berarti bahwa kampung ini memiliki pendekatan yang menyenangkan dalam belajar sejarah yaitu dengan melakukan jalan-jalan menyusuri kampung menuju ke setiap situs-situs yang ada.

3. Storyline

Tabel 4. 2 *Storyline*

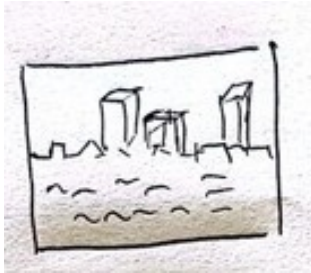
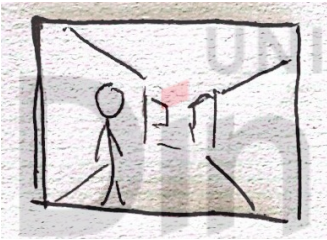
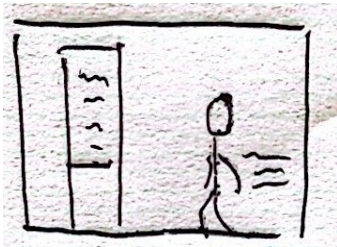
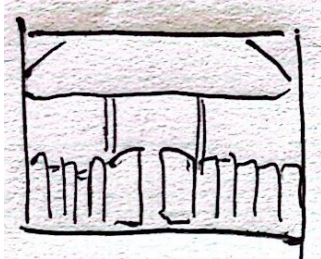
FRAME	SCENE
WS	Talent Berjalan Memasuki Gang Dengan Gestur Mengajak masuk
CU	Shoot Plang Jl. Peneleh
WS	Tampak Rumah HOS Tjokroaminoto dari sudut samping
CU	Tulisan HOS Tjokro Aminoto
MW	Talent berjalan memasuki pagar luar
MW	Talent menunjukan tiket masuk kepada petugas museum
MW	Talent berjalan memasuki museum
WS	Talent disapa oleh penjaga museum

MW	Talent berjalan melihat-lihat koleksi museum ditemani oleh penjaga museum
CU	Talent membaca deksripsi koleksi museum
CU	Talent scan QR Code yang ada dimuseum
MC	Talent berjalan mengambil brosur
CU	Talent membaca brosur
WS	Talent berjalan menyusuri gang
MS	Talent melihat tulisan Sumur Jobong
MW	Tampak Sumur Jobong
CU	Talent membanca teks Sumur Jobong
MW	Memperlihatkan Sumur Jobong Terbuka
Mw	Memperlihatkan Isi Sumur Jobong
CU	Memperlihatkan plang bertulisakn Masjid Jami' Peneleh
MC	Memperlihatkan menara Masjid
MW	Talent berjalan sekitar jendela
MC	Masjid Tampak Depan
WS	Talent Memasuki Masjid
WS	Memperlihatkan keseluruhan dan detail detail arsitektur Masjid
WS	Talent sedang sholat
WS	Talent sedang sholat
MC	Memperlihatkan kaligrafi arab
WS	Memperlihiatkan Tugu bergambar soekarno dan bertuliskan Rumah kelahiran Soekarno
MC	Talent memasuki gang
MW	Talent berjalan dari kiri ke kanan sambil melihat mural
WS	Tampak depan rumah Ir. Soekarno
CU	Batu peresmian cagar budaya
MC	Jendela
WS	Talent berjalan menyusuri gang
WS	Talent in frame berjalan sampai ke Makam Belanda Peneleh
MC	Memperlihatkan Tulisan Makam Belanda Peneleh
CU	Memperlihatkan detail ornamen makam
MW	Talent berjalan menyusuri makam sambil memfoto makam
MW	CLOSING

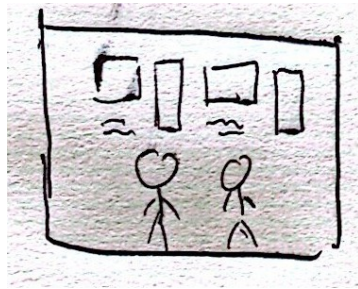
4. Storyboard

Storyboard merupakan gambaran yang menunjukkan per adegan dengan alur yang sudah di tentukan dalam perancangan video promosi wisata sejarah Kampung Peneleh. Isi dari storyboard meliputi adegan per *scene*, musik dan lainnya yang di perlukan dalam proses produksi.

Tabel 4. 3 *Storyboard*

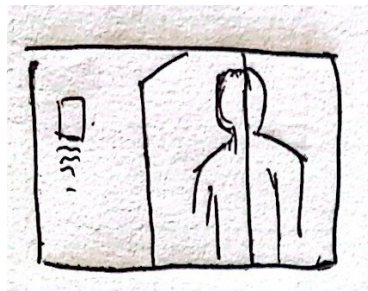
1		Menampilkan aerial <i>shoot</i> drone Kampung Peneleh
2		Memperlihatkan gang peneleh, dan adegan talent <i>opening</i> video
3		Memperlihatkan plang tulisan Museum HOS Tjokroaminoto dan talent berjalan melewatinya untuk menuju museum
4		Menampilkan Rumah HOS Tjkoroaminoto secara keseluruhan dan tampak depan

5



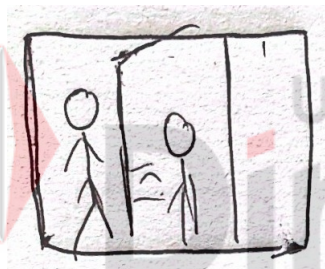
Adegan talent dan penjaga museum bercengkrama sambil menjelaskan isi koleksi museum

6



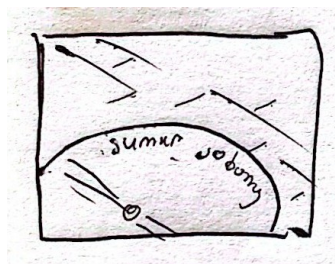
Menampilkan beberapa koleksi museum

7



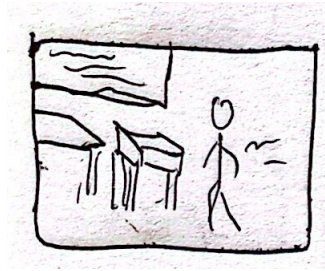
Talent melakukan adegan berpamitan dengan penjaga museum untuk mengunjungi situs selanjutnya

8



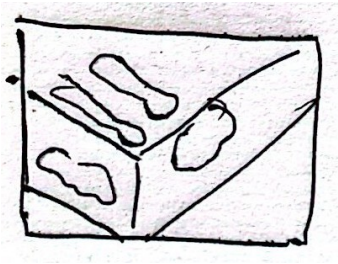
Menampilkan detail Sumur Jobong

9



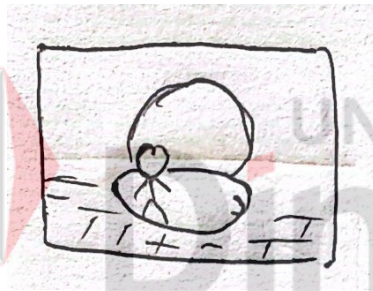
Talent berjalan menuju kawasan situs sumur jobong dan melihat koleksi penemuan fosil Sumur Jobong

10



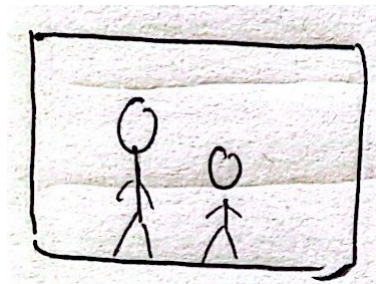
Memperlihatkan koleksi penemuan fosil pada saat eskavasi sumur

11



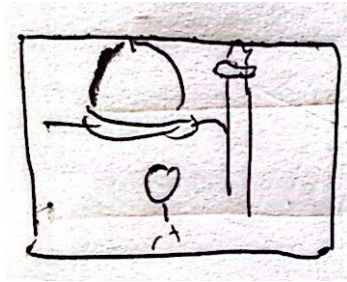
Talent dan penjaga sumur melakukan adegan turun ke sumur untuk merasakan air sumur

12



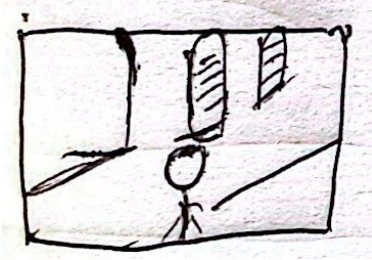
Talent berpamitan untuk berpindah ke situs selanjutnya

13



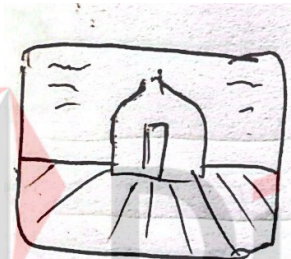
Menampilkan masjid dan talent, melihat masjid dari kejauhan

14



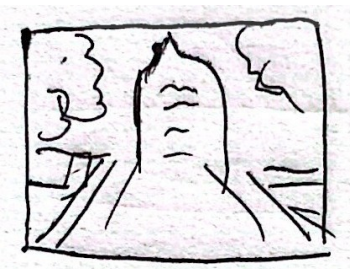
Talent berjalan di sekitaran masjid

15



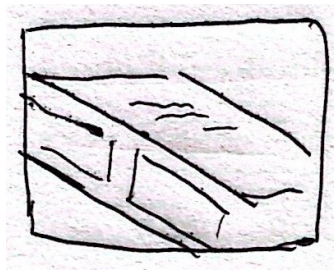
Menampilkan interior masjid secara keseluruhan

16



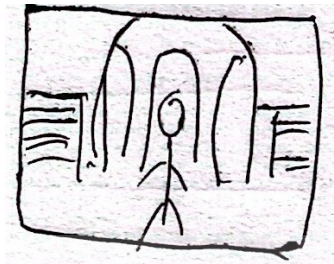
Shoot berganti ke situs selanjutnya dengan menampilkan salah satu makam ikonik yang ada di Makam Belanda Peneleh

17



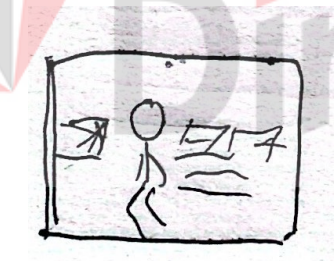
Menampilkan detail salah satu makam

18



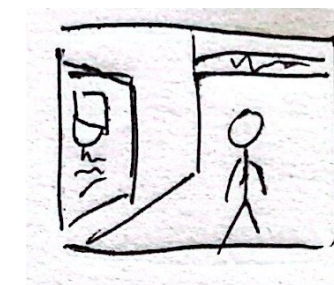
Talent berjalan lalu berhenti didepan salah satu makam dan merenung

19



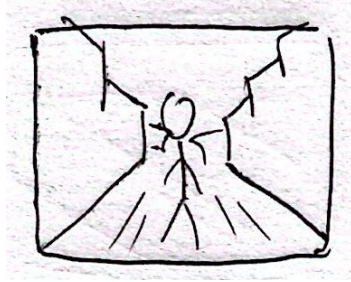
Talent berjalan kembali menikmati kesejukan di komplek makan tersebut

20



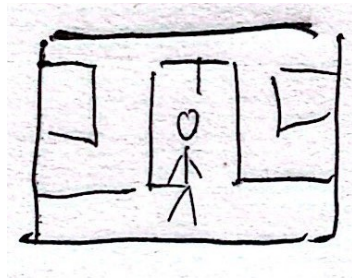
Menampilkan tugu situs Rumah Kelahiran Soekarno serta talent berjalan memasukigang

21



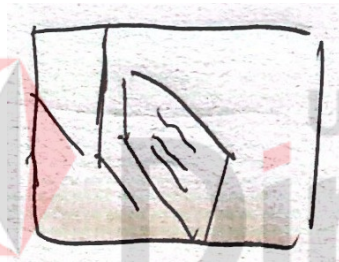
Menampilkan suasana gang
Pandean

22



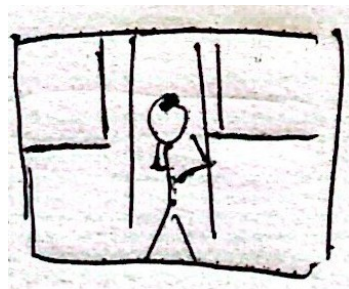
Talent berhenti didepan ruman

23



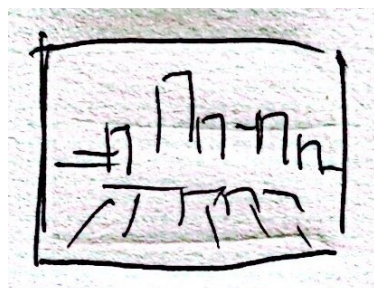
Menampilkan marmer
peresmian cagar budaya dari
pemkot

24



Talent berfoto-foto di depan
rumah

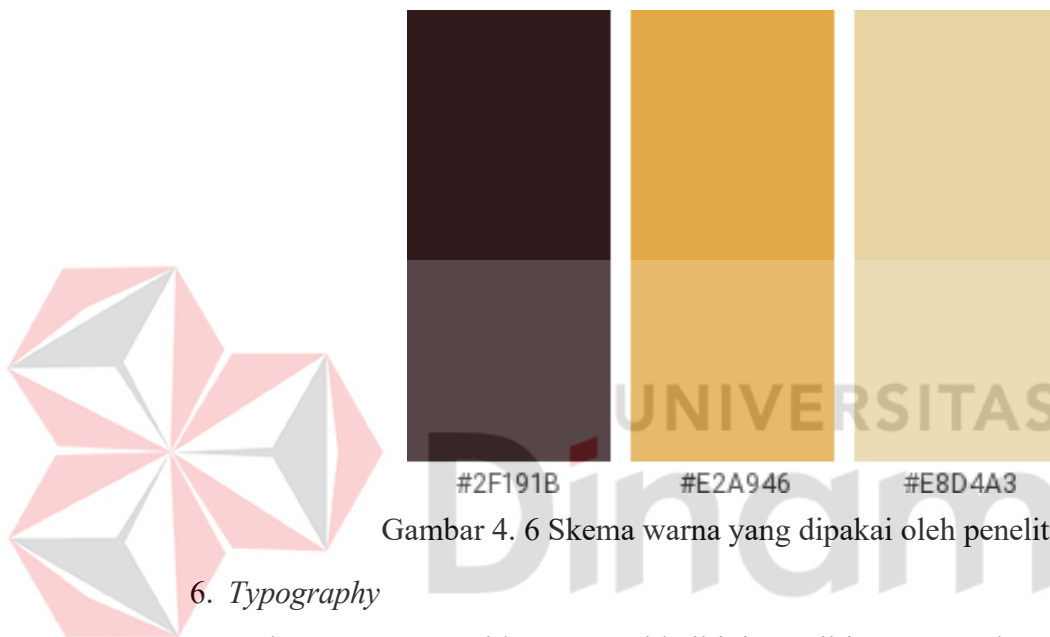
25



Menampilkan aerial kampung
peneleh serta VO kalimat
penutup

5. Warna

Perancangan video promosi ini peneliti menggunakan warna-warna disesuaikan dengan *Key Communication Message* yang telah didapatkan sebelumnya. *Journey* memiliki arti perjalanan dengan cerita panjang dan berkesan. Dan untuk menggambarkan kesan historis maka didapatkan perpaduan warna sebagai berikut.



Gambar 4. 6 Skema warna yang dipakai oleh peneliti

6. Typography

Pada perancangan video promosi kali ini peneliti menggunakan tiga font, yaitu "*Long Shot*", "*Gotham*" dan "*Sono*"



Gambar 4. 7 Font Gotham



Gambar 4. 9 Font Long Shot



Gambar 4. 8 Font Sono

Pada font "*Long Shot*" diterapkan pada slogan yang dipakai, digunakan agar memberikan kesan tegas dan kuat, hal ini menginterpretasikan sejarah yang panjang dan masih dapat dilihat hingga sekarang. Kemudian penggunaan font "*Sono*" digunakan pada teks eksplanatif, font cenderung tipis dan sederhana agar mudah dibaca dan tidak membuat mata lelah. Font ini nantinya akan digunakan pada video dan media pendukung

7. Editing

Pada proses editing ini, aplikasi editing video yang digunakan adalah Adobe Premiere Pro 2021. Sedangkan format video yang digunakan adalah H.264 dengan resolusi sebesar 1080p atau Full HD. Frame rate persecond yang digunakan adalah 60, dengan bitrate konstan di angka 15, dengan total durasi video diperkirakan mencapai 3-5 menit

Awal proses editing dapat dimulai dari menentukan format video yang akan digunakan. Lalu menentukan tempat lokasi penyimpanan video setelah selesai. Langkah selanjutnya yaitu pembuatan *Sequence* sebagai wadah *timeline project* video yang disusun dan diberi musik. Tahap ketiga yaitu mencari footage video

yang terbaik lalu menyeleksi untuk dipisahkan dan disesuaikan dengan storyboard yang sudah dirancang sebelumnya. Kemudian video diletakkan kedalam timeline.

Dalam tahap keempat, peneliti menyusun video-video yang telah dipilih dan digabungkan dengan musik yang telah dipilih sebelumnya. Lalu memberikan efek lambat dan transisi ke dalam video. Tahap kelima, video yang telah dirangkai diperbaiki warnanya melalui fitur yang disediakan aplikasi yaitu Lumetri Color yang ada di Adobe Premiere Pro 2021. Tahap keenam, memberikan sedikit tampilan grafis berupa teks eksplanatif yang akan ditambahkan kedalam video. Dan yang terakhir adalah memeriksa ulang video secara dan di sesuaikan dengan storyboard, lalu mengekspornya menggunakan resolusi 1080p.

8. Final Project

Dalam tahap ini, peneliti menjelaskan setiap scene yang ada dalam video yang dirancang, dengan penjelasan teknik yang digunakan. Scene dibagi menjadi beberapa bagian agar mempermudah proses take video sampai kepada penyuntingan video yang dilakukan oleh peneliti, selain itu juga sebagai bentuk efisiensi waktu yang digunakan, antara lain:

Tabel 4. 4 Daftar *Scene*

Scene 1	Tulisan judul dan tagline ditunjukkan pada awal video dengan latar belakang perkotaan dan sungai yang menjelaskan lokasi kampung penelch
Scene 2	Pembukaan talent sebagai pengunjung sekaligus host yang memandu berkeliling kampung
Scene 3	Menampilkan Museum HOS Tjokroaminoto sebagai tempat pertama yang dikunjungi
Scene 4	Talent berjalan di gang menuju Museum HOS Tjokroaminoto dan melihat ke kanan dan kiri
Scene 5	Talent memasuki pintu depan Museum HOS Tjokromanioto
Scene 6	Penjaga museum menyapa dan talent melakukan registrasi untuk kunjungan di museum
Scene 7	Talent dan petugas museum berkeliling bersama di museum

Scene 8	Menampilkan barang koleksi Museum HOS Tjokroaminoto
Scene 9	Talent melakukan Scan QR Museum yang terdapat pada Museum HOS Tjkoroaminoto
Scene 10	Talent membaca singkat penjelasan yang ada pada Museum
Scene 11	Menampilkan adegan talent berpamitan dengan penjaga museum dan mulai berpindah lokasi
Scene 12	Menampilkan salah satu gang Kampung Peneleh
Scene 13	Adegan talent berjalan menyusuri gang untuk menuju Sumur Jobong
Scene 14	Talent membaca singkat penjelasan Sumur Jobong
Scene 15	Talent melihat koleksi fosil Sumur Jobong
Scene 16	Menampilkan detail fosil Sumur Jobong
Scene 17	Menampilkan detail tutup Sumur Jobong
Scene 18	Pengurus Sumur Jobong menyapa talent dan adegan menjelaskan sedikit tentang penemuan Sumur Jobong
Scene 19	Talent melakukan adegan turun memasuki Sumur Jobong
Scene 20	Talent mencoba merasakan kesegaran air Sumur Jobong
Scene 21	Talent berpamitan dengan penjaga musum dan mulai berpindah ke lokasi
Scene 22	Menampilkan Masjid Jami' tampak dari atas
Scene 23	Menampilkan arsitektural Masjid Jami'

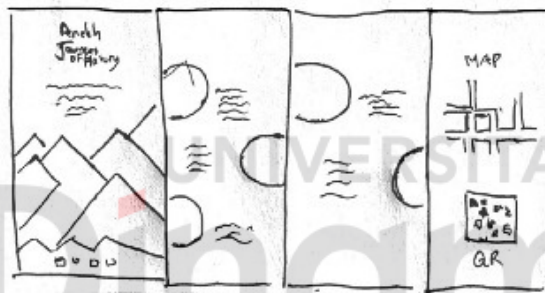
Scene 24	Talent beradegan berjalan di Masjid Jami'
Scene 25	Talent memasuki masjid
Scene 26	Menampilkan detail-detail <i>interior</i> Masjid Jami'
Scene 27	Menampilkan transisi perpindahan tempat
Scene 28	Menampilkan salah satu makam ikonik yang ada di Makam Belanda Peneleh
Scene 29	Menampilkan salah satu makam secara detail
Scene 30	Talent beradegan berjalan menyusuri makam
Scene 31	Talent berjalan lalu berhenti di salah satu makam yang ada di tempat tersebut
Scene 32	Shoot aerial Kampung Peneleh
Scene 33	Talent berjalan ditrotoar untuk menuju ke Rumah Kelahiran Ir. Soekarno
Scene 34	Talent berjalan menyusuri gang menuju Rumah Kelahiran Ir. Soekarno
Scene 35	Talent berdiri di depan pintu Rumah Kelahiran Ir. Soekarno
Scene 36	Talent berfoto-foto di depan rumah
Scene 37	Kata-kata penutupan oleh talent dan mengajak <i>audience</i> untuk berkunjung langsung ke Kampung Peneleh
Scene 38	Menampilkan aerial Kampung Peneleh dari ketinggian

4.6 Perancangan Media Pendukung

Perancangan media pendukung dilakukan untuk menunjang keberhasilan mencapai tujuan pembuatan karya, pada kasus ini peneliti menggunakan media pendukung berupa brosur, *merchandise*, dan x-banner

4.6.1 Brosur

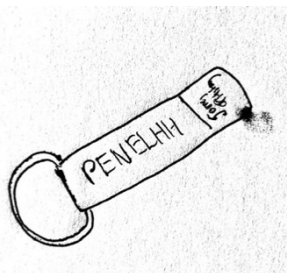
Brosur nantinya akan diletakan pada museum HOS Tjokroaminoto, yang dimana menjadi salah satu situs yang paling banyak dikunjungi oleh wisatawan, diharapkan Museum HOS Tjokroaminoto bisa menjadi gerbang bagi pengunjung untuk berjalan-jalan di Kampung Peneleh. Brosur akan berisi sejarah singkat Peneleh, daftar situs, dan juga *QR Code* yang akan muncul video promosi jika dipindai oleh *smartphone*.



Gambar 4. 10 Sketsa desain brosur

4.6.2 Merchandise

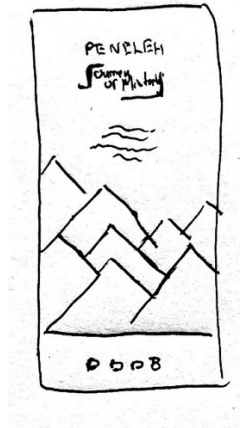
Merchandise yang dipilih penulis untuk media pendukung dalam perancangan ini adalah berupa gantungan kunci, yang nantinya akan dicetak dan dibagikan kepada setiap pengunjung yang berkunjung.



Gambar 4. 11 Sketsa desain *merchandise*

4.6.3 X-Banner

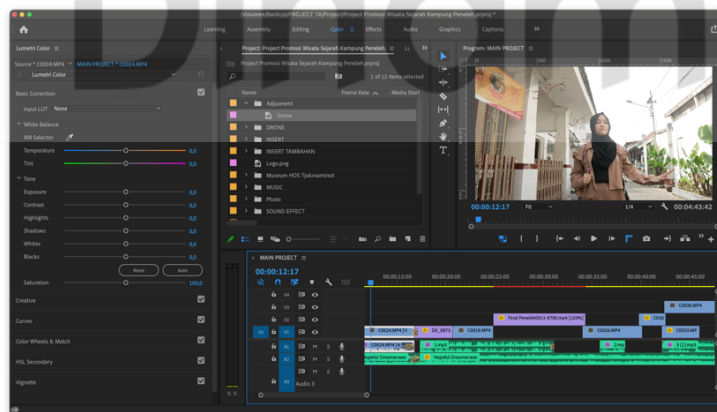
X-banner diperuntukan sebagai media pendukung untuk menarik atensi *audience* pada kesempatan tertentu seperti pameran-pameran atau pun acara besar. Nantinya x-banner ini juga diletakan pada museum HOS Tjokroaminoto.



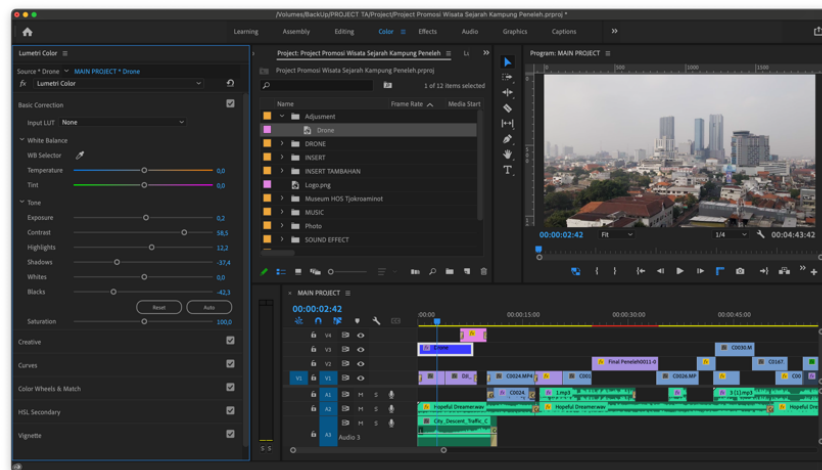
Gambar 4. 12 Sketsa desain x-banner

4.7 Implementasi Karya

1. Proses Editing



Gambar 4. 13 Proses editing penggabungan video dan musik

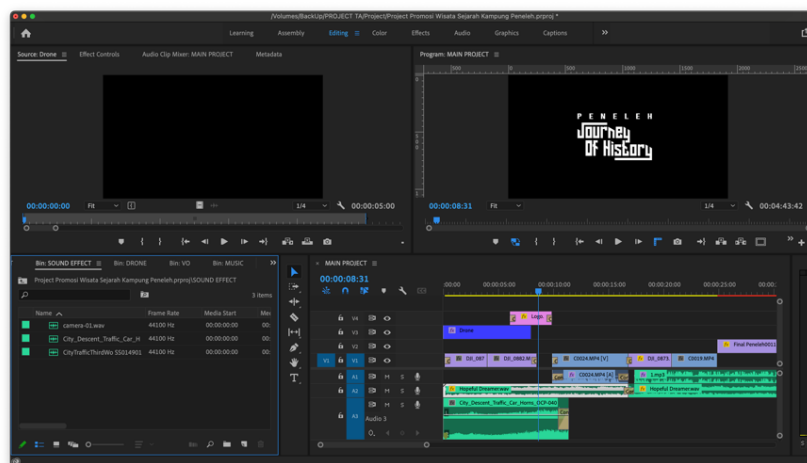


Gambar 4. 14 Proses *coloring*

Proses diatas merupakan proses menyatukan semua video yang sudah direkam kemudian menambahkan lagu, dan *Voice Over* agar video menjadi lebih menarik dan bisa dinikmati oleh penonton.

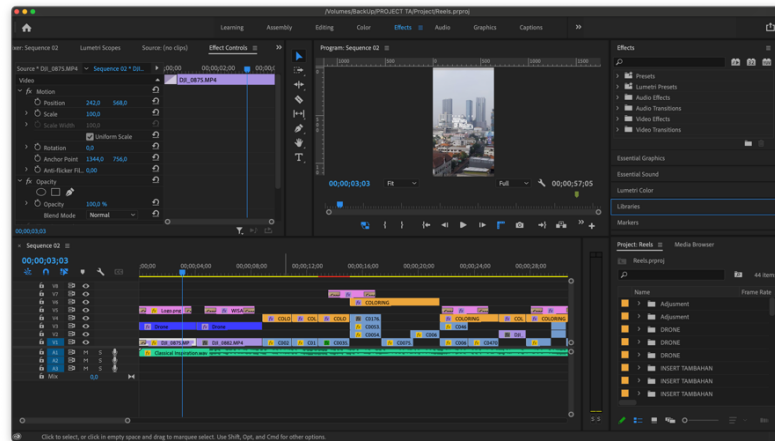
Setelah melakukan penggabungan gambar/video, kemudian peneliti melakukan penyesuaian warna agar video yang dihasilkan memiliki warna yang senada dan enak ditonton.

Penyesuaian warna atau biasa yang disebut *coloring* dilakukan dengan menggunakan program dasar yang dimiliki oleh Adobe Premiere Pro 2021 yaitu Lumetri Color. Setelah warna diselaraskan, proses selanjutnya adalah penambahan materi grafis seperti tipografi pada judul, logo-logo, dsb.



Gambar 4. 15 Proses penambahan grafis

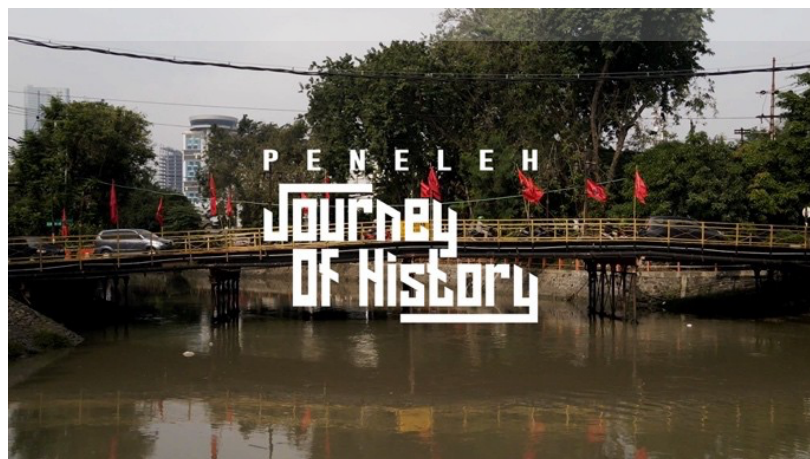
Kemudian dikarenakan dibutuhkan output dalam format portrait, untuk tujuan kebutuhan reels instagram dan tiktok, maka harus melakukan tahapan proses *editing* proyek kedua, dengan penyesuaian *sequences* dan format video, dengan rasi video 9:16.



Gambar 4. 16 Proses editing format portrait

2. Media Utama

Media utama pada perancangan ini adalah berupa video promosi yang berkonsep seperti vlog tour pada Kampung Peneleh. Pada pembukaan video berisikan judul dan *tagline* video. Kemudian disambut oleh pembukaan *talent* yang berperan sebagai pengunjung.



Gambar 4. 17 Salah satu *scene* pembuka

Kemudian video dilanjut dengan tour situs-situs dikampung peneleh yang dimulai dari Museum HOS Tjokroaminoto. Disini menjelaskan bahwa isi dari koleksi museum. Serta panduan bagaimana jika ingin berkunjung ke museum.



Gambar 4. 18 Salah satu *scene* mengunjungi Museum HOS Tjkoraminoto

Selanjutnya video dilanjut dengan berkunjung ke Sumur Jobong. *Scene* ini menunjukkan koleksi fosil yang ditemukan pada saat eskavasi Sumur Jobong. Pada situs ini pengunjung dapat turun ke bawah dan merasakan kesegaran air Sumur Jobong



Gambar 4. 19 Salah satu *scene* mengunjungi Sumur Jobong

Situs yang ketiga adalah Masjid Jami'. Masjid yang merupakan peninggalan dari Sunan Ampel, yang masih memiliki arsitektur kuno dan ontentik pada beberapa bagian.



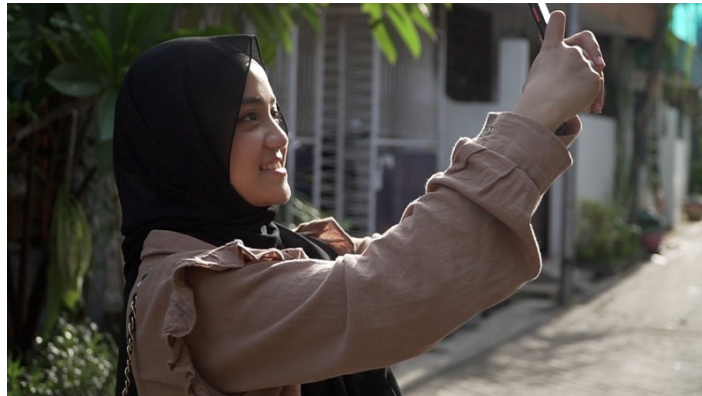
Gambar 4. 20 Salah satu *scene* mengunjungi Masjid Jami' Peneleh

Perjalanan selanjutnya adalah mengunjungi Makam Belanda Peneleh. Ornamen-ornnamen unik dan tidak biasa pada makam ini sangat menarik bagi para penggiat visual khususnya fotografer. Makam juga tidak terkesan menyeramkan, malah justru sejuk, indah, dan nyaman.



Gambar 4. 21 Salah satu *scene* mengunjungi Makam Belanda Peneleh

Dan yang terakhir adalah rumah kelahiran Ir. Soekarno. Disini pengunjung dapat melihat bangunan Rumah Kelahiran Soekarno dari depan, serta dapat mengabadikan momen di depan rumah. Bagian penutup video diisi dengan salam penutup dan kalimat ajakan untuk berkunjung dan jalan-jalan di Kampung Peneleh.



Gambar 4. 23 Salah satu *scene* mengunjungi Rumah Kelahiran Ir. Soekarno

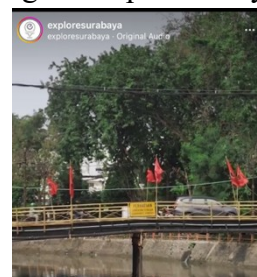


Gambar 4. 22 Salah satu *scene* penutup

Pada media utama, penulis memanfaatkan media publikasi melalui Youtube, Tiktok, dan Instagram. Pada media instagram penulis bekerja sama dengan akun Insyagram Kecamatan Genteng, serta akun Instagram exploresurabaya



Gambar 4. 25 Publikasi Instagram kec_gentengsby



Gambar 4. 24 Publikasi Instagram exploresurabaya

4.7 Media Pendukung

4.7.1 Brosur

Brosur akan dipajang pada beberapa situs yang memiliki tempat yang memadai untuk dipajang. Brosur ini berisi tentang informasi situs apa saja yang ada di Kampung Peneleh, serta denah lokasi situs.



Gambar 4. 27 Desain Brosur Depan



Gambar 4. 26 Desain Brosur Belakang

4.7.2 X-Banner

X-banner digunakan untuk menarik atensi setiap *audience* yang melewatinya. *X-banner* akan diletakan pada Museum HOS Tjoroaminoto. Selain itu dapat juga digunakan pada saat pameran atau kegiatan tertentu.



Gambar 4. 28 Gambar Display *X-Banner*

4.7.2 Merchandise

Merchandise yang dipilih pada rancangan ini untuk menjadi media pendukung adalah gantungan kunci. Mengapa gantungan kunci, karena gantungan kunci bisa dipakai dimana saja ataupun dibawah dimana saja. Secara tidak langsung bisa menjadikan sebuah media iklan pasif yang efektif.



Gambar 4. 29 Media Pendukung Gantungan Kunci

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Setelah dilakukan penelitian mengenai perancangan video promosi wisata sejarah sebagai upaya meningkatkan eksistensi Kampung Peneleh, peneliti dapat membuat menyimpulkan bahwa dalam perancangan sebuah video promosi ini memiliki tujuan untuk memperkenalkan kembali potensi-potensi situs-situs di Kampung Peneleh yang memiliki nilai edukasi yang tinggi dan nilai jual sebagai tempat wisata secara lebih merata. Penelitian dilakukan dengan mendapatkan data dari hasil observasi, wawancara, dokumentasi, studi literatur, dan studi kompetitor hingga didapatkan sebuah keyword communication message "*Journey*" yang artinya sebuah perjalanan, diharapkan ketika mengunjungi kampung ini pengunjung dapat merasakan seperti melakukan perjalanan waktu. Keyword tersebut yang nantinya akan dipakai sebagai acuan dalam perancangan karya mulai dari penulisan sinopsis, *story line*, *storyboard*, tipografi, sampai kepada media pendukung. Sehingga terbentuklah sebuah video promo berjudul "*Peneleh Journey of History*" yang berdurasi 4:44 menit. Tidak lupa dilengkapi dengan media pendukung yang terdiri dari x-banner, gantungan kunci, dan brosur.

5.2 Saran

Hasil penelitian yang dilakukan ini memang masih jauh dari kata sempurna sehingga ditambahkan beberapa hal agar mencapai hasil yang lebih baik lagi, antara lain:

1. Peneliti berharap potensi yang ada di Kampung Peneleh dapat diolah dengan matang sehingga tujuan Kampung Peneleh sebagai wisata sejarah yang lebih layak dapat lebih cepat terealisasi.
2. Peneliti selanjutnya maupun pelaku pengelola wisata setempat dapat menggunakan media sosial sebagai media promosi dengan cakupan masyarakat yang lebih luas dan tidak terbatas.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdulgani, R. (1964). Penggunaan Ilmu Sejarah. Bandung: Prapanca.
- Amos Arya, P. W. (2014). PERANCANGAN FILM DOKUMENTER KAMPUNG PENELEH SURABAYA. Surabaya: Universitas Kristen Petra.
- Arikunto, S. (2010). Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek. Jakarta: Rineka Cipta.
- Arsyad, A. (2011). Media Pembelajaran. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Ayawaila, G. R. (2008). Dokumenter Dari Ide Sampai Produksi. Jakarta: FFTVIKJ.
- Charter, B. (1992). Australian`s Methodology for Conserving Cultural Heritage. Brooks Garahm.
- Degey, S. (2016). Perancangan Video Promosi Pariwisata Kab. Nabire. Salatiga: Universitas Kristen Satya Wacana. Artikel Ilmiah.
- Iwan, G. (2016). Metode Penelitian Kualitatif “Teori dan Praktik”. Jakarta: Bumi Aksara.
- JDIH BPK RI. (1992). Undang-undang (UU) tentang perfilman. <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/46600>. Diakses pada 3 Maret 2022
- JDIH Kota Surabaya. (2008). Surat Keputusan Walikota Surabaya. https://jdih.surabaya.go.id/pdfdoc/kepwali_26.pdf. Diakses pada 2 Maret 2022
- Kattsoff, L. (2004). Pengantar Filsafat. Yogyakarta: Tiara Wacana.
- Kotler, P. &. (2014). Principle Of Marketing. New Jersey: Pearson Pretice Hall.
- Lia, K. N. (2014). Desain Komunikasi Visual : Dasar-dasar Panduan untuk Pemula. Bandung: Nuansa Cendekia.
- Mirza, M. (2019). Internet dan Perilaku Cyberloafing Pada Karyawan. Banda Aceh: Psikoislamedia.
- Nardi. (1977). Pengertian Editing Film. Jakarta: Grasindo.
- Noviyanto. (2011, 10 27). Makam Peneleh jadi Jujugan Antropolog, Sejarahwan, Arsitek dan Sosiolog. Lensa Indonesia: <http://www.lensaIndonesia.com/2011/10/27/makam-peneleh-jadi-jujugan-antopolog-sejarahwan-arsitek-dan-sosiolog.htm>. Diakses pada 2 Maret 2022
- Riyanto, R. P. (2015). Pengaruh Brand Image, Promosi dan Distribusi pada Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Vario. Semarang: UNNES.

- Sugiyono. (2015). Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods). Bandung: Alfabeta.
- Tanzil, C. (2010). Pemula Dalam Film Dokumenter: Gampang-gampang Susah. Jakarta Pusat.
- Taylor, B. d. (1975). Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: Remadja Karya.
- Wisata Kota Surabaya. (2018, April 4). Sparkling Surabaya: <https://sparkling.surabaya.go.id/rumah-hos-tjokroaminoto/>. Diakses pada 1 April 2022



UNIVERSITAS
Dinamika