



UNIVERSITAS  
**Dinamika**

**PERANCANGAN VIDEO MEDIA PROMOSI DESA BEIJONG  
KECAMATAN TROWULAN SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN  
BRAND RECALL**

**TUGAS AKHIR**



**Program Studi**

**S1 Desain Komunikasi Visual**

UNIVERSITAS  
**Dinamika**

**Disusun oleh:**

**Moch Calvin Afrisal**

**19420100066**

---

---

**FAKULTAS DESAIN DAN INDUSTRI KREATIF**

**UNIVERSITAS DINAMIKA**

**2023**

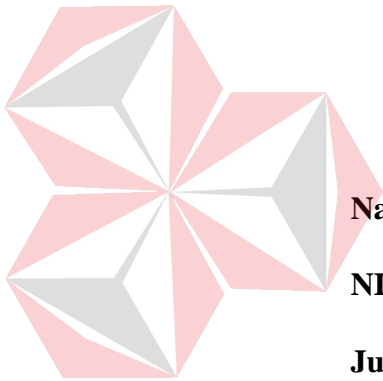
**PERANCANGAN VIDEO MEDIA PROMOSI DESA BEJJONG  
KECAMATAN TROWULAN SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN**

**TUGAS AKHIR**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan**

**Program Sarjana Desain**

**Oleh:**



**Nama : Moch Calvin Afrisal**

**NIM : 19420100066**

**Jurusan : S1 Desain Komunikasi Visual**

UNIVERSITAS  
**Dinamika**

**FAKULTAS DESAIN DAN INDUSTRI KREATIF**

**UNIVERSITAS DINAMIKA**

**2023**

## TUGAS AKHIR

### PERANCANGAN VIDEO MEDIA PROMOSI DESA BEJIJONG KECAMATAN TROWULAN SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN *BRAND RECALL*

Dipersiapkan dan disusun oleh:

**Nama: Moch Calvin Afrisal**

**NIM: 19420100066**


Telah diperiksa, diuji dan disetujui oleh dewan penguji


Pada: 12 juli 2023

#### Susunan Dewan Penguji

##### Pembimbing:

- I. Dhika Yuan Yurisma, M.Ds.  
NIDN: 0720028701
- II. Setya Putri Erdiana, S.T., M.Ds.  
NIDN: 0721099105

  
Digitally signed  
by Universitas  
Dinamika  
Date: 2023.07.28  
08:04:39 +07'00'

  
Digitally signed  
by Universitas  
Dinamika  
Date: 2023.07.28  
13:54:46 +07'00'

##### Penguji:

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

  
Digitally signed  
by Universitas  
Dinamika  
Date:  
2023.07.28  
14:14:38 +07'00'

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

  
Universitas Dinamika  
2023.08.03 08:44:46  
+07'00'

**Karsam, MA., Ph.D.**

NIDN: 0705076802

Dekan Fakultas Desain dan Industri Kreatif

UNIVERSITAS DINAMIKA

**PERNYATAAN**  
**PERSETUJUAN PUBLIKASI DAN KEASLIAN KARYA ILMIAH**

Sebagai mahasiswa **Universitas Dinamika**, Saya :

Nama : **Moch Calvin Afrisal**  
NIM : **19420100066**  
Program Studi : **S1 Desain Komunikasi Visual**  
Fakultas : **Fakultas Desain Dan Industri Kreatif**  
Jenis Karya : **Tugas Akhir**  
Judul Karya : **PERANCANGAN VIDEO MEDIA PROMOSI DESA  
BEJIJONG KECAMATAN TROWULAN SEBAGAI  
UPAYA MENINGKATKAN BRAND RECALL**

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 keserjanaan yang telah diberikan kepada Saya.

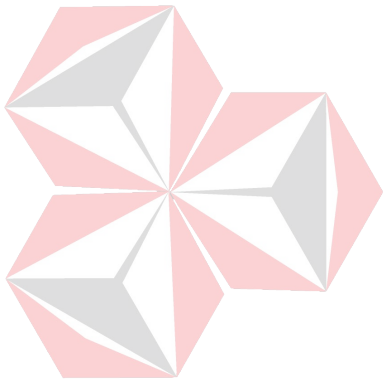
Demikian surat pernyataan ini Saya buat dengan sebenar-benarnya.

Surabaya, 12 juli 2023



Moch Calvin Afrisal  
NIM : 19420100066

LEMBAR MOTTO



UNIVERSITAS  
*"You can, believe it"*  
Dinamika

## LEMBAR PERSEMBAHAN



**Kupersembahkan ini kepada keluarga terutama orang tua dan teman-teman saya yang tercinta yang telah turut membantu pengerjaan Tugas Akhir ini.**

UNIVERSITAS  
Dinandika

## ABSTRAK

Penelitian ini menjelaskan kekayaan budaya dan warisan sejarah Indonesia, Sejarah merupakan bukti nyata terhadap kebudayaan terdahulu yang ditemukn lagi maupun diturun temurukan hingga saat ini. terutama di Trowulan, kota Mojokerto. Trowulan dikenal sebagai daerah peninggalan Kerajaan Majapahit yang pernah menguasai wilayah Nusantara. Terdapat berbagai peninggalan seperti candi, artefak, patung, dan kerajinan logam di wilayah tersebut. Peninggalan tersebut dijaga sebagai cagar budaya oleh pemerintah Mojokerto dan diakui oleh UNESCO sebagai situs purbakala. Desa Bejjong di Trowulan menjadi Desa Wisata yang memiliki kearifan lokal, termasuk kerajinan kuningan dan batik. *Branding* telah dilakukan di Bejjong, dengan peninggalan candi Brahu sebagai salah satu fokusnya serta budha tidur. Desa ini juga memiliki kesenian tari khas yang diminati oleh anak anak yang masih duduk dibangku SMP hingga SMA serta anak SD juga. Namun, branding terhambat oleh pandemi COVID-19, dan diperlukan upaya brand recall dengan disertai penggunaan media video untuk meningkatkan promosi dan pemahaman masyarakat terhadap kearifan lokal dan budaya di desa Bejjong. Dengan adanya media video dalam mempromosikan budaya majapahit serta didukung oleh metode observasi, wawancara, dan dokumentasi serta dilakukanya reduksi data yang menyeluruh pada peninggalan dari kerajaan majapahit yang ada di desa bejjong diharapkan dapat menunjang penghasilan dari warga bejjong yang terkena dampak ekonomi covid-19.

**Kata Kunci :** Kerajaan Majapahit, Media Video, Sejarah

## KATA PENGANTAR

Pertama mari kita ucapkan puji syukur kepada kehadirat Tuhan yang maha esa atas limpahan rahmatnya sehingga peneliti dapat menyelesaikan Tugas Akhir dengan judul “Perancangan Video Media Promosi Desa Bejijong Kecamatan Trowulan Guna Meningkatkan *Brand Recall*” ini dengan tepat waktu dan tanpa adanya kekurangan. Laporan ini adalah salah satu karya ilmiah yang telah disusun sedemikian rupa sebagai syarat untuk penyelesaian mata kuliah “Tugas Akhir” di Universitas Dinamika Surabaya. Dalam Kesempatan kali ini, peneliti mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak terkait yang telah memberikan pengalaman dan dukungannya selama Tugas Akhir berlangsung maupun dalam penyelesaiannya. Diantaranya:

1. Prof. Dr. Budi Djatmiko, M.Pd. selaku Rektor Universitas Dinamika.
2. Karsam, MA., Ph.D. selaku dekan Fakultas Desain Dan Industri Kreatif
3. Dhika Yuan Yurisma, M.Ds. selaku Ketua Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual
4. Dhika Yuan Yurisma, M.Ds., selaku Pembimbing I dan Setya Putri Erdiana, S.T., M.Ds selaku Pembimbing II yang telah memberikan banyak dukungan semangat, pengalaman dan saran-saran sehingga proposal karya ilmiah ini segera terselesaikan.
5. Seluruh keluarga terutama kedua orang tua saya dan teman-teman yang telah memberikan banyak dukungan, finansial, saran sekaligus doa demi kelancaran pengerjaan karya ilmiah ini.

Atas segala macam bentuk bantuan dan dukungan yang diberikan kepada saya, sekali lagi saya ucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya. Semoga apa yang telah diberikan mendapatkan balasan yang setimpal dari tuhan yang maha esa.

Surabaya, 2023

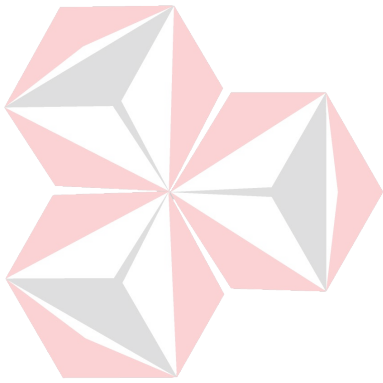
Peneliti



## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>BAB I.....</b>	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	4
1.3 Batasan Masalah .....	4
1.4 Tujuan .....	4
1.5 Manfaat .....	4
<b>BAB II .....</b>	<b>5</b>
<b>LANDASAN TEORI.....</b>	<b>5</b>
2.1 Penelitian Terdulu .....	5
2.2 Desa Wisata .....	5
2.3 Video .....	5
2.4 <i>Brand Recall</i> .....	7
2.5 Bejijong.....	8
2.6 Tipografi .....	8
2.7 Media Promosi .....	9
<b>BAB III.....</b>	<b>10</b>
<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>10</b>
3.1 Jenis Penelitian.....	10
3.2 Teknik Pengumpulan Data.....	10
3.3 Teknik Analisis Data.....	11
3.4 Studi Literatur .....	12
3.5 Unit Analisis .....	12
<b>BAB IV .....</b>	<b>13</b>
<b>HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>13</b>
4.1 Hasil Pengumpulan Data.....	13
4.2 Hasil Analisis Data .....	23
4.3 Konsep dan <i>Keyword</i> .....	25

4.4 Perancangan Karya .....	29
4.5 Perancangan media .....	34
<b>BAB V.....</b>	<b>44</b>
<b>PENUTUP.....</b>	<b>44</b>
5.1 Kesimpulan .....	44
5.2 Saran .....	44
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>45</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>48</b>



UNIVERSITAS  
**Dinamika**

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Pengunjung Candi Brahu.....	2
Gambar 2. 1 Warna vintage .....	6
Gambar 2. 2 Warna hitam putih.....	7
Gambar 2. 3 Piramida branding .....	8
Gambar 3. 1 Gambaran proses analisis Miles dan Huberman .....	11
Gambar 4. 1 Foto Bersama kepala desa bejijong.....	14
Gambar 4. 2 Staff BPCB Bejijong Mojokerto Ning Suryanti.....	15
Gambar 4. 3 Lokasi Pengerajin kuningan.....	15
Gambar 4. 4 Lokasi batik khas bejijong kabupaten mojokerto.....	16
Gambar 4. 5 Gambar motif surya majapahit.....	17
Gambar 4. 6 Gambar penari dari desa bejijong.....	18
Gambar 4. 7 Makam Raden Wijaya.....	19
Gambar 4. 8 Wisata Budha Tidur .....	20
Gambar 4. 9 Patung yang ada di budha tidur .....	20
Gambar 4. 10 Lokasi pengerajin kuningan budha tidur.....	21
Gambar 4. 11 Karya batik khas bejijong.....	21
Gambar 4. 12 <i>Keyword</i> .....	29
Gambar 4. 13 <i>Storyboard 1</i> .....	32
Gambar 4. 14 <i>Storyboard 2</i> .....	32
Gambar 4. 15 <i>Palette Warna</i> .....	33
Gambar 4. 16 <i>Tipografi Font</i> .....	34
Gambar 4. 17 <i>Opening</i> .....	34
Gambar 4. 18 <i>Scene 1</i> .....	35
Gambar 4. 19 <i>Scene 2</i> .....	35
Gambar 4. 20 <i>Scene 3</i> .....	36
Gambar 4. 21 <i>Scene 4</i> .....	36
Gambar 4. 22 <i>Scene 5</i> .....	37
Gambar 4. 23 <i>Scene 6</i> .....	37
Gambar 4. 24 <i>Scene 7</i> .....	38
Gambar 4. 25 <i>Scene 9</i> .....	38
Gambar 4. 26 <i>Scene 8</i> .....	38
Gambar 4. 27 <i>Scene 10</i> .....	39
Gambar 4. 28 <i>Scene 11</i> .....	39
Gambar 4. 29 <i>Scene 12</i> .....	40
Gambar 4. 30 <i>Penutup</i> .....	40
Gambar 4. 31 <i>Brochure</i> .....	41
Gambar 4. 32 <i>Poster</i> .....	41
Gambar 4. 33 <i>Xbanner</i> .....	42
Gambar 4. 34 <i>Sticker</i> .....	42
Gambar 4. 35 <i>Gantungan Kunci</i> .....	43

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

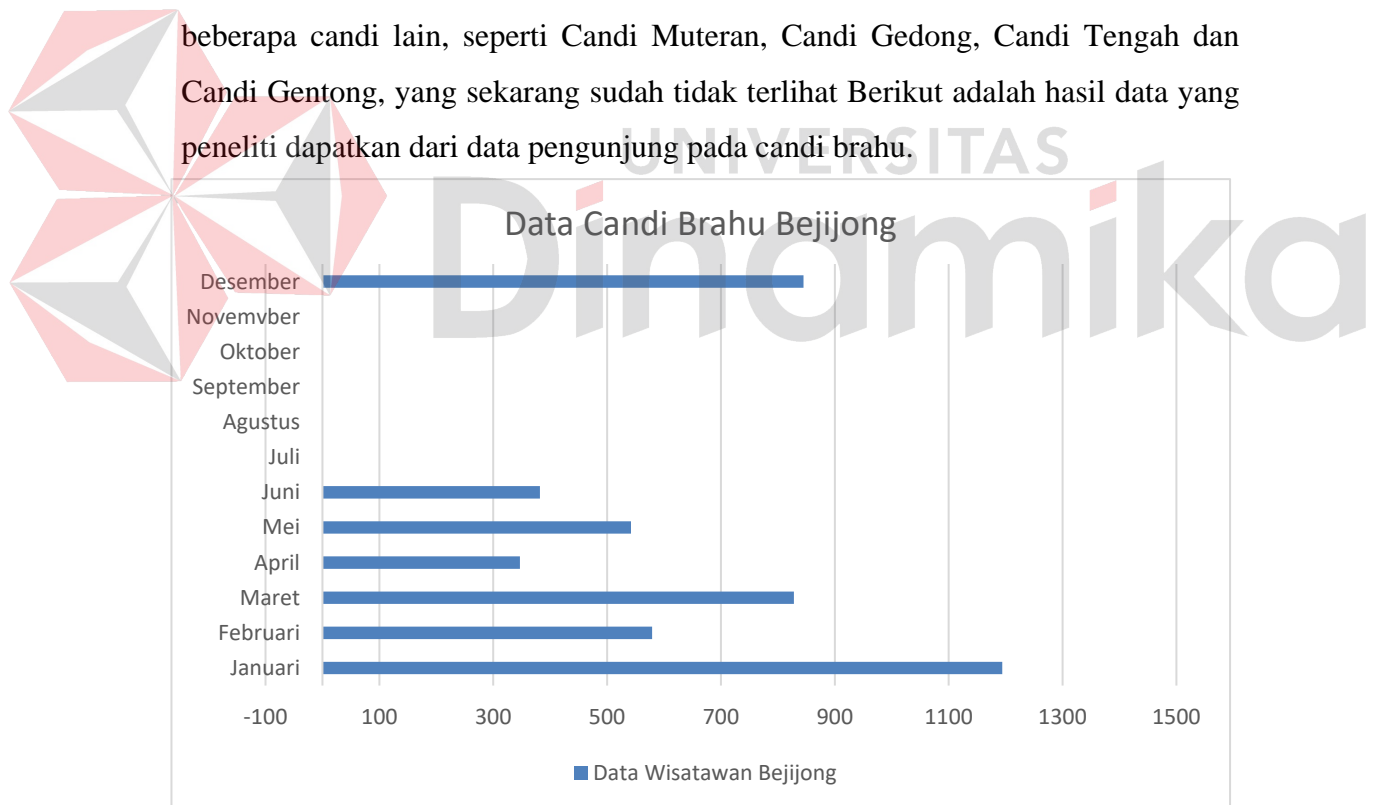
Indonesia adalah negara yang memiliki begitu banyak ragam budaya serta sejarah yang tersebar diberbagai daerah. hal tersebut dibuktikan dengan banyaknya peninggalan peninggalan budaya dari masyarakat pada zaman dahulu seperti yang ada dikecamatan trowulan kabupaten Mojokerto. Trowulan merupakan salah satu daerah yang menjadi peninggalan dari kerajaan majapahit dimana kerajaan tersebut merupakan kerajaan yang hampir menguasai seluruh wilayah nusantara. Dalam perjalanan pemerintahannya pernah mengalami peradaban masa kejayaan di abad ke-14 hingga mengalami masa kemunduran di abad ke-16. Kerajaan Majapahit yang berpusat di wilayah Trowulan, Mojokerto ditelusuri memiliki persebaran peninggalan berupa candi, benda artefak, batu, perhiasan, hingga karya seni seperti patung, terakota, kerajinan logam untuk peralatan rumah tangga dan lain-lain. Kini peninggalan tersebut yang sebagian besar masih utuh disimpan sebagai pelestarian cagar budaya yang dikelola oleh pemerintah Mojokerto, tepatnya di Trowulan yang ditetapkan sebagai kawasan situs purbakala oleh UNESCO pada tahun 2009 dan keberadaannya telah dikenal di dunia (Setyawan 2015).

Trowulan sendiri memiliki beberapa desa salah satunya adalah Desa Bejjong. Desa bejjong adalah sebuah desa yang menjadi Desa Wisata yang sah pada awal tahun 2021 lalu, dimana proses pelegalisasian ini sudah dilaksanakan sejak 2011, lalu disahkan oleh menteri pariwisata yaitu bapak Sandiaga Uno, ujar pak pradana selaku kepala desa bejjong. Bapak Sandiaga Uno menyebutkan di bejjong memiliki banyak kearifan lokal dan situs budaya diantaranya ada budha tidur, candi, wisata religi, serta pengrajin patung dan kuningan (Priyo Suwarno, n.d.2021).

Hasil kerajinan tangan yang masih menjadi peninggalan dari kerajaan majapahit salah satunya adalah kuningan. Berdasarkan hasil wawancara dengan pengrajin kuningan mbah bambang pada desa bejjong, kearifan lokal ini sudah ada sejak 30 tahun yang lalu. Pengrajin kuningan di desa bejjong ini juga sudah diturunkan dari generasi ke generasi. Menurut narasumber yang sudah peneliti wawancara kerajinan kuningan ini bisa menempuh waktu sekitar 2 hari dalam pembuatannya tergantung dari permintaan konsumen.

Tidak hanya kuningan bejjong juga memiliki kearifan lokal berupa batik. Menurut pak Pradana selaku kepala desa bejjong yang telah peneliti wawancarai, batik bejjong merupakan batik yang memiliki corak dari kerajaan majahit yang memperlihatkan betapa indahny batik tersebut. Namun batik bejjong memiliki peminat yang kurang daripada peminat kuningan dikarenakan pada desa bejjong pengerajin batiknya lebih terfokuskan ke satu wilayah, berbeda dengan pengrajin kuningan yang menyebar pada desa bejjong.

Wilayah yang dimaksud pak pradana adalah wilayah dimana merupakan pusat dari kota bejjong itu sendiri yang pernah dibranding tahun lalu. Branding yang sudah pernah dilakukan di bejjong ini juga meliputi peninggalan candi di bejjong yaitu candi brahu. Candi Brahu mulai dipugar tahun 1990 dan selesai tahun 1995. Menurut masyarakat di sekitarnya, tidak jauh dari Candi Brahu dahulu terdapat beberapa candi lain, seperti Candi Muteran, Candi Gedong, Candi Tengah dan Candi Gentong, yang sekarang sudah tidak terlihat Berikut adalah hasil data yang peneliti dapatkan dari data pengunjung pada candi brahu.



*Gambar 1.1 Data Pengunjung Candi Brahu*

( Sumber : BPK Jatim 2021 )

Dari data diatas didapatkan bahwasanya pengunjung terlihat ramai pada awal bulan dimana kala itu merupakan awal dari branding, lalu muncul beberapa perubahan dari waktu ke waktu yang dimana pada bulan juli hingga November

terdapat jumlah pengunjung yang kosong dikarenakan waktu itu masih adanya covid-19 sehingga branding ini mengalami kendala lalu berjalan lagi pada desember akhir pada tahun 2021.

Tidak hanya candi desa bejjong juga memiliki kesenian tari yang sering dilaksanakan di balai desa. Tarian di Bejjong sendiri merupakan tarian khas Bejjong yang sering digunakan dalam acara-acara besar di Bejjong. Pak Pradana juga menyebutkan bahwa para penari sering melakukan latihan di kantor desa. Para pemain tari ini memiliki usia yang bermacam-macam tidak hanya dari satu kalangan saja ada yang dari umur 7 tahun hingga umur 25 tahun. Para penari sering melakukan latihan pada Sabtu malam. Tari desa bejjong ini juga merupakan salah satu kesenian bejjong yang ada di program rebranding “Bejjongku”, yang merupakan program kerja dari Pak Pradana selaku kepala desa bejjong tahun 2021 yang baru

Dari hasil wawancara antara peneliti dengan Pak Kepala Desa Bejjong serta pengerajin disana, bahwasanya desa bejjong pernah melakukan branding pada tahun 2020 dengan slogan “Salam Budaya, Lestari Budaya”. Tetapi masih ada kekurangan dari branding tersebut dikarenakan kendala covid-19 yang menyebabkan tidak meratanya proses branding tersebut, sehingga mengakibatkan para pengerajin yang berlokasi selain di pusat desa tidak terekspos dengan baik, serta terbatasnya informasi perihal wisata yang ada di desa bejjong. Dikarenakan branding yang dilakukan oleh pihak desa bejjong yang terkendala maka perlu dibutuhkannya brand recall agar terwujudnya pemerataan branding dari pengerajin serta budaya yang ada di desa bejjong. Brand Recall diartikan sebagai kemampuan customer untuk mengingat nama sebuah brand dari memori mereka secara cepat berdasarkan kategori produk (Puri, n.d.). Dari kasus di atas video merupakan media yang sesuai untuk meningkatkan promosi akan kearifan lokal dan budaya pada desa bejjong. Video promosi memberikan informasi kepada masyarakat umum tentang adanya sebuah acara atau kegiatan yang sudah terjadi, dengan itu masyarakat umum juga dapat melihat kembali video tersebut. Video dokumentasi juga dapat dijadikan media promosi dengan mengupload ke media sosial maupun internet. Dengan visual dan audio yang dijadikan satu membentuk video, dengan itu masyarakat umum dapat lebih tertarik didukung faktor yang dapat mempengaruhi masyarakat

untuk merasakan kondisi yang ada dalam kegiatan yang sudah terjadi (Haqiqi, n.d.). dengan menggunakan media ini diharapkan agar masyarakat mengetahui apa saja isi dari desa bejjong itu sendiri.

### 1.2 Rumusan Masalah

Dilihat dari uraian latar belakang masalah diatas, maka munculah rumusan masalah yang dapat disimpulkan, sebagai berikut:

“Bagaimana merancang video media promosi pada desa bejjong kecamatan trowulan guna meningkatkan brand recall?.”

### 1.3 Batasan Masalah

Agar rumusan masalah yang telah disebutkan diatas lebih terfokus, maka batasan masalah akan diuraikan sebagai berikut:

1. Perancangan videografi ini meliputi potensi alam yang ada di bejjong serta kebudayaan yang ada di desa bejjong diantaranya :
  - a. Kerajinan kuningan
  - b. Batik bejjong
  - c. Seni Tari bejjong
  - d. Candi
  - e. Budha Tidur
2. Bahasa untuk penjelasan menggunakan bahasa Indonesia yang mudah dipahami.
3. Perancangan ini dilaksanakan di desa bejjong kecamatan trowulan

### 1.4 Tujuan

Tujuan dari penelitian ini ialah merancang video promosi desa bejjong guna meningkatkan brand recall pada desa tersebut.

### 1.5 Manfaat

Adapun beberapa manfaat dari perancangan buku ilustrasi ini antara lain:

1. Hasil dari perancangan ini bisa digunakan sebagai sarana pengenalan bejjong ke masyarakat agar lebih mengerti lebih paham potensi pada desa bejjong.
2. Bisa memberi informasi yang valid kemasyarakat luas
3. Diharapkan bisa membantu masyarakat agar lebih bisa mengenal bejjong.
4. Diharapkan bisa membantu bagi pengrajin di desa bejjong

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **2.1 Penelitian Terdulu**

Pada pembahasan kali ini akan membahas mengenai Perancangan Video Media Promosi Desa Bejijong Kecamatan Trowulan Guna Meningkatkan Brand Recall. Disini akan dijelaskan secara literatur atau refrensi yang menjadi dasar suatu landasan teori. Dalam penyusunan laporan ini peneliti memiliki acuan dari penelitian terdahulu yang berjudul “Perancangan Video Promosi Wisata Roro Kuning Di Kota Nganjuk” yang sudah dilakukan oleh Ernawati pada 4 april tahun 2022. Pada penelitian tersebut peneliti melakukan perancangan sebuah video yang dilaksanakan di nganjuk perihal destinasi wisata yang bernama roro kuning, beliau juga menyebutkan bahwasanya masalah yang ada pada penelitian tersebut dikarenakan kurangnya peran dari pemerintah daerah dalam mempromosikan destinasi wisatanya.

Perbedaan dari penelitian tersebut dengan penelitian ini terletak pada hasil karya yang nantinya akan keluar dimana penelitian Ernawati lebih mengedepankan perihal satu tempat destinasi wisata yang ada di nganjuk, sedangkan penelitian ini akan menyajikan keseluruhan aspek kekayaan serta budaya yang masih belum terbranding dengan baik, sehingga masyarakat bisa lebih mengetahui semakin dalam akan kekayaan yang ada di bejijong, dengan melalui media promosi berupa videografi.

#### **2.2 Desa Wisata**

Desa wisata merupakan sebuah destinasi yang menyajikan pesona pedesaan yang mana pada zaman sekarang sering diminati oleh para wisatawan dari berbagai tempat. Desa wisata yaitu sebuah kawasan yang berkaitan dengan wilayah atau berbagai kearifan lokal (adat istiadat, budaya, potensi, yang dikelola sebagai daya tarik wisatawan sesuai dengan kemampuannya, yang ditunjukkan untuk kepentingan sosial dan ekonomi masyarakat) (Jumarding 2021).

#### **2.3 Video**

Video adalah suatu ilmu yang mempelajari tentang gambar bergerak yang tersusun menjadi satu kesatuan yang utuh. Video adalah teknologi untuk menangkap, merekam, memproses, mentransmisikan dan menata ulang gambar



bergerak. Biasanya menggunakan film seluloid, sinyal elektronik, atau media digital. Video juga bisa dikatakan sebagai gabungan gambar-gambar mati yang dibaca berurutan dalam suatu waktu dengan kecepatan tertentu. Gambar-gambar yang digabung tersebut dinamakan frame dan kecepatan pembacaan gambar disebut dengan frame rate, dengan satuan fps (Amnestian 2017).

### 2.1.1 Warna

Warna merupakan elemen visual yang terpenting dalam proses pembuatan karya desain. Karena memiliki efek cahaya yang memberikan kesan ke pancaindra. Warna dapat menggambarkan suasana hati dan kepribadian dalam diri manusia. Warna tercipta oleh perbedaan wujud cahaya yang dipantulkan oleh obyek. Pemilihan jenis warna sangat mempengaruhi estetika keindahan dari sebuah karya yang dihasilkan (Sitepu, 2021)

#### 1. Warna Vintage

Kata Vintage berdasarkan kamus bahasa Inggris-Indonesia memiliki arti berupa tahun hasil buatan atau panen pada suatu tahun, hasil pungutan suatu tahun. Vintage style mengacu pada tahun 1900-an sampai 1980-an. Desain gaya vintage merujuk kepada gaya desain era lampau yang terdapat pada tahun 1900-1980an (Nila Ardana Harahap 2020)



*Gambar 2. 1 Warna vintage*

( Sumber : <https://www.plimbi.com/article/163193/pengertian-vintage> )

#### 2. Warna Black and White

Warna hitam putih lebih memiliki makna mengenai ketajaman, detail, serta atmosfer yang terasa pada suatu tempat. Foto hitam putih memiliki dinamika nada,

shadows, gradasi dan pencahayaan tanpa dikacaukan warna, sehingga fokus interest dapat ditampilkan lebih optimal dan lebih menggugah emosi (Kurniawan 2013)



Gambar 2. 2 Warna hitam putih

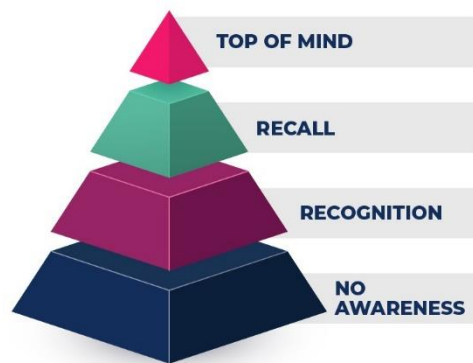
( Sumber : <https://everydayparisian.com/2017-8-13-paris-in-black-and-white/> )

#### 2.1.1 Backsound

Backsound adalah suara yang berada pada suatu video yang menjadi pelengkap agar video tersebut bisa menjadi satu padu. Backsound juga memiliki fungsi sebagai media pelengkap video agar bisa mendapatkan perasaan yang disampaikan oleh editor kepada yang menyaksikan. Sebagai contoh film sedih akan ditambah instrumen yang bisa meningkatkan rasa kesedihan.

#### 2.4 Brand Recall

Brand recall adalah salah satu bagian dari piramida dalam *brand awareness pyramid* dimana brand recall menduduki posisi kedua setelah *brand recognition*. Brand recall sendiri adalah bagian untuk mengetahui sejauh mana masyarakat sudah mengenal tentang suatu produk dengan baik. Pada brand recall sendiri terdapat dua jenis yaitu brand recall *aided* dan *undaided*. *Brand recall refers to how well a consumer recalls a brand when given a certain situation. Brand recall is the reproduction of some targeted item/brand for which consumer has preknowledge or experience* (Khurram, Qadeer, and Sheeraz 2018). Pada desa bejjong sendiri dibutuhkan brand recall dikarenakan pada branding sebelumnya masih kurang efektif dalam mempromosikan kebudayaannya dan kerajinannya, salah satu bentuk branding yang sudah dilakukan pihak desa berupa buku panduan wisata bejjong.



*Gambar 2. 3 Piramida branding*

( Sumber : <https://sprintmarketing.id/> )

## 2.5 Bejjong

Bejjong merupakan salah satu desa yang ada di kabupaten Mojokerto. Arti nama bejjong berasal dari “beji” artinya telaga yang luas sedang “jong” artinya tempat penampungan air, jadi “bejjong” artinya suatu telaga yang luas tempat menampung air. Bejjong sendiri bersebelahan dengan desa kedungwulan yang mana dulu sempat dipimpin oleh satu kelurahan yang sama. Desa Bejjong merupakan desa yang paling dekat dengan Kantor Kecamatan Trowulan , tepat di sebelah utara Kantor Arkeologi Museum Torowulan , meskipun terletak di sebelah barat . Secara geografis, wilayah Bejjong memiliki batas wilayah seperti di sebelah timur dan di selatan, keduanya berbatasan dengan desa Trowulan, di sebelah barat dengan kabupaten Mojoagung-Jombang, dan di sebelah utara dengan desa Kejangan (Huda 2018).

## 2.6 Tipografi

Tipografi merupakan pesan yang ada pada media cetak maupun visual. Tipografi sendiri memiliki berbagai macam jenis seperti sans *serif*, *serif*, *calligraphic*, *handwriting*, *tilting font*, *opticals*, dan *size sensitive fonts* (Azarina 2022). Tipografi sendiri mengatur tata letak dan pola yang akan kita masukan kedalam media seperti besar kecil font tersebut maupun posisi dari kalimat tersebut. Tipografi sendiri memiliki fungsi sebagai pengirim pesan yang perancang ingin sampaikan ke pendengar agar pesannya bisa tersampaikan dengan jelas. Tipografi

sendiri pada penelitian ini memiliki peran sebagai pemberi informasi pada video yang akan peneliti buat (Eko Valentino 2019).

## **2.7 Media Promosi**

Media promosi adalah sebuah sarana dalam menyebarkan produk atau brand yang memuat berbagai macam informasi mengenai apa yang akan dijual. Media promosi terdiri dari dua kata, yang pertama yaitu “Media”. Media merupakan tempat yang berfungsi sebagai menyalurkan informasi yang akan disebar luaskan, media sendiri ada berbagai macam jenisnya, diantaranya adalah media digital dan media non digital. Lalu ada “Promosi”, Promosi sendiri memiliki arti yaitu mempromosikan atau menyebar luaskan informasi yang berisikan tentang suatu merek atau produk, dengan tujuan agar masyarakat lebih mengenal tentang produk tersebut. Media promosi merupakan suatu alat atau mediator yang mawadahi promosi. sebuah brand. Biasanya suatu produk yang sedang dipromosikan akan diletakkan pada beberapa media promosi untuk menyebarkan informasi dan untuk menarik pelanggan. Promosi adalah salah satu faktor yang diperlukan bagi keberhasilan dan strategi pemasaran yang diterapkan suatu perusahaan terutama pada saat ini Ketika era informasi berkembang pesat, maka promosi merupakan salah satu senjata ampuh bagi perusahaan dalam mengembangkan dan mempertahankan usaha (Faradilla 2022).

## BAB III METODE PENELITIAN

### 3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang peneliti gunakan adalah penelitian kualitatif, dikarenakan penelitian kualitatif merupakan metode pengambilan data dari lapangan secara langsung. Dalam penelitian kualitatif, konseptualisasi, kategorisasi, dan deskripsi dikembangkan berdasarkan 'insiden' yang diperoleh dari kegiatan lapangan. Oleh karena itu, tidak mungkin memisahkan kegiatan pengumpulan data dan analisis data. Keduanya dilakukan secara bersamaan, prosesnya bersifat siklus dan interaktif, tidak linier (Rijali 2019).

### 3.2 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data sebuah aktivitas untuk menemukan sebuah data di lapangan agar data yang didapatkan valid dan sesuai dengan kondisi dilapangan.

#### 3.2.1 Observasi

Observasi adalah pengumpulan atau penghimpunan data yang secara sistematis dan dilakukan dengan cara pen catatan maupun pengamatan secara langsung terhadap fenomena yang dijadikan sasaran penelitian. Dengan demikian observasi merupakan metode yang cocok untuk penelitian ini dikarenakan penelitian ini memerlukan data yang valid sesuai dengan apa yang ada di lapangan. Sehubungan dengan fungsinya sebagai pengumpul data, pengamatan harus dilakukan secara sistematis dan terarah, bukan secara acak. Pengamatan dan perekaman akan dilakukan sejauh mungkin menurut prosedur dan aturan tertentu untuk memberikan kesempatan kepada pengamatan untuk ditafsirkan secara ilmiah. Selanjutnya, kegiatan mengamati dikatakan bertujuan mengamati kondisi yang tepat dan aktual tanpa secara sadar mempengaruhi, memodulasi atau memanipulasi situasi atau kondisi yang diamati (Mania 2008).

#### 3.2.2 Wawancara

Wawancara merupakan metode pengambilan data yang menggunakan narasumber sebagai sumber data. Peneliti melakukan pengumpulan data dengan memberi pertanyaan seputar dengan topik yang dipilih oleh peneliti. Definisi wawancara adalah percakapan *face to face*, dimana salah satu pihak menggali informasi dari lawan bicaranya (Putra 2014). Pada penelitian ini wawancara

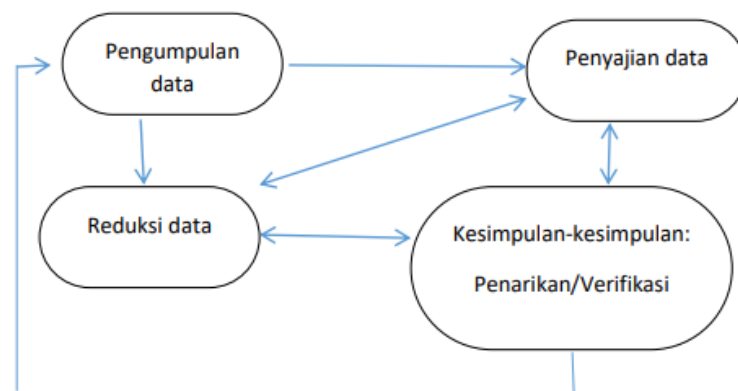
sangat diperlukan dalam penggalian data yang valid agar nanti dalam perancangan videografi bisa lebih dipercaya.

Wawancara merupakan proses komunikasi interaksional antara dua belah pihak, setidaknya salah satu pihak mempunyai pertanyaan yang memiliki tujuan antisipasi dan serius serta biasanya termasuk sesi tanya jawab (Hakim 2013). Wawancara pada penelitian ini meliputi diantaranya ada kepala desa bejjong, para pengrajin pada desa bejjong, warga desa bejjong, dan bumdes pada desa bejjong untuk mendapatkan data umur, jumlah pengunjung, keadaan desa bejjong dan informasi tentang wisata Sejarah majapahit yang ada di desa bejjong.

### 3.2.3 Dokumentasi

Dokumentasi merupakan metode pengumpulan, pemilihan, pengolahan, dan penyimpanan informasi dalam bidang pengetahuan serta pengumpulan bukti serta keterangan berbentuk gambar, kutipan, dan bahan referensi lainnya (Sudarsono 2017). Oleh karena itu dokumentasi merupakan unsur penting dari penelitian ini agar masyarakat bisa mengerti bagaimana pengerajin amerto itu, serta bisa menyakinkan para konsumen agar yakin dengan kerajinan kuningan yang akan dibuat.

### 3.3 Teknik Analisis Data



Gambar 3. 1 Gambaran proses analisis Miles dan Huberman

( sumber : Artikel analisis data kualitatif ahmad rijali UIN  
Antasari Banjarmasin )

Setelah semua data terkumpul Langkah selanjutnya adalah menganalisis data yang didapat serta mengelolanya, yang dimaksud analisis data adalah proses mencari dan Menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara,

dokumentasi, dan observasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkannya kedalam unit, dan memilih mana yang penting untuk dipelajari, serta membuat kesimpulan agar mudah dimengerti oleh diri sendiri maupun orang lain (Iwan Hermawan, S.Ag. 2019).

### 3.3.1 Reduksi Data

Reduksi data adalah proses berfikir sensitif yang memerlukan kecerdasan dan keluasan ke dalam wawasan yang tinggi (Novie Stephen 2015). Reduksi data sendiri memiliki fungsi sebagai perangkuman, pengelompokan, dan penelusuran data yang sesuai dengan topik penelitian ini lalu data yang tidak diperlukan akan dibuang.

### 3.3.2 Penyajian Data

Data yang telah di reduksi lalu memasuki tahap penyajian data dimana ditahap ini data akan dipaparkan di laporan sehingga bisa memperjelas permasalahan dan makna yang ada di laporan tersebut.

### 3.3.3 Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan merupakan tahap akhir dari suatu penelitian, disini terdapat inti dari laporan. Penarikan kesimpulan merupakan hasil akhir dari suatu penelitian, sehingga penelitian yang mula mula belum jelas meningkat menjadi lebih jelas dan rinci (Pamungkas 2008).

## 3.4 Studi Literatur

Penelitian ini juga membutuhkan studi literatur. Studi literatur merupakan metode pencarian referensi dari buku, jurnal, maupun penelitian yang serupa dengan topik yang dibahas (Qorimah and Utama 2022). Studi literatur juga menggambarkan secara singkat dari topik yang diteliti.

## 3.5 Unit Analisis

Unit analisis penelitian ini ada di desa bejijong kecamatan trowulan . Unit analisis adalah prosedur pengambilan sample yang mencakup dari sampling atau topik yang berkaitan dengan penelitian (Saputra 2019).



## **BAB IV**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pada bab ini, peneliti membuat rancangan hasil penelitian dan penataan data yang telah dikumpulkan terkait metode penelitian yang digunakan dalam perancangan karya di dalam penelitian yang berjudul Perancangan Video Media Promosi Desa Bejijong Kecamatan Trowulan Guna Meningkatkan Brand Recall

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

Hasil pengumpulan data yang telah dilakukan melalui beberapa tahap yaitu observasi, wawancara, studi literatur, dan studi Pustaka untuk mendapatkan hasil sebagai berikut

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

Dari hasil observasi yang peneliti telah lakukan pada desa bejijong secara mendalam, desa bejijong merupakan wilayah yang mempunyai potensi wisata yang cukup banyak diantaranya ada candi dan monumen tua. Salah satu icon desa bejijong yang sering menjadi pembelajaran masyarakat adalah budha tidur, budha tidur sendiri memiliki Panjang sekitar 22 meter dengan tinggi sekitar 4 meter. Budha tidur merupakan salah satu peninggalan kerajaan majapahit yang ada dimojokerto. Budha tidur sendiri terbuat dari kuningan asli yang dipahat sedemikian rupa hingga menjadi sebuah bentuk yang menyerupai budha. Para pekerja melakukan pekerjaanya dengan teliti sehingga setiap detail pada budha tidur sangat terperinci. Budha tidur sendiri ditemukan oleh seorang petani pada tahun 1815, pada daerah bejijong Mojokerto. Tidak hanya untuk wisata patung ini juga sering menjadi tempat untuk sanggar tari dari desa bejijong serta menjadi edukasi bagi para pelajar yang ada di bejijong, yang dibuktikan dengan banyaknya pengunjung pelajar dari kota Mojokerto maupun luar kota dengan rentang umur 12 – 30 tahun. Patung ini juga salah satu bukti dari kejayaan majapahit kala itu.

Kondisi desa bejijong sangatlah melekat kuat dengan kerajaan majapahit dibanding desa lain yang ada di Mojokerto, karya seni seperti tari khas bejijong sangat digemari oleh para masyarakat disana serta ornament rumah yang didesain sedemikian menyerupai zaman kemajapahitan, serta adat istiadat desa bejijong yang turun temurun hingga sekarang.



Desa bejjong juga terkenal akan pahatan tangan berupa kuningan. Peneliti juga melakukan observasi ke salah satu tempat pengerajin kuningan di desa bejjong ini. Banyak sekali bentuk bentuk kuningan yang sangat keren seperti ada miniatur budha tidur, ada piala kuningan, dan helm kuningan serta masih banyak lagi. Pengerajin kuningan sendiri sudah ada sejak tahun 1990 yang mana kala itu kuningan sangat digemari oleh masyarakat.

Dari segi warga desa bejjong mempunyai warga yang sangat ramah, waktu peneliti melakukan observasi pada desa ini para masyarakat disana sangat terbuka sehingga peneliti mendapatkan data yang maksimal.

#### 4.1.2 Hasil Wawancara

Selain observasi peneliti juga melakukan wawancara terhadap beberapa narasumber guna mendapatkan data yang valid dan terjamin keasliannya. Narasumber yang dipilih merupakan pihak pihak yang berkaitan akan informasi mengenai desa bejjong itu sendiri.

##### 1. Kepala Desa Bejjong



Gambar 4. 1 Foto Bersama kepala desa bejjong

( Sumber: penelurusan peneliti )

Pak pradana selaku kepala desa bejjong menerangkan bahwasanya desa bejjong memiliki banyak potensi wisata seperti candi, pengerajin, serta adat istiadat dari desa tersebut. Salah satu ikon dari desa ini ialah destinasi wisata budha tidur. Budha tidur sendiri merupakan sebuah patung yang terbuat dari

kuningan yang dipahat oleh pemahat kuningan khas Mojokerto yang sudah berdiri sejak lama. Pak Pradana juga mengatakan bahwa di Bejijong sedang melakukan sebuah rebranding ulang, berharap desa ini bisa dikenal lebih luas oleh masyarakat Indonesia.

## 2. Badan pelestarian cagar budaya



Gambar 4. 2 Staff BPCB Bejijong Mojokerto Ning Suryanti

( sumber : Peneliti, 2022 )

Ning Suryanti yang merupakan salah satu staff dari Badan Pelestarian Cagar Budaya Mojokerto mengatakan bahwa desa bejijong memiliki banyak candi serta makanan khas yaitu centini. Centini sendiri merupakan makanan yang berasal dari perut sapi yaitu “babat”. Centini sebenarnya adalah sebuah cerita yang menceritakan tentang perjalanan seseorang yang berkeliling sambil menulis kisahnya di sebuah buku, seperti halnya sebuah buku catatan. Bu ning juga mengatakan bahwa di bejijong ada sebuah sanggar tari yang bernama “Bagaskara” yang terletak dekat dengan kantor kepala desa bejijong.

## 3. Pengerajin Kuningan



Gambar 4. 3 Lokasi Pengerajin kuningan

(Sumber : Peneliti 2022)

Bejjong juga terkenal akan pengerajin kuningan diatas merupakan disaat peneliti melakukan wawancara dengan salah satu pengerajin kuningan yang ada di desa bejjong kabupaten mojokerto. Pak bambang Endrayana menjadi narasumber peneliti dalam mencapai tujuan penelitian ini, pak bambang dan sekeluarga merupakan pengerajin kuningan yang sudah turun temurun sejak tahun 90an dahulu awalnya pak bambang pernah bekerja disurabaya tetapi karirnya kala itu kurang baik sehingga pak bambang memutuskan untuk pindah ke mojokerto yaitu di desa bejjong. Pak bambang akhirnya membuka sebuah peluang usaha yang dimana waktu itu kuningan cukup ramai digemari dan juga kuningan menarik pak bambang dalam mengkreasikan idenya. Menurut pak bambang kerajinan kuningan di mojokerto ini sangatlah menarik dimana kuningan disini mempunyai unsur dari kerajaan majapahit yang merupakan kerajaan yang menduduki desa itu dahulu kala, oleh karena itu pak bambang sering dimintai tolong untuk membantu desa melalui kerajinan kuningan agar para wisatawan tertarik datang ke desa bejjong ini. Pak bambang sendiri memiliki anak 1 sekarang dimana anak tersebut juga berprofesi menjadi pengerajin untuk meneruskan pekerjaan dari orangtuanya.

#### 4. Pengerajin batik



Gambar 4. 4 Lokasi batik khas bejjong  
kabupaten mojokerto

(Sumber : Peneliti 2023)

Sri mujianti merupakan seorang pembatik yang berasal dari desa bejjong kabupaten Mojokerto, bu sri sendiri memiliki toko batik yang dikelola oleh beliau yang bernama batik cempaka. Bu sri sudah berada pada bidang batik

semenjak tahun 2011. Awal mula sebelum bu sri terjun ke bidang batik bu sri merupakan seorang penjahit rumahan yang menggemari jenis-jenis kain, bu sri sendiri juga mengikuti pelatihan yang dilaksanakan oleh desa bejijong sehingga bu sri berani terjun ke bidang batik ini. Dikarenakan banyaknya peminat juga menjadi salah satu factor bu sri ini menggulati bidang batik bejijong ini. Bu sri sendiri merupakan penduduk asli Mojokerto sehingga bu sri sangat mengenal bagaimana pola yang ada dibatik yang beliau buat. Motif Mojokerto sendiri dinamakan oleh “Surya majapahit”



Gambar 4. 5 Gambar motif surya majapahit

(Sumber : Peneliti 2023)

Pada gambar diatas merupakan gambar dari batik yang bu sri buat. Batik tersebut berisikan makna yang terkandung seperti. Point 1 yaitu surya majapahit merupakan ciri khas dari batik bejijong. Surya majapahit sendiri memiliki makna yang berarti 8 roda kehidupan pada zaman majapahit. Point 2 yaitu gapura majapahit, Gapura ini sendiri menunjukkan bahwasanya di desa bejijong ini merupakan desa yang kental akan peninggalan dari sejarah kerajaan pada zaman dahulu. Batik bejijong sendiri sempat berhenti dikarenakan covid yang terjadi dua tahun lalu. Batik sendiri ada dua macam yang ada di desa bejijong yaitu batik tulis dan batik cat. Ibu sri juga mengatakan bahwa pada desa bejijong memiliki 2 jenis batik yaitu batik tulis dan batik cat. Batik tulis sendiri memakan waktu sekitar 1 minggu dalam pembuatannya sedangkan batik cat itu memakan waktu hanya 1 hari.

## 5. Tari Bejjong



Gambar 4. 6 Gambar penari dari desa bejjong

(Sumber : Peneliti 2023)

Tari bejjong sendiri sudah ada sejak tahun 2012 yang dimana kala itu berlokasi di sanggar budaya bejjong. Bu dewi widiyanti selaku penanggung jawab serta pelatih dari sanggar tari tersebut mengatakan bahwa seni dalam tari ini menganut literatur dari kerajaan majapahit serta candi-candi pada zaman dahulu, bu dewi juga mengatakan tari bejjong ini diadakan ketika ada acara besar serta untuk penyambutan tamu yang datang ke desa bejjong. Bu dewi sendiri sudah menggeluti tari sejak kecil dikarenakan beliau memang mempunyai keluarga yang berprofesi di bidang tersebut. Bu dewi sendiri juga mengatakan pada desa bejjong ini seni tari digemari oleh anak SMP hingga SMA tetapi masyarakat umum juga boleh ikut jika berkeinginan. Seni tari ini pada keadaan covid lalu sangatlah berdampak sehingga kala itu sempat libur dikarenakan covid tetapi bu dewi tetap memberanikan diri dan melaksanakan latihan tari yang mana di laksanakan diluar ruangan.



## 6. Makam Raden Wijaya



Gambar 4. 7 Makam Raden Wijaya

(Sumber : Peneliti 2023)

Dari hasil wawancara dengan juru kunci makam raden wijaya, makam ini sudah ada sejak tahun 2000 tetapi kala itu makam ini masih berupa bebatuan yang orang tidak tahu kalau itu makam lalu seiring berjalannya waktu makam ini mulai dibangun oleh pihak desa bejjong sehingga menyerupai makam asli. Konon katanya pada makam ini jika pohon di tengah tengahnya roboh maka itu bisa menjadi suatu bencana dari majapahit. makam ini juga sering dijadikan tempat untuk meminta sesuatu dikarenakan makam ini mempunyai energi yang kuat sehingga bisa menarik hal-hal diluar pengetahuan manusia. Juru kunci makam ini juga menyebutkan bahwasanya makam ini sangatlah sakral dikarenakan yang ada didalam sana merupakan pimpinan dari kerajaan majapahit pada masa lampau.

### 4.1.3 Hasil Dokumentasi

Berikut adalah hasil dokumentasi yang telah diperoleh guna memperkuat data dalam bentuk foto dan arsip untuk menunjang perancangan videografi pada desa bejijong.



Gambar 4. 8 Wisata Budha Tidur

(Sumber : Peneliti 2023)

Gambar diatas merupakan salah satu peninggalan sejarah yang ada di desa bejijong yang dinamai dengan Destinasi wisata Budha Tidur, destinasi tersebut merupakan iconic dari desa bejijong itu yang ramai didatangi oleh para penikmat sejarah serta keindahan dari peninggalan kerajaan majapahit. Berbeda dengan patung lainnya patung budha tidur ini terbuat dari kuningan yang disusun sehingga menyerupai patung budha yang sedang tidur. Tidak banyak budha tidur didalam lokasi tersebut banyak juga sejarah dari peninggalan majapahit.



Gambar 4. 9 Patung yang ada di budha tidur

(Sumber : Peneliti 2023)

Diatas merupakan miniature dari budha yang ada di lokasi budha tidur, patung tersebut memperlihatkan bahwa di desa bejjong ini masih melestarikan budaya pada masa lalu saat masa kerajaan majapahit.



Gambar 4. 10 Lokasi pengerajin kuningan budha tidur

(Sumber : Peneliti 2023)

Desa bejjong juga merupakan desa penghasil kerajinan tangan yaitu kuningan kerajinan kuningan pada desa ini sudah ada sejak tahun 80 an. Kerajinan kuningan pada desa bejjong masih menggunakan cara lama dengan prose yang bisa mencapai waktu 3 hari. Kuningan pada desa bejjong juga beragam bentuknya ada yang kecil dan besar. Untuk kerajinan kuningan yang kecil pada desa bejjong ini dominan digunakan untuk jadi pajangan di ruang tamu sedangkan yang besar cenderung berupa patung yang diletakan dicandi maupun rumah-rumah.



Gambar 4. 11 Karya batik khas bejjong

(Sumber : Peneliti 2023)

Bejjong juga memiliki pengerajin batik yang memiliki motif khas batik bejjong sendiri. Batik bejjong biasanya diterapkan pada sepatu serta baju. Batik



ini memiliki motif yang indah dari gapura yang ada di desa ini serta ada juga motif daun yang berasal dari daun asli.

#### **4.1.4 Hasil Studi Literatur**

Dalam merancang videografi desa bejjong dibutuhkan hasil studi literatur yang berasal dari jurnal maupun buku agar bisa digunakan untuk mendukung data yang dikumpulkan dalam perancangan ini.

Dalam buku “Keteknikan Videografi Membuat film Pendek dan Video Iklan” karya dari Sudaryanto, S.Pd dan sabjan bodo tahun 2013, mengatakan bahwa media yang menysasar lebih dari satu indra yang dimiliki manusia tersebut dikenal dengan istilah multimedia. Video menyampaikan pesan melalui media audio dan visual sekaligus. Dengan begitu secara otomatis video akan menysasar indra penglihatan dan pendengaran pemirsanya secara bersamaan. Dalam buku itu juga membahas tentang iklan yaitu dalam dunia periklanan seorang pembuat iklan haruslah memahami dengan baik media-media yang paling efektif dalam penyampaian pesan-pesan.

Studi literatur buku berjudul “Videography” yang diterbitkan oleh sean cubitt pada tahun 1993 menyatakan bahwa video merupakan sebuah media publikasi yang paling informatif, sebab video merupakan media publikasi yang dapat menyapaikan pesan secara textual, audio, maupun visual. Kemampuan media video dalam hal menyampaikan pesan cukup luas dibandingkan dengan media publikasi lainnya seperti radio ataupun media cetak. Seiring berkembangnya teknologi video sudah mempunyai fleksibilitas yang sangat bagus dimana hasil vidio sudah bisa dinikmati di internet.

Dalam jurnal yang berjudul “Empat Komponen Pariwisata Di Kampung Majapahit Desa Bejjong Kecamatan Trowulan” yang ditulis oleh Dinda Amelia, Wara Indira Rukmi, Johannes Parlindungan Siregar menyatakan bahwa Tujuan pembangunan Rumah Majapahit di Desa Bejjong yaitu digunakan untuk menunjang objek-objek wisata budaya di Desa tersebut. Pembangunan rumah Majapahit yang dijadikan kampung Majapahit tidak hanya bertujuan untuk mengembalikan Nuansa Kerajaan Majapahit atau Uri-Uri Budaya Majapahit saja, namun juga diharapkan masyarakat di Wilayah tersebut semakin sadar akan pentingnya mengenal jati diri, bangga akan kebesaran sejarah dan mampu mengenal

potensi pariwisata, budaya yang sangat melimpah serta meningkatkan perekonomian (Laporan Pembangunan Rumah Majapahit.

## **4.2 Hasil Analisis Data**

### **4.2.1 Reduksi Data**

#### **1. Observasi**

Dari hasil observasi peneliti yang telah dilaksanakan pada desa bejijong kabupaten mojokerto bisa disimpulkan berikut.

- a. Desa bejijong mempunyai berbagai ragam objek wisata yang bermacam macam, seperti kearifan lokal cor kuningan, tari desa bejijong serta batik bejijong. Desa bejijong juga merupakan salah satu desa wisata indonesia yang merupakan peninggalan dari kerajaan majapahit.
- b. Cor kuningan dan batik bejijong merupakan produk unggulan desa ini. cor kuningan memiliki bentuk yang menawan dikarenakan dalam proses pembuatannya melalui proses tradisional sehingga bisa menjaga bentuk dari cor kuningan tersebut. Untuk batik bejijong sendiri mempunyai ciri khasnya yang bisa dilihat dari corak batiknya yang mengandung surya majapahit serta corak candi.
- c. Tari bejijong merupakan salah satu adat dari desa bejijong yang menggunakan seni dari kerajaan majapahit serta candi-candi.
- d. Pengunjung desa bejijong memiliki usia 12 – 30 tahun.
- e. Warga bejijong memiliki keramahan dari cara mereka berbicara.
- f. Bejijong pernah melakukan branding dengan slogan “Salam Budaya, Lestari Budayaku”

#### **2. Wawancara**

- a. Menurut pak pradana selaku kepala desa bejijong, beliau menjelaskan bahwasanya bejijong memiliki banyak potensi wisata dari segi religius maupun makanan, bejijong juga sudah pernah melaksanakan branding pada tahun 2020 lalu tetapi dikarenakannya adanya pandemi pada kala itu program branding ini tidak berjalan sesuai rencana beliau. Akibatnya branding tersebut tidak memuaskan sehingga pada akhir tahun 2021 kemarin pak pradana selaku kepala desa ingin melaksanakan branding ulang pada desa bejijong agar desa ini bisa dikenal lebih dalam oleh

masyarakat serta budaya yang ada disana bisa jadi pembelajaran bagi masyarakat umum khususnya pelajar.

- b. Pengerajin kuningan didesa bejjong memiliki keunikannya sendiri dan ciri khasnya. Pengerajin di bejjong juga sudah pernah diberlakukan pembelajaran bersama guna meningkatkan kualitas hasil kuningan tetapi hasil nya berkebalikan sehingga para pengerajin kembali menggunakan cara lama.
- c. Dalam segi infrastruktur desa bejjong menganut corak majapahit dimana rumah-rumah di bejjong dijadikan wisata dengan pahatan bernuansa kerajaan majapahit.

### 3. Studi Literatur

Berdasarkan hasil data yang peneliti kaji dari beberapa jurnal dan buku diatas, bahwasannya desa bejjong mempunyai banyak obyek wisata, sehingga dibutuhkan media yang fleksibel agar bisa meringkas seluruh obyek wisata kedalam satu media yaitu video. Video sangatlah cocok dalam penelitian ini dimana video sendiri sangat mudah diakses dari internet oleh khalayak masyarakat.

#### 4.2.2 Penyajian Data

Berdasarkan dari hasil reduksi yang didapat dari data wawancara, observasi, dokumentasi, dan studi literatur maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Desa bejjong merupakan desa wisata yang banyak menyimpan sejarah dari kerajaan majapahit.
2. Destinasi yang menonjol pada desa bejjong yaitu budha tidur, kuningan dan batik bejjong
3. Media videografi sangatlah cocok untuk menunjang potensi wisata pada desa bejjong dikarenakan media ini sangat fleksibel di zaman sekarang.
4. Lokasi wisata di desa bejjong sangat mudah di kunjungi dikarenakan lokasinya terpusat jadi satu.
5. Adanya pelaksanaan rebranding pada desa ini semenjak terakhir yang dilakukan pada tahun 2021 lalu.
6. Penduduk pada desa ini ramah-ramah sehingga para pengunjung bisa merasa senang ketika ingin mengulik sejarah yang ada di desa ini.

7. Infrastruktur desa ini didesain sedemikian rupa menggunakan corak dari kerajaan majapahit.

#### 4.2.3 Penarikan Kesimpulan

Dari hasil analisis data yang telah didapatkan dapat ditarik kesimpulan yaitu Desa bejjong merupakan desa wisata yang memiliki banyak keindahan peninggalan dari kerajaan majapahit. Keindahan wisata dari peninggalan kerajaan majapahit tersebut patut untuk lebih disebar luaskan seperti mana seperti yang dilakukan oleh pak pradana selaku kepala desa tersebut. Videografi adalah media yang cocok dalam menyebarkan keindahan dari peninggalan sejarah dari desa bejjong ini serta bisa menunjang keberhasilan yang memuaskan dari program yang dilaksanakan oleh pak pradana tersebut. Videografi juga bisa menyasar ke banyak kalangan seperti pelajar maupun umum karena penikmat sejarah tidak dikekang oleh waktu.

#### 4.3 Konsep dan Keyword

Data yang telah diperoleh dan disimpulkan akan digunakan dalam menentukan keyword dan konsep dari penelitian ini.

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

###### 1. Segmentasi

Dalam Perancangan destination branding Desa Jatipasar, segmentasi pasar yang ditemukan adalah sebagai berikut:

###### a. Geografis

Negara	: Indonesia
Teritorial	: Jawa Timur
Kabupaten	: Mojokerto
Kecamatan	: Trowulan
Wilayah	: Pedesaan

###### b. Demografis

Usia	: 12 – 30 tahun
Jenis Kelamin	: Laki Laki dan Perempuan
Profesi	: Pelajar, Mahasiswa, Pekerja, Peneliti
Pengunjung	: Individu, Keluarga, Rombongan

- c. Psikografis
  - Sejarawan
  - Penyuka Wisata Religi
  - Mengedukasi
  - Penikmat Seni khas Daerah

## 2. Targeting

Berdasarkan segmentasi pasar yang sudah peneliti paparkan diatas, Maka target dari perancangan Videografi Desa bejijong ialah masyarakat pada umur 12-30 tahun yang memiliki profesi sebagai Pelajar, Mahasiswa, Wirausaha, dan Peneliti yang memiliki ketertarikan terhadap budaya maupun wisata religi yang ada di desa bejijong. Kemudian pengunjung biasa yang berupa individual, keluarga dan rombongan.

## 3. Positioning

Positioning pada perancangan videografi desa bejijong adalah sebagai desa wisata yang memiliki kearifan lokal dan budaya dari zaman majapahit yang dimana diantaranya ada patung budha tidur, tempat wisata religi, serta ada juga makanan khas yang berasal dari desa bejijong yaitu centini, dan ada juga kerajinan lokal dari desa ini yang berupa cor kuning dan batik yang mana nanti akan bermanfaat untuk mengedukasi masyarakat luas dan lebih melestarikan budaya ini.

### 4.3.2 *Unique Selling Position*

*Unique selling position* dalam perancangan videografi tentang desa bejijong ini meliputi tentang wisata religius serta budaya dan kearifan lokal yang berasal dari budaya majapahit. Desa bejijong juga memiliki keunikan lain dimana pada bangunan di desa ini menganut corak dari kerajaan majapahit dimasa lampau serta pada desa ini terdapat wisata religi yang berdekatan dengan destinasi wisata budha tidur. Faktor pendukung dari perancangan ini ialah menggunakan warna *earth tone* pada perancangan video ini sehingga memasukan nuansa masalalu dari kerajaan majapahit.

### 4.3.3 Analisis SWOT

Pada bagian ini menggunakan metode analisis SWOT untuk merancang strategi dengan menentukan sebuah keunggulan Desa Jatipasar melalui faktor internal dan eksternal yang berdasarkan pada kekuatan (strenght), kelemahan

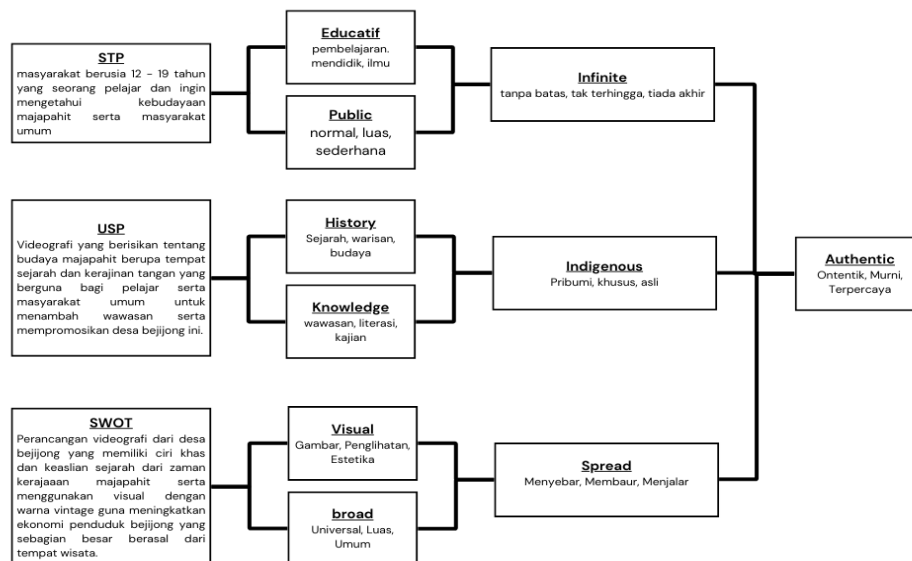
(weakness), peluang (opportunity), ancaman (threat). Berikut ini adalah penjabaran analisis SWOT dalam bentuk matriks:

	<p><b><u>STRENGTH (S)</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Memiliki banyak Destinasi wisata pada desa bejjong.</li> <li>• Rute menuju destinasi wisata pada desa bejjong sudah bagus</li> <li>• Nuansa majapahit yang sangat kental yang ada di desa bejjong</li> <li>• Komoditas penunjang wisata untuk desa bejjong yaitu batik dan cor kuningan</li> <li>• Terdapat homestay yang bisa digunakan wisatawan untuk beristirahat</li> </ul>	<p><b><u>WEAKNESS (W)</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kurang berhasilnya branding yang telah dilakukan pada desa bejjong pada tahun 2021</li> <li>• Masyarakat umum masi belum paham betul tentang desa bejjong</li> <li>• Kurangnya pemerataan untuk pengerajin serta budaya yang ada di desa bejjong</li> </ul>
<p><b><u>OPPORTUNITY (O)</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Lokasi wisata yang mudah diakses dikarenakan dekat dengan jalan besar</li> <li>• Kondisi wisata yang berangsur angsur normal yang sebelumnya disebabkan oleh covid 19</li> </ul>	<p><b><u>S-O</u></b></p> <p>Dengan kondisi desa bejjong yang sekarang setelah terjadinya covid 19 yang mana kala itu semua wisata ditutup sehingga mengakibatkan kurangnya pengunjung dan untuk sekarang yang sudah mulai membaik serta komoditas akses yang baik serta</p>	<p><b><u>W-O</u></b></p> <p>Melakukan rebranding ulang pada desa bejjong yang merupakan program dari kepala desa agar desa ini bisa lebih maju dan memberikan pengetahuan kepada masyarakat luas melalui</p>

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pemerintahan daerah yang sadar akan potensi wisata yang dimiliki</li> </ul>	<p>ragam wisata yang banyak membuat desa bejjong bisa bangkit dengan dibantu melalui perancangan videografi pada desa bejjong</p>	<p>perancangan videografi desa bejjong.</p>
<p><b><u>THREATS (T)</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kondisi wisatawan yang masih tidak menentu dikarenakan covid 19</li> <li>• Kurangnya penyebaran informasi tentang wisata yang ada di bejjong ke masyarakat luas</li> </ul>	<p><b><u>S-T</u></b></p> <p>Visualisasi pada perancangan video desa bejjong ini harus menggunakan elemen visual yang sesuai dengan lokasi dan kondisi pada desa bejjong agar menarik perhatian masyarakat.</p>	<p><b><u>W-T</u></b></p> <p>Menggunakan media digital yang fleksibel bisa menunjang potensi wisata yang ada di desa bejjong, serta mudah di akses masyarakat luas agar memberi informasi yang menyeluruh terhadap destinasi wisata di bejjong</p>
<p>Strategi Utama : Merancang videografi terhadap desa bejjong sebagai upaya menarik pengunjung agar lebih mengetahui apa saja yang ada di desa bejjong serta melestarikan keindahan budaya majapahit dan kearifan lokal yang ada di desa bejjong</p>		

Tabel 4. 1 Tabel SWOT

### 4.3.4 Keyword



Gambar 4. 12 Keyword

(Sumber : Peneliti 2023)

### 4.3.5 Deskripsi Konsep

Dari *keyword* yang sudah dirancang diatas konsep yang didapat untung perancangan video promosi ini ialah *Authentic*. *Authentic* merupakan *keyword* yang merupakan kata kunci yang mewakili dari *Keyword communication message* yang didapat dari hasil observasi, wawancara, dokumentasi dan studi literatur, yang dijadikan sebagai strategi utama.

Pengertian dari *Authentic* ialah otentik, murni, original. Hal tersebut berunjuk kepada keaslian dari peninggalan budaya dan sejarah dari majapahit yang ada di desa bejjong. Sehingga dalam perancangan video ini diharapkan para wisatawan lebih paham dengan budaya serta keaneka ragam peninggalan dari kerajaan majapahit yang ada di desa bejjong dan juga menarik minat pengunjung untuk datang ke desa ini untuk berwisata serta belajar sejarah.

## 4.4 Perancangan Karya

### 4.4.1 Tujuan kreatif

Perancangan video promosi desa bejjong sebagai upaya meningkatkan Brand recall bertujuan agar melestarikan kebudayaan majapahit yang ada di desa bejjong serta



sebagai edukasi berupa nilai sejarah sehingga desa bejjong bisa semakin dikenal sebagai desa wisata dari peninggalan majapahit. Untuk itu proses perancangan dibuat berdasarkan dari proses pengolahan Keyword, STP, USP, dan SWOT. Yang diharapkan bisa menyampaikan pesan kepada target khalayak. Pada perancangan ini pembuatan video sebagai media promosi desa bejjong serta didampingi media pendukung berupa x-banner, reels instagram, brosur, short youtube dan tiktok.

#### 4.4.2 Strategi Kreatif

Strategi kreatif yang digunakan pada penelitian ini yaitu menggunakan media video yang mana media video lebih fleksible dalam menyebarkan sebuah info tentang suatu lokasi. Kegunaan video dalam perancangan ini memiliki fungsi sebagai penyaluran serta promosi kebudayaan majapahit yang ada pada desa bejjong kabupaten Mojokerto. Dalam perancangan ini peneliti menggunakan elemen gambar serta backsound yang mendukung serta cocok dengan kebudayaan yang ada di desa bejjong agar yang menyaksikan rancangan ini bisa mengerti tentang kebudayaan khas majapahit yang ada di desa bejjong.

##### 1. Storyline

Storyline sendiri merupakan sebuah proses untuk merangkai cerita dan kejadian melalui teks yang disesuaikan melalui latar tempat, waktu, dan suasana. Yang artinya storyline merupakan rangkaian singkat dari yang menjelaskan awal mula cerita hingga akhir cerita.

Tabel 4.1 Tabel *Storyline*

No	<i>Short of Shoot</i>	Cerita	Latar tempat	waktu
1	<i>Low angel</i>	Pemeran berjalan di jalan bejjong	Jalan bejjong	00.00 – 00.10
2	<i>Normal angle</i>	Pemeran melihat lihat tempat budha tidur	Budha tidur	00.10 – 00.20
3	<i>Bird eye</i>	Shoot lokasi budha tidur	Budha tidur	00.20 – 00.30
4	<i>Normal angle</i>	Pemeran mengajak temannya untuk melihat patung budha tidur	Budha tidur	00.30 – 00.40

5	<i>Normal angle</i>	Scene footage budha tidur	Budha tidur	00.40 – 00.50
6	<i>Normal angle</i>	Scene berganti ke pengerajin batik	Batik cempaka	00.50 – 01.00
7	<i>Normal angle</i>	Melihat pembuatan batik	Batik cempaka	01.00 – 01.10
8	<i>Normal angle</i>	Scene berganti ke penari didekat pembuatan batik	Sanggar tari	01.10 – 01.20
9	<i>Normal angle</i>	Adegan berganti ke permainan gamelan	Budha tidur	01.20 – 01.30
10	<i>Zoom angle</i>	Seseorang bermain gamelan	Budha tidur	01-30 – 01.40
11	<i>Normal angle</i>	Scene berpindah ke pengerajin kuningan	Pengerajin kuningan	01.40 – 01.50
12	<i>Normal angle</i>	Pengerajin menjelaskan tentang kuningan	Pengerajin kuningan	01.50 – 02.00
13	<i>Long angle</i>	Scene berpindah ke candi brahu	Candi brahu	02.00 – 02.10
14	<i>Long angle</i>	Vidio tempat candi	Candi brahu	02.10 – 02.30

## 2. Storyboard

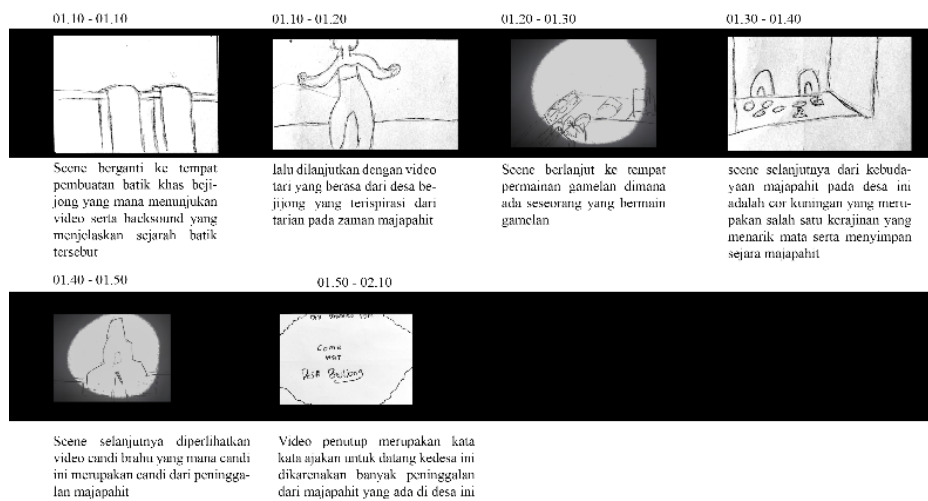
Storyboard merupakan sebuah proses dari gambaran sebuah film atau cerita yang akan divisualisasikan sehingga terbentuknya suatu cerita video, sehingga storyboard juga merupakan suatu dasar dari elemen yang ada.

### Storyboard of Bejjong



Gambar 4. 13 Storyboard 1  
(Sumber : Peneliti 2023)

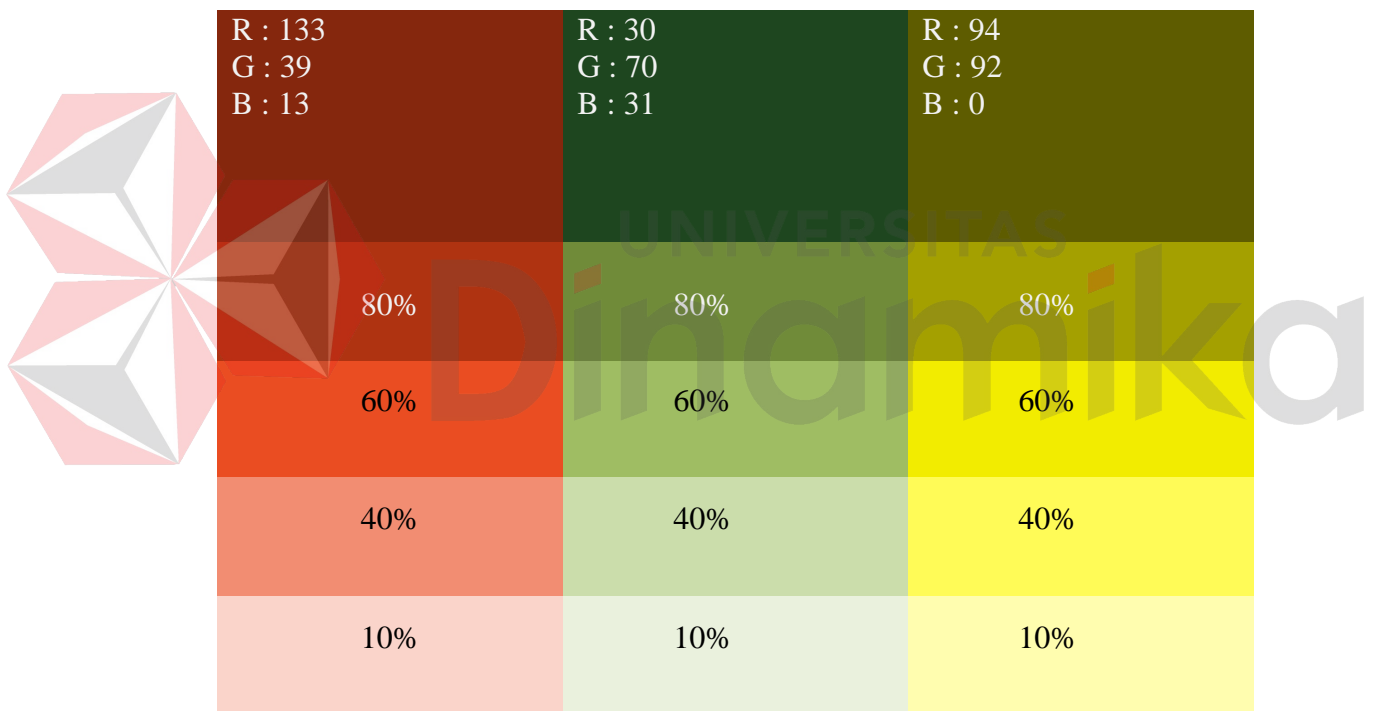
### Storyboard of Bejjong



Gambar 4. 14 Storyboard 2  
(Sumber : Peneliti 2023)

### 3. Warna

Warna dalam video adalah elemen visual yang digunakan untuk menciptakan suasana, membangun mood, dan mengkomunikasikan emosi kepada penonton. Penggunaan warna yang cerah dan kontras tinggi dapat memberikan kesan energik, sementara warna yang lembut dan serasi memberikan kesan tenang. Warna juga digunakan untuk membedakan adegan atau tema yang berbeda dalam video. Melalui teknik grading, penyesuaian warna dilakukan untuk mencapai tampilan visual yang diinginkan. Warna yang peneliti gunakan beberapa berasal dari situs peninggalan berupa candi, suasa tempat serta pencahayaan digambarkan sebagai warna turunan berikut.



Gambar 4. 15 Palette Warna

(Sumber : Peneliti 2023)

### 4. Tipografi

Menurut dendi sudiana tipografi merupakan elemen grafis yang paling mudah dibaca. Tetapi melalui kata-kata yang terdiri dari surat untuk surat, mereka mengarahkan pembaca untuk memahami pesan dan ide yang ada. Tipografi yang peneliti gunakan ialah sans serif dikarenakan penggunaan font sans dapat memberikan tampilan yang lebih modern dan relevan dalam konteks

desain grafis atau branding, terutama di era digital saat ini. sans serif juga dapat mencerminkan keaslian dan kesan yang up-to-date dalam konteks visual yang dirancang untuk menarik audiens modern.

ABCDEFGHIJKLMNQP-  
 QRSTUVWXYZ  
 abcdefghijklmnopqrstu-  
 vwxyz  
 1234567890

Gambar 4. 16 Tipografi Font

(Sumber : Peneliti 2023)

## 5. Backsound

Menurut Jean Chateauvert dan Claude Denjean dalam buku "Fundamentals of Musical Acoustics" (2013), backsound merupakan "musik atau suara yang ditempatkan di latar belakang untuk menciptakan suasana, mengarahkan perhatian, atau meningkatkan efek emosional dalam karya audiovisual. Backsound yang penelitian gunakan berasal dari youtube salah satunya dari channel audio library.

### 4.5 Perancangan media

#### 4.5.1 Strategi Media

Penelitian ini menggunakan media utama serta media pendukung. Media utamanya berupa video dari peninggalan kerajaan majapahit dan untuk media pendukungnya berupa poster, X banner, dan brochure serta video dari media utama akan diupload pada platform youtube, tiktok serta reels Instagram. Dalam pembuatan video ini peneliti menggunakan software Capcut.



Gambar 4. 17 Opening

(Sumber : Peneliti )

Pembuka dari perancangan video ini dengan menggunakan tulisan Beautiful of Bejjong dengan dibawahnya ada tulisan aksara yang artinya “Bejjong” yang memiliki arti inti video ini diambil di desa bejjong.



Gambar 4. 18 Scene 1

(Sumber : Peneliti 2023)

Scene pertama memperlihatkan seseorang yang sedang melihat lihat situasi desa bejjong dengan menggunakan normal angel serta dalam video tersebut diperlihatkan bangunan yang ada di desa bejjong



Gambar 4. 19 Scene 2

(Sumber : Peneliti 2023)



Scene selanjutnya memperlihatkan sebuah rumah yang berasal dari bata seperti pada zaman majapahit dahulu. Dalam scene ini menggunakan normal angel dengan efek slow motion



Gambar 4. 20 Scene 3

(Sumber : Peneliti 2023)

Scene dimana memperlihatkan keceriaan penduduk desa bejjong. Dalam video tersebut Nampak seorang anak kecil yang dengan gembira sedang menendarai sepedanya serta bermain dengan temannya, Menggunakan normal angel.



Gambar 4. 21 Scene 4

(Sumber : Peneliti 2023)

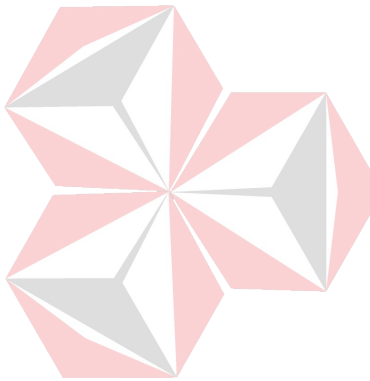
Scene berlanjut ke budha tidur dimana pemeran melihat-lihat lokasi budha tidur dengan menggunakan zoom angle serta slow motion. Disini ditampilkan isi sebuah monument yang ada di wisata budha tidur.



Gambar 4. 22 Scene 5

Scene patung di budha tidur

Pada scene selanjutnya adalah scene yang memperlihatkan salah satu pejuang dari kerajaan majapahit yang diperlihatkan dengan jelas muka dan diukir di batu. Scene ini menggunakan normal angle



Gambar 4. 23 Scene 6

(Sumber : Peneliti 2023)

Scene berlanjut menggunakan bird eye dari lokasi wisata budha tidur yang memperlihatkan kemegahan budha tidur serta menunjukkan luas dari lokasi budha tidur tersebut. Budha tidur tersebut terbuat dari kuningan asli yang dipahat sedemikian rupa

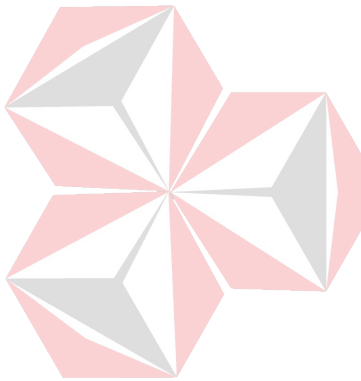




Gambar 4. 24 Scene 7

(Sumber : Peneliti 2023)

scene berlanjut dalam penampilan footage dari lokasi budha tidur dengan normal angle dengan menampilkan sebuah alat musik gamelan yang senantiasa menghibur para pengunjung untuk datang kelokasi budha tidur.



Gambar 4. 26 Scene 8

(Sumber : Peneliti 2023)

Scene selanjutnya ke lokasi pembuatan batik di batik cempakan bejijong oleh bu sri. Batik ini merupakan batik asli dari desa bejijong dengan keunikan yaitu surya majapahit, dimana icon ini merupakan peninggalan Sejarah dari kerajaan majapahit. Scene ini menggunakan normal angel,



Gambar 4. 25 Scene 9

(Sumber : Peneliti 2023)

Scene berlanjut ke penari di sanggar tari desa bejijong yang dipandu oleh bu dewi sendiri selaku pelatih tari. Dalam scene ini memperlihatkan keelokan penari agar menjiwai tarian mereka. Scene ini menggunakan normal angel



Gambar 4. 27 Scene 10

(Sumber : Peneliti 2023)

Scene lalu berganti ke peninggalan majapahit yaitu candi brahu, candi ini merupakan candi yang megah dengan wilayah yang hamper sama dengan lokasi budha tidur. Dalam scene ini menggunakan normal angel dan disertai dengan slow mo agar meninggalkan kesan misteri dari bangunan ini.



Gambar 4. 28 Scene 11

(Sumber : Peneliti 2023)

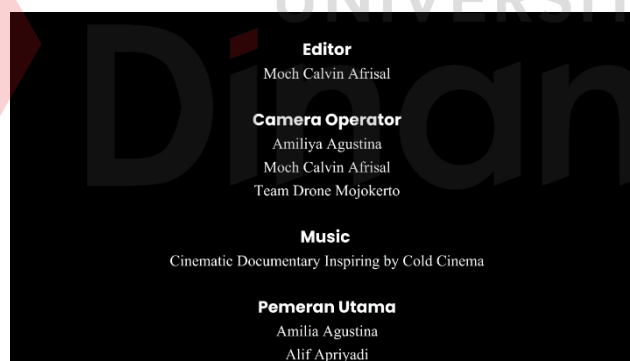
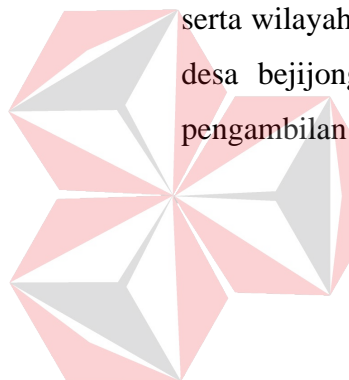
Scene berlanjut ke pembuatan kuningan yang ada di desa bejijong dipandu langsung oleh pak Bambang sang pengerajin. Dalam scene ini memperlihatkan hasil dari pembuatan serta tempat pembuatan kuningan yang ada di bejijong. Scene ini menggunakan zoom angel.



Gambar 4. 29 Scene 12

(Sumber : Peneliti 2023)

Dan yang terakhir merupakan scene yang memperlihatkan rumah rumah serta wilayah bejjong yang luas dengan didampingi suara ajakan untuk datang ke desa bejjong. Scene ini menggunakan bird angel agar lebih mudah dalam pengambilan video.



Gambar 4. 30 Penutup

(Sumber : Peneliti 2023)

Pada penutup ada lembar persembahan serta orang orang yang berpartisipasi dalam pembuatan video desa bejjong ini.

## 4.5.2 Perancangan Media Pendukung

### 1. Brochure

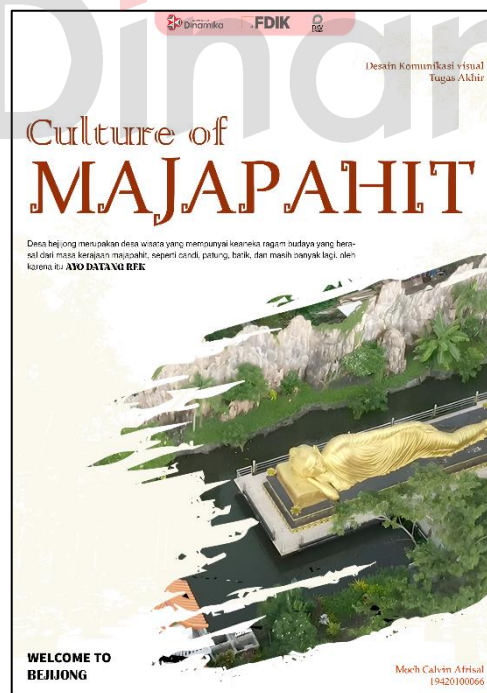


Gambar 4. 31 Brochure

(Sumber : Peneliti 2023)

Media pendukung yang pertama yaitu brochure, pada brochure tersebut menampilkan lokasi dari tempat wisata serta info-info wisata dari desa bejjong serta contact person dan barcode dari wisata majapahit bejjong.

### 2. Poster



Gambar 4. 32 Poster

(Sumber : Peneliti 2023)



Selanjutnya ialah poster yang berukuran A4+ yang mana poster ini menunjukkan ajakan untuk datang kedesa bejijong karena pada desa ini ada bekas peninggalan dari kerajaan majapahit yang dapat menambah wawasan masyarakat.

### 3. X-Banner



Gambar 4. 33 Xbanner

(Sumber : Peneliti 2023)

Lalu ada media pendukung yaitu X-Banner dimana pada X-banner ini terdapat kata-kata dari kepala desa bejijong yang menunjukkan sejarah dari tempat bejijong itu sendiri.

### 4. Sticker

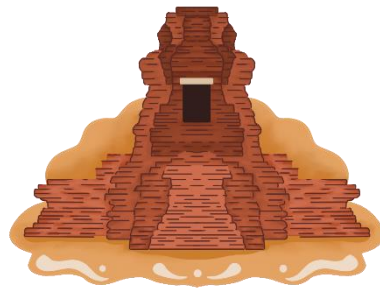


Gambar 4. 34 Sticker

(Sumber : Peneliti 2023)

Untuk selanjutnya ada sticker dari budha tidur yang didesain sedemikian rupa dengan aslinya

## 5. Gantungan Kunci



Gambar 4. 35 Gantungan Kunci

(Sumber : Peneliti 2023)

Gantungan kunci yang didesain peneliti berupah gantungan kunci candi brahu, gantungan ini diberi warna coklat agar menyamakan nuansa dari candi itu sendiri. Gantungan ini juga memiliki fungsi seperti untuk menghias kunci motor atau rumah

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Pada penelitian ini peneliti telah melalui 3 tahapan dalam perancangan video promosi desa bejijong guna meningkatkan Brand recall, yaitu pra-produksi, produksi, dan pascaproduksi. Dalam proses ini terdapat pembuatan konsep dan ide, penentuan elemen gambar dan ilustrasi, pemilihan audio visual, pemberian color tone, serta pembuatan media pendukung. Topik yang akan digunakan pada karya ini harus sesuai dengan topik penelitian dan data penelitian yang telah didapatkan. Pada proses produksi telah disusun berdasarkan keyword yang telah didapat oleh peneliti. Media pendukung dibuat untuk memperkuat informasi pada media utama di penelitian ini. Media pendukung meliputi, X-banner, Poster, Sticker, Gantungan Kunci, dan media sosial Youtube dan Instagram. Video promosi ini dirancang sebagai Upaya meningkatkan brand recall yang sudah pernah di branding oleh pemerintah bejijong pada tahun 2021 dengan selogan “salam budaya, lestarikan budayaku” serta video ini guna meningkatkan minat pengunjung ke desa bejijong sebagai desa wisata yang mempunyai peninggalan dari kerajaan majapahit yang mana hal tersebut bisa berguna bagi masyarakat luas khususnya dalam bidang pendidikan dan pendapatan penduduk bejijong sendiri.

#### **5.2 Saran**

Berdasarkan hasil penelitian dan riset lapangan yang sudah dilakukan oleh peneliti desa bejijong merupakan desa yang sudah pernah di branding namun hal tersebut mendapatkan kendala sehingga kurang meratanya branding tersebut, sehingga mengakibatkan penghasilan pada warga bejijong yang mana mayoritas merupakan pengerajin serta pengelola tempat wisata menjadi terbebani. Peneliti berharap untuk kedepannya pihak kepala desa bisa melakukan branding yang lebih sempurna karena dirasa pemerataan itu perlu apalagi sejarah merupakan sebuah bukti nyata dari kekayaan bangsa indonesia itu sendiri.

## DAFTAR PUSTAKA

- Amnestian, Yesaya. 2017. "288106938," no. 6920110022.
- Azarina, Aliefia Tanitha. 2022. "PERANCANGAN BUKU ESAI BATIK MAJAPAHIT DESA BEJIJONG SEBAGAI UPAYA PELESTARIAN BUDAYA TRADISI," 9.
- Eko Valentino, Dion. 2019. "Pengantar Tipografi." *Tematik* 6 (2): 54–71. <https://doi.org/10.38204/tematik.v6i2.254>.
- Faradilla, Gerinda Agnes Tri. 2022. "PERANCANGAN MEDIA PROMOSI KHAWIN DEKORASI SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN BRAND AWARENESS."
- Hakim, Lukman Nul. 2013. "Ulasan Metodologi Kualitatif: Wawancara Terhadap Elit." *Aspirasi* 4 (2): 165–72. <https://jurnal.dpr.go.id/index.php/aspirasi/article/view/501>.
- Haqiqi, Achmad Yasrif. n.d. "PERANCANGAN VIDEO PROMOSI ORN INDONESIA GUNA MENUMBUHKAN BRAND AWARENESS."
- Huberman, Miles. 1992. "Model Analisis Interaktif Miles and Huberman."
- Huda, Lis Nurul. 2018. "Kerajinan Logam Di Trowulan Mojokerto Pada Tahun 1980-2000 Lis Nurul Huda." *Journal Pendidikan Sejarah* 6 (4).
- IWAN HERMAWAN, S.Ag., M.Pd.I. 2019. "Metodologi Penelitian Pendidikan."
- Jumarding, Ahmad. 2021. "Desa Wisata Menunjang Transformasi Ekonomi Nasional Di Kabupaten Enrekang." [https://books.google.com.sg/books?hl=en&lr=&id=K35REAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=desa+wisata&ots=SzrQ-Ff2UZ&sig=nLVYNhtm9fl01PqvqaDCmq2WUao&redir\\_esc=y#v=onepage&q=desa wisata&f=false](https://books.google.com.sg/books?hl=en&lr=&id=K35REAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=desa+wisata&ots=SzrQ-Ff2UZ&sig=nLVYNhtm9fl01PqvqaDCmq2WUao&redir_esc=y#v=onepage&q=desa%20wisata&f=false).
- Khurram, Mehreen, Faisal Qadeer, and Muhammad Sheeraz. 2018. "The Role of Brand Recall, Brand Recognition and Price Consciousness in Understanding Actual Purchase." *Journal of Research in Social Sciences* 6 (2): 219–41. <https://ssrn.com/abstract=3215875><https://ssrn.com/abstract=3215875>Electron iccopyavailableat:<https://ssrn.com/abstract=3215875>.
- Kurniawan, Tony. 2013. "Representasi Fotografi Warna Dan Hitam Putih Serta Impact-Nya Terhadap Penikmat Fotografi (Faktor Penyama Dan Faktor Pembeda)." *Jurnal Universitas Komputer Indonesia Fakultas Pascasarjana, Program Studi Magister Desain* 11.
- Mania, Sitti. 2008. "Observasi Sebagai Alat Evaluasi Dalam Dunia Pendidikan Dan Pengajaran." *Lentera Pendidikan : Jurnal Ilmu Tarbiyah Dan Keguruan* 11 (2): 220–33. <https://doi.org/10.24252/lp.2008v11n2a7>.



Nila Ardana Harahap, Eko Agus Basuki Oemar. 2020. "Inspirasi Desain Gaya Vintage Dalam Perancangan Buku Infografis Makanan Populer Tradisional Melayu Kepulauan Riau" 1 (3): 50–63.

Novie Stephen. 2015. "Implementasi Penggunaan Media Gadget Untuk Memberi Kemudahan Dalam Pelaksanaan Proses Pembelajaran Pendidikan Kewarganegaraan," 31–43.

Pamungkas, Galih Widya. 2008. "Analisis Kemampuan Penalaran..., Galih Widya Pamungkas, FKIP UMP, 2015," 6–17.

Priyo Suwarno. n.d. "Sandiaga Uno Ke Bejjong Trowulan, Netizen: Terima Kasih Sudah Borong Dagangan Ibuku." <https://jatim.hallo.id/jatim-raya/pr-551179797/sandiaga-uno-ke-bejjong-trowulan-netizen-terima-kasih-sudah-borong-dagangan-ibuku>.

Puri, Devi. n.d. "Mengenal Jenis Dan Tingkatan Brand Awareness." <https://sis.binus.ac.id/2020/07/27/mengenal-jenis-dan-tingkatan-brand-awareness/>.

Putra, Rendy Pratama. 2014. "Analisis Strategi Pengembangan Usaha Pada Kedai Aste Lugina Dalam Meningkatkan Volume Penjualan," 13.

Qorimah, Esti Nur, and Sutarna Sutarna. 2022. "Studi Literatur: Media Augmented Reality (AR) Terhadap Hasil Belajar Kognitif." *Jurnal Basicedu* 6 (2): 2055–60. <https://doi.org/10.31004/basicedu.v6i2.2348>.

Rijali, Ahmad. 2019. "Analisis Data Kualitatif." *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah* 17 (33): 81. <https://doi.org/10.18592/alhadharah.v17i33.2374>.

Saputra. 2019. "Studi Kasus," 21.

Setyawan, Eko. 2015. "Bab I 'يا حض خ.' " *Galang Tanjung* 2014 (2504): 1–9.

Sudarsono, Blasius. 2017. "Memahami Dokumentasi." *Acarya Pustaka* 3 (1): 47. <https://doi.org/10.23887/ap.v3i1.12735>.