



**PERANCANGAN VIDEO PROMOSI KAMPUNG LAWANG SEKETENG  
SEBAGAI UPAYA MENGENALKAN DESTINASI WISATA  
BERSEJARAH KOTA SURABAYA**



**TUGAS AKHIR**

**Program Studi**

**S1 Desain Komunikasi Visual**

UNIVERSITAS  
**Dinamika**

**Oleh:**

**Otniel Gihon Havenusany**

**18420100094**

---

**FAKULTAS DESAIN DAN INDUSTRI KREATIF**

**UNIVERSITAS DINAMIKA**

**2023**

**PERANCANGAN VIDEO PROMOSI KAMPUNG LAWANG SEKETENG  
SEBAGAI UPAYA MENGENALKAN DESTINASI WISATA  
BERSEJARAH KOTA SURABAYA**

**TUGAS AKHIR**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan  
Program Sarjana Desain



UNIVERSITAS  
**Dinamika**

**Oleh:**

**Nama** : Otniel Gihon Havenusany  
**NIM** : 18420100094  
**Program** : S1 (Strata Satu)  
**Jurusan** : Desain Komunikasi Visual

**FAKULTAS DESAIN DAN INDUSTRI KREATIF  
UNIVERSITAS DINAMIKA**

**2023**

Tugas Akhir

**PERANCANGAN VIDEO PROMOSI KAMPUNG LAWANG SEKETENG  
SEBAGAI UPAYA MENGENALKAN DESTINASI WISATA  
BERSEJARAH KOTA SURABAYA**

Dipersiapkan dan disusun oleh

**Otniel Gihon Havenusany**

**NIM: 18420100094**

Telah diperiksa, diuji dan disetujui oleh Dewan Penguji

Pada: Kamis, 20 Juli 2023

**Susunan Dewan Penguji**

**Pembimbing:**

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

NIDN: 0720028701

II. **Siswo Martono, S.Kom., M.M.**

NIDN: 0726027101

**Penguji:**

**Karsam, M.A., Ph.D.**

NIDN: 0705076802

Digitally  
signed by  
Universitas  
Dinamika

Universitas  
Dinamika  
2023.07.31  
13:37:52 +07'00'

Universitas  
Dinamika  
2023.08.05 07:12:13  
+07'00'

Tugas akhir ini diterima sebagai salah satu persyaratan  
untuk memperoleh gelar Sarjana

Universitas Dinamika  
2023.08.16 08:45:14  
+07'00'

**Karsam, M.A., Ph.D.**

NIDN: 0705076802

Dekan Fakultas Desain dan Industri Kreatif

UNIVERSITAS DINAMIKA

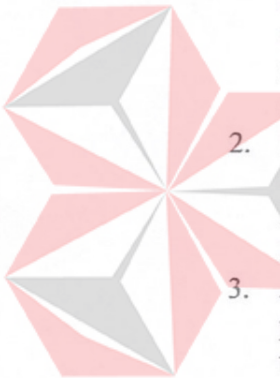
**SURAT PERNYATAAN**  
**PERSETUJUAN PUBLIKASI DAN KEASLIAN KARYA ILMIAH**

Sebagai civitas akademika **Universitas Dinamika**, saya:

Nama : Otniel Gihon Havenusany  
NIM : 18420100094  
Program Studi : S1 Desain Komunikasi Visual  
Fakultas : Fakultas Desain dan Industri Kreatif  
Jenis Karya : Tugas Akhir  
Judul Karya : Perancangan Video Promosi Kampung Lawang Seketeng  
Sebagai Upaya Mengenalkan Destinasi Wisata Bersejarah  
Kota Surabaya

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa:

1. Demi pengembangan Ilmu Pengetahuan, Teknologi, dan Seni, saya menyetujui untuk memberikan kepada **Universitas Dinamika** Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-Exclusive Royalty Free Right*) atas seluruh isi/sebagian karya ilmiah saya tersebut di atas untuk disimpan, dialihmediakan, dan dikelola dalam bentuk pangkalan data (*database*) untuk selanjutnya didistribusikan atau dipublikasikan demi kepentingan akademis dengan tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis atau pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.
2. Karya tersebut di atas adalah 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 di kemudian hari ditemukan dan terbukti terdapat tindakan plagiasi pada karya ilmiah ini, maka saya bersedia untuk menerima pencabutan terhadap gelar kesarjanaan yang telah diberikan kepada saya.



Surabaya, 27 Juni 2023

Otniel Gihon Havenusany  
NIM : 18420100094

## MOTTO



UNIVERSITAS  
**Dinamika**

*“The life given us, by nature is short;  
but the memory of a well-spent life is eternal.”*

**PERSEMBAHAN**



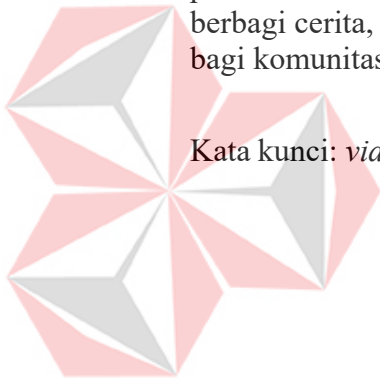
UNIVERSITAS  
**Dinamika**

*“Laporan ini dipersembahkan kepada kedua orang tua penulis dan semua orang yang telah membantu dalam menyelesaikan laporan Tugas Akhir ini.”*

## ABSTRAK

Target penelitian ini merupakan perancangan sebuah video yang membantu dalam promosi wisata Kampung Lawang Seketeng. Permasalahan yang ditemui pada penelitian ini adalah banyak orang yang belum mengetahui tentang wisata yang ada di Kampung Lawang Seketeng. Metode penelitian kualitatif dipilih oleh peneliti sebagai pendekatan untuk memperoleh data yang diperlukan melalui observasi, wawancara, dokumentasi, serta studi literatur terhadap Kampung Lawang Seketeng. Konsep “*Historic*” adalah yang diangkat dalam penelitian ini dan memiliki tujuan untuk menunjukkan bangunan dan benda peninggalan disana yang memiliki nilai sejarah. Sehingga dilakukan perancangan media promosi dengan video promosi yang menjadi upaya penunjang potensi wisata cagar budaya kota Surabaya. Mengusung konsep yang diperoleh dari Key Communication Message, “Heritage” yang menonjolkan sejarah warisan dari masa lampau kejadian dan kehidupan pada Kampung Lawang Seketeng. Konsep heritage yang dimaksud adalah yang mengacu pada pelestarian dan perayaan warisan budaya, sejarah, atau pribadi melalui media video. Ini melibatkan menangkap, mendokumentasikan, dan berbagi cerita, tradisi, landmark, artefak, atau peristiwa yang memiliki arti penting bagi komunitas, keluarga, atau individu tertentu.

Kata kunci: *videografi, video promosi, kampung lawang seketeng, kota surabaya*



UNIVERSITAS  
Dinamika

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Tuhan Yesus Kristus yang telah melimpahkan berkat serta hikmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul “Perancangan Video Promosi Kampung Lawang Seketeng Sebagai Upaya Mengenalkan Destinasi Wisata Bersejarah Kota Surabaya” dengan baik dan lancar tanpa suatu halangan apapun.

Tugas Akhir ini disusun dalam rangka untuk memenuhi persyaratan menyelesaikan mata kuliah Metode Penelitian Desain Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual di Universitas Dinamika. Suksesnya penyusunan laporan ini berkat adanya bantuan serta dukungan dari beberapa pihak yang terlibat, baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, disampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus yang telah memberikan hikmat dan kemudahan selama pengerjaan dari awal hingga akhir dengan baik.
2. Ayah dan Ibu, kedua orang tua saya;
3. Prof. Dr. Budi Jatmiko, M.Pd. selaku Rektor Universitas Dinamika
4. Dhika Yuan Yurisma, M.Ds., ACA selaku Ketua Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual Universitas Dinamika dan selaku Dosen Pembimbing 1;
5. Siswo Martono, S.Kom., M.M., selaku Dosen Pembimbing 2;
6. Dan untuk semua kolega kreatif, teman-teman, saudara serta keluarga yang turut membantu dan mendukung penyelesaian penyusunan penelitian ini.

Harapan besar penulis adalah dapat memberi manfaat dan penulis mohon maaf sebesar besarnya apabila terdapat kesalahan penulisan ataupun kata-kata yang kurang berkenan, terima kasih.

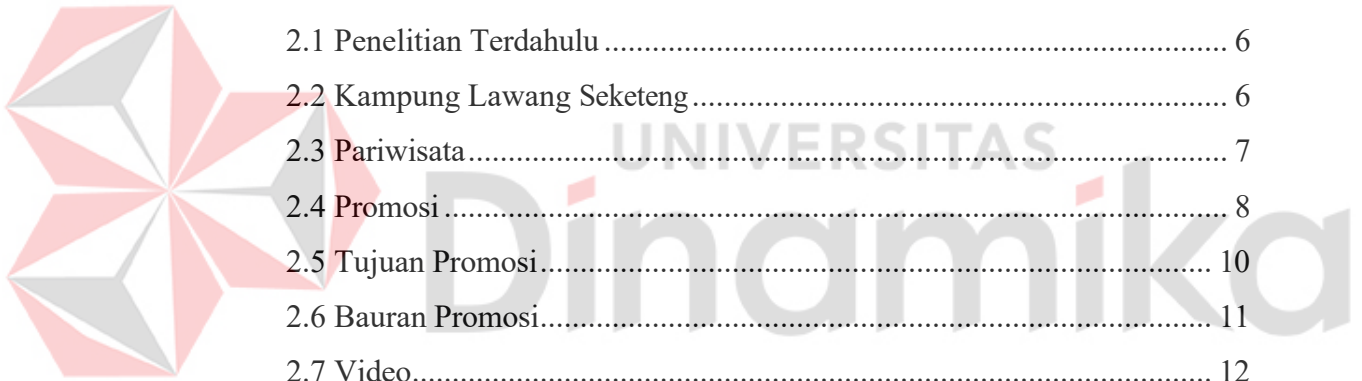
Surabaya, 14 Juni 2023

Penulis



## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	vii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	viii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	ix
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	4
1.3 Batasan Masalah .....	4
1.4 Tujuan .....	5
1.5 Manfaat .....	5
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b> .....	6
2.1 Penelitian Terdahulu .....	6
2.2 Kampung Lawang Seketeng .....	6
2.3 Pariwisata.....	7
2.4 Promosi .....	8
2.5 Tujuan Promosi.....	10
2.6 Bauran Promosi.....	11
2.7 Video.....	12
2.8 Video Promosi .....	12
2.9 Storyboard.....	13
2.10 Warna.....	13
2.11 <i>Environmental Graphic Design</i> .....	14
2.12 Unit Analisis .....	15
2.12.1 Objek Penelitian.....	15
2.12.2 Subjek Penelitian.....	15
2.12.3 Lokasi Penelitian.....	15
2.13 Metode Pengumpulan Data .....	16
2.13.1 Observasi.....	16
2.13.2 Wawancara.....	16
2.13.3 Kuisisioner.....	16
2.13.4 Dokumentasi .....	16
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	ix



3.1 Jenis Penelitian.....	<b>DAFTAR ISI</b> .....	17
3.2 Unit Analisis .....		17
3.3 Teknik Pengambilan Data.....		18
3.4 Analisa Data.....		19
3.4.1 Studi Literatur .....		19
3.4.2 Reduksi Data.....		19
3.4.3 Penyajian Data .....		19
3.4.4 Penarikan Kesimpulan .....		19
3.5 Teknik Pemeriksaan Pengabsahan Data.....		20
<b>BAB IV HASIL &amp; PEMBAHASAN</b> .....		21
4.1 Hasil Kumpulan Data.....		21
4.1.1 Hasil Observasi .....		21
4.1.2 Hasil Wawancara .....		22
4.1.3 Hasil Dokumentasi.....		24
4.1.4 Hasil Studi Literatur.....		27
4.2 Hasil Analisis Data.....		28
4.2.1 Hasil Reduksi Data.....		28
4.2.2 Penyajian Data .....		29
4.2.3 Kesimpulan .....		30
4.3 Konsep .....		30
4.3.1 <i>Segmentation, Targeting, Positioning (STP)</i> .....		30
4.3.2 <i>Unique Selling Proposition (USP)</i> .....		31
4.3.3 Analisis <i>Strength, Weakness, Opportunity, Threats (SWOT)</i> ...		32
4.3.4 <i>Key Communicaton Messsage</i> .....		33
4.3.5 Penjelasan Konsep.....		33
4.4 Reka Cipta Karya .....		34
4.4.1 Sasaran Kreatif.....		34
4.4.2 Sinopsis .....		34
4.4.3 <i>Storyboard</i> .....		35
4.4.4 Pengambilan Visual .....		38
4.4.5 Tipografi .....		38
4.4.6 Warna.....		39
4.4.7 <i>Editing Process</i> .....		39
4.5 Rancangan Media Pendukung .x.....		39



4.5.1 Sketsa <i>Environmental Graphic Design</i> .....	40
4.5.2 <i>Environmental Graphic Design</i> .....	41
4.5.3 <i>Slideshow Photo</i> .....	45
4.6 Hasil Karya Utama.....	46
4.7 Hasil Implementasi Media .....	53
<b>BAB V PENUTUP</b> .....	55
5.1 Kesimpulan .....	55
5.2 Saran .....	56
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	57
<b>LAMPIRAN</b> .....	59

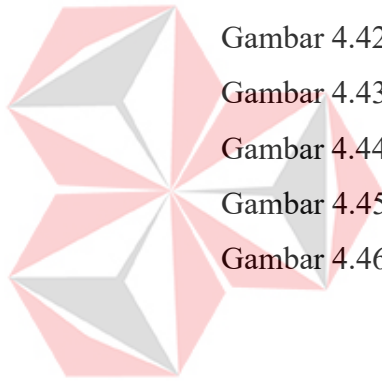


UNIVERSITAS  
**Dinamika**

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Diagram Survey Kuisisioner 1.....	3
Gambar 1.2 Diagram Survey Kuisisioner 2.....	3
Gambar 4.1 Dokumentasi dari Rumah Puing.....	24
Gambar 4.2 Suasana Ruangan di dalam Langgar Dukur .....	24
Gambar 4.3 Foto Asli dari Bung Karno dan Keris.....	25
Gambar 4.4 Pipa Air Terakota yang Dibuat oleh Belanda.....	25
Gambar 4.5 Sumur Tua Peninggalan dari Zaman Majapahit.....	25
Gambar 4.6 Kotak Penyimpanan Barang dan Gembok Buatan Belanda .....	26
Gambar 4.7 Stempel Hologram Pada Al-Quran yang Ditulis Tangan.....	26
Gambar 4.8 <i>Strength, Weakness, Opportunity, Threats</i> .....	33
Gambar 4.9 <i>Key Communication Message</i> .....	33
Gambar 4.10 <i>Storyboard 1</i> .....	35
Gambar 4.11 <i>Storyboard 2</i> .....	36
Gambar 4.12 <i>Storyboard 3</i> .....	37
Gambar 4.13 Alfabet Dari <i>Font Monserrat</i> .....	38
Gambar 4.14 Alfabet Dari <i>Font Libre Baskerville</i> .....	38
Gambar 4.15 <i>Earth Tone Color Palette</i> .....	39
Gambar 4.16 Sketsa EGD Kampung Lawang Seketeng .....	40
Gambar 4.17 Sketsa EGD Kampung Lawang Seketeng .....	40
Gambar 4.18 EGD Utama Kampung Lawang Seketeng.....	41
Gambar 4.19 <i>Environmental Graphic Design 1</i> .....	41
Gambar 4.20 <i>Environmental Graphic Design 2</i> .....	42
Gambar 4.21 <i>Environmental Graphic Design 3</i> .....	42
Gambar 4.22 <i>Environmental Graphic Design 4</i> .....	43
Gambar 4.23 <i>Environmental Graphic Design 5</i> .....	43
Gambar 4.24 <i>Environmental Graphic Design 6</i> .....	43
Gambar 4.25 <i>Environmental Graphic Design 7</i> .....	44
Gambar 4.26 <i>Environmental Graphic Design 8</i> .....	44
Gambar 4.27 <i>Slideshow Foto 1</i> .....	45
Gambar 4.28 <i>Slideshow Foto 2</i> .....	45

Gambar 4.29 <i>Slideshow</i> Foto 3 .....	46
Gambar 4.30 <i>Scene</i> 1.....	46
Gambar 4.31 <i>Scene</i> 2.....	46
Gambar 4.32 <i>Scene</i> 3.....	47
Gambar 4.33 <i>Scene</i> 4.....	47
Gambar 4.34 <i>Scene</i> 5.....	47
Gambar 4.35 <i>Scene</i> 6.....	48
Gambar 4.36 <i>Scene</i> 7.....	48
Gambar 4.37 <i>Scene</i> 8.....	49
Gambar 4.38 <i>Scene</i> 9.....	49
Gambar 4.39 <i>Scene</i> 10.....	50
Gambar 4.40 <i>Scene</i> 11.....	50
Gambar 4.41 <i>Scene</i> 12.....	51
Gambar 4.42 <i>Scene</i> 13.....	51
Gambar 4.43 <i>Scene</i> 14.....	52
Gambar 4.44 Implementasi Video Promosi Kampung Lawang Seketeng .....	53
Gambar 4.45 EGD Kampung Lawang Seketeng.....	54
Gambar 4.46 <i>Slideshow</i> Foto Kampung Lawang Seketeng .....	54



# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

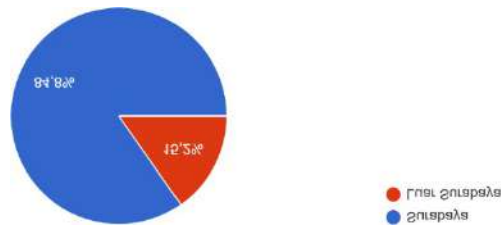
Kota terbesar kedua di Indonesia, kota Surabaya. Dijuluki sebagai Kota Pahlawan karena mengandung filosofi kepahlawanan yang tinggi dan sejarah yang bernilai. Kota Surabaya ini memiliki banyak fasilitas umum seperti taman kota yang bersih, *Suroboyo Bus* yang menjadi alat transportasi kota, dan berbagai objek wisata. Selain itu juga, kota ini menarik banyak wisatawan untuk mengunjungi tempat-tempat bersejarah yang banyak ditemui di berbagai sudut kota. Sebesar 11 juta wisatawan lokal bersenang ke kota Surabaya, juga sejumlah 350 ribu wisatawan mancanegara datang mengunjungi kota Surabaya di tahun 2013 yang lalu menurut data yang didapat dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Surabaya dan Badan Pusat Statistik kota Surabaya mencatatkan (BPS, 2020).

Juga banyak tempat wisata menarik lainnya seperti wahana wisata *Surabaya Carnival Night Market* (SCNM), taman kota Bungkul, wisata alam *Mangrove*, dan banyak lagi wisata menarik lainnya. Dari banyak adanya fasilitas taman kota, taman rekreasi, dan pengembangan sarana dan prasarana kota, salah satu wisata yang dimiliki oleh kota Surabaya ialah wisata sejarah. Terletak di Kelurahan Peneleh, Kecamatan Genteng, Kota Surabaya, Jawa Timur, Kampung Lawang Seketeng sudah berdiri sejak tahun 1893. Sebagai salah satu kampung tertua di pusat kota Surabaya, tempat ini memiliki karakteristik unik dan nilai sejarah yang kental. Salah satu keunikan yang mencolok adalah lokasinya yang berada di tepi Kalimas, yang diyakini sebagai makam seorang guru ngaji yang pernah menjadi pengajar bagi Bung Karno dan Bung Tomo semasa kecil, yaitu Mbah Pitono. Di kampung ini juga terdapat rumah masa kecil Presiden Soekarno, tempat beliau mengaji, Langgar (Mushola) Dukur Kayu, dan beberapa bangunan kolonial yang masih asli tanpa perubahan. Bangunan-bangunan tersebut merupakan peninggalan masa jajahan Belanda yang memperlihatkan jejak bekas peluru tembakan, menjadi bukti otentik dari sejarah Indonesia yang berharga.

Eri Cahyadi, Kepala Badan Perencanaan Pembangunan Kota (Bappeko) Surabaya, menyatakan bahwa selain itu, Kampung Lawang Seketeng juga memiliki benda-benda bersejarah lainnya, seperti sumur tua. Sumur ini diyakini telah ada sejak zaman kerajaan Majapahit karena keserupaan struktural dengan situs Majapahit di Trowulan. Kampung Lawang Seketeng menawarkan berbagai peninggalan sejarah yang berharga, termasuk senjata-senjata bersejarah seperti keris, tombak, dan Al-Qur'an tulisan tangan. Juga terdapat pintu-pintu dengan engsel kuno dan beragam benda-benda lain yang memiliki nilai sejarah yang tinggi. Pemerintah Kota Surabaya telah berupaya keras dalam melakukan penataan dan rekonstruksi kampung ini hingga akhir tahun 2019, dengan tujuan mengembangkan Kampung Lawang Seketeng menjadi salah satu destinasi wisata bersejarah (*heritage*) yang menarik di Surabaya. Pada tanggal 10 November, kampung ini secara resmi diresmikan oleh pemerintah, yang juga merupakan peringatan Hari Pahlawan (sumber: <https://rri.co.id/humaniora/wisata/887420/lawang-seketeng-kampung-tertua-di-surabaya>).

Kampung Lawang Seketeng yang notabenehnya adalah kampung tua yang menjadi salah satu destinasi wisata kota didapati masih kurang dikenal, bahkan oleh warga Surabaya karena kurangnya promosi menurut hasil wawancara kepada Ketua Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS) Kampung Lawang Seketeng, Andrie Adikusumo. Serta menurut Darwin, selaku Ketua RT 6 Lawang Seketeng memaparkan tentang kurangnya promosi kepada khalayak umum tentang Kampung Lawang Seketeng membuat banyak orang masih kurang menyadari adanya wisata pada tempat tersebut. Meskipun peresmian wisata kampung ini tergolong baru saja dilakukan, yakni pada tahun 2019, dikutip dari hasil survey kepada 105 responden yang dilakukan oleh penulis sebagai berikut:

- Hasil dari kuisisioner yang menunjukkan sejumlah 84,8% dari responden yang berdomisili di kota Surabaya, sedangkan 15,2% berdomisili di luar kota Surabaya.



Gambar 1.1 Diagram Survey Kuisisioner 1

- Hasil dari kuisisioner yang menunjukkan sejumlah 85,7% dari responden yang tidak mengetahui tentang wisata Kampung Lawang Seketeng, sedangkan hanya 14,3% saja yang mengetahuinya.



Gambar 1.2 Diagram Survey Kuisisioner 2

Didapati dari hal tersebut, dari permasalahan yang telah dipaparkan oleh penulis diperlukan pengadaan sebuah gerakan yang diharapkan dapat menjadi suatu solusi dalam membantu segala elemen masyarakat, pemerintah, pengelola setempat, dan lain sebagainya untuk membangkitkan kembali wisata Kampung Lawang Seketeng ini. Hal ini sejalan dengan keinginan Pemerintah Kota (Pemkot) Surabaya untuk mengembangkan potensi wisata sejarah di kawasan sekitar serta berdampak dalam membangun perekonomian warga setempat. Pemerintah Kota juga mengadakan pendampingan buat mempertinggi ekonomi rakyat sekitar. Yang dapat dilakukan oleh penulis dalam meningkatkan daya tarik wisatawan lokal antara lain adalah dengan membuat karya video promosi yang berfokus pada



sejarah Kampung Lawang Seketeng beserta peninggalan-peninggalan yang terdapat didalamnya.

Adanya penyampaian informasi yang menarik oleh penulis untuk masyarakat melalui media videografi, yakni sejarah dari Kampung Lawang Seketeng serta peninggalan bangunan-bangunan bersejarah yang ada dan benda peninggalan seperti keris, tombak, hingga Al-Qur'an yang ditulis tangan berfungsi demi memikat daya tarik wisatawan dari berbagai usia dan kalangan baik menengah kebawah hingga menengah keatas supaya mengenalkan destinasi wisata bersejarah kota Surabaya.

## 1.2 Perumusan Masalah

Dengan mempertimbangkan informasi latar belakang yang telah disajikan, maka fokus permasalahan yang diajukan adalah “Perancangan Video Promosi Kampung Lawang Seketeng Sebagai Upaya Mengenalkan Destinasi Wisata Bersejarah Kota Surabaya?”

## 1.3 Batasan Masalah

Dalam penjelasan ini, beberapa batasan masalah akan diidentifikasi, di antaranya adalah:

1. Perancangan video promosi ini hanya dibatasi pada lokasi Kampung Lawang Seketeng dan bangunan bersejarah yang ada disana.
2. Media utama yang dipergunakan adalah dalam bentuk video.
3. Segmentasi usia video promosi ini pada 13-65 tahun.
4. Media pendukung yang dipergunakan adalah *Environmental Graphic Design* (EGD) dan *slideshow* foto untuk Kampung Lawang Seketeng, Surabaya.
5. Dipilihnya videografi menjadi media guna menunjang minat wisatawan, berfungsi agar wisatawan kota Surabaya mengenal dan tertarik untuk berkunjung ke lokasi Kampung Lawang Seketeng.

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah merancang Video Promosi Kampung Lawang Seketeng Sebagai Upaya Mengenalkan Destinasi Wisata Bersejarah Kota Surabaya.

#### **1.5 Manfaat Perancangan**

Beberapa manfaat yang akan dihasilkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini akan berfungsi sebagai sumber informasi dan referensi bagi masyarakat mengenai perancangan video promosi.
2. Sebagai pengenalan destinasi wisata bersejarah kota Surabaya.
3. Dapat menjadi sebuah kontribusi terhadap pengelola dan pemerintah dalam meningkatkan sarana dan prasarana kebutuhan hiburan masyarakat.



UNIVERSITAS  
**Dinamika**

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

Bab ini akan mengulas tentang dasar teori yang digunakan dalam perancangan video promosi Kampung Lawang Seketeng sebagai upaya memperkenalkan destinasi wisata bersejarah di Kota Surabaya. Harapannya, dengan didukung oleh teori-teori yang kuat dan referensi-referensi yang relevan, penelitian ini akan menghasilkan hasil yang memuaskan.

#### **2.1 Penelitian Terdahulu**

Penelitian sebelumnya mengacu pada penelitian berjudul "Perancangan Video Promosi Candi-Candi di Trowulan Sebagai Upaya Mengenalkan Wisata Sejarah Mojokerto" yang dilakukan oleh Alpha Dian Tamalanrea pada tahun 2018. Penelitian tersebut bertujuan untuk merancang video promosi yang bertujuan memperkenalkan candi-candi Trowulan sebagai objek wisata sejarah di Mojokerto. Penelitian sebelumnya ini diharapkan menjadi referensi dalam merancang penelitian ini agar mencapai hasil yang maksimal. Yang menjadi pembeda antara penelitian sebelumnya dengan penelitian ini terletak pada unit analisis, media utama, dan media pendukung yang digunakan dalam penelitian sebelumnya. Media utama dalam penelitian sebelumnya adalah video yang dimuat dalam bentuk *DVD*, dan media pendukung yang sebagian besar berbentuk fisik.

#### **2.2 Kampung Lawang Seketeng**

Terletak di Kelurahan Peneleh, Kecamatan Genteng, Kota Surabaya, Jawa Timur, Kampung Lawang Seketeng sudah berdiri sejak tahun 1893. Sebagai salah satu kampung tertua di pusat kota Surabaya, tempat ini memiliki karakteristik unik dan nilai sejarah yang kental. Salah satu keunikan yang mencolok adalah lokasinya yang berada di tepi Kalimas, yang diyakini sebagai makam seorang guru ngaji yang pernah menjadi pengajar bagi Bung Karno dan Bung Tomo semasa kecil, yaitu Mbah Pitono. Di kampung ini juga terdapat

rumah masa kecil Presiden Soekarno, tempat beliau mengaji, Langgar (Mushola) Dukur Kayu, dan beberapa bangunan kolonial yang masih asli tanpa perubahan. Bangunan-bangunan tersebut merupakan peninggalan masa jajahan Belanda yang memperlihatkan jejak bekas peluru tembakan, menjadi bukti otentik dari sejarah Indonesia yang berharga.

Kampung Lawang Seketeng juga memiliki benda-benda bersejarah lainnya, seperti sumur tua. Sumur ini diyakini telah ada sejak zaman kerajaan Majapahit karena keserupaan struktural dengan situs Majapahit di Trowulan. Kampung Lawang Seketeng menawarkan berbagai peninggalan sejarah yang berharga, termasuk senjata-senjata bersejarah seperti keris, tombak, dan Al-Qur'an tulisan tangan. Juga terdapat pintu-pintu dengan engsel kuno dan beragam benda-benda lain yang memiliki nilai sejarah yang tinggi. Pemerintah Kota Surabaya telah berupaya keras dalam melakukan penataan dan rekonstruksi kampung ini hingga akhir tahun 2019, dengan tujuan mengembangkan Kampung Lawang Seketeng menjadi salah satu destinasi wisata bersejarah (*heritage*) yang menarik di Surabaya. Pada tanggal 10 November, kampung ini secara resmi diresmikan oleh pemerintah, yang juga merupakan peringatan Hari Pahlawan. (sumber: <https://rri.co.id/humaniora/wisata/887420/lawang-seketeng-kampung-tertua-di-surabaya>)

### 2.3 Pariwisata

Pariwisata, menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), merujuk pada kegiatan yang terkait dengan perjalanan rekreasi. Definisi lebih lanjut menyatakan bahwa pariwisata mencakup segala hubungan dan gejala yang muncul akibat kunjungan orang asing yang tidak bermaksud menetap dan tidak terkait dengan upaya mencari nafkah (Hunziker & Kraft, 2012: 8). Selanjutnya, menurut Yoeti yang dikutip oleh S.R Primadany (2013: 137), ada empat kriteria yang harus dipenuhi untuk dapat dikategorikan sebagai pariwisata:

1. Perjalanan harus dilakukan dari suatu tempat ke tempat lain di luar tempat kediaman rutin.

2. Tanpa tujuan untuk mencari nafkah, perjalanan dilakukan semata-mata untuk bersenang-senang di negara atau kota yang dikunjungi.
3. Uang yang dikeluarkan oleh wisatawan berasal dari negara asalnya, di mana ia biasa tinggal atau bermukim, dan tidak diperoleh dari hasil usaha selama perjalanan wisata.
4. Perjalanan tersebut harus berlangsung selama minimal 24 jam atau lebih.

## 2.4 Promosi

Kata "promosi" berasal dari kata "*promote*" dalam bahasa Inggris, yang berarti mengembangkan atau meningkatkan. Menurut Buchari Alma (2013: 179), promosi adalah bentuk komunikasi yang digunakan untuk memberikan penjelasan dan meyakinkan calon konsumen tentang barang dan jasa dengan tujuan untuk menarik perhatian, memberikan edukasi, meningkatkan kesadaran, dan meyakinkan calon konsumen. Dalam konteks ini, promosi berfungsi sebagai alat komunikasi yang digunakan oleh perusahaan atau melalui perantara untuk memberikan informasi tentang produk/jasa, harga, dan lokasi. Tujuannya adalah untuk menyebarkan informasi, mempengaruhi, atau memancing minat pasar sasaran agar bersedia menerima produk/jasa yang ditawarkan.

Fokus dari kegiatan promosi adalah memberikan alasan dan keuntungan kepada para konsumen agar mereka membeli produk atau jasa yang ditawarkan. Keuntungan tersebut dibagi menjadi tiga kategori, yaitu:

- a. Fungsi, ialah apa yang produk atau jasa yang ditawarkan dapat lakukan.
- b. Citra, ialah wajah, gaya, nilai emosional dari produk atau jasa yang ditawarkan.
- c. Manfaat tambahan, ialah manfaat-manfaat lain sebagai penunjang tambahan dan bukan utama dari produk atau jasa yang ditawarkan.

Strategi promosi merupakan sebuah rencana yang bertujuan untuk optimal menggunakan berbagai elemen promosi seperti periklanan, hubungan masyarakat, penjualan pribadi, dan promosi penjualan. Strategi promosi termasuk dalam strategi iklan, yang merupakan bagian dari bauran promosi (*promotion mix*), dan bauran promosi sendiri merupakan bagian dari bauran pemasaran (*marketing mix*). Seperti yang diungkapkan oleh Frank Jefkins, "*advertising aims to persuade people to buy*"

atau dalam kata lain, iklan bertujuan untuk meyakinkan masyarakat agar membeli suatu produk melalui pesan yang disampaikan melalui media. Namun, untuk membedakannya dari pengumuman biasa, iklan lebih berfokus pada upaya membujuk orang untuk melakukan pembelian (Kasali, 1995: 9).

Sebuah iklan yang baik haruslah memiliki unsur penting yang sering disebut dengan AIDCA, yaitu *Attention* (Perhatian), *Interest* (Ketertarikan), *Desire* (Keinginan), *Conviction* (Keyakinan), *Action* (Tindakan).

#### 1. Perhatian (*Attention*)

Untuk menarik perhatian target audiens, iklan harus disajikan dengan tampilan yang menarik. Dalam hal ini, beberapa elemen seperti ukuran (ukuran untuk media cetak dan air time untuk media penyiaran), penggunaan warna (*spot* atau *full color*), tata letak (*layout*), dan jenis huruf (*typography*) menjadi penting. Agar lebih jelas, iklan sering diklasifikasikan berdasarkan elemen-elemen tersebut seperti berikut:

- a. Adanya *headline* untuk mengarahkan
- b. Adanya slogan yang mudah untuk diingat
- c. Memunculkan nilai jual/*selling point*
- d. Menggunakan penebalan kata untuk menekankan kata-kata yang persuasif.
- e. Adanya sub judul agar memisahkan antara poin naskah satu dengan yang lainnya.

#### 2. Daya Pikat (*Interest*)

Setelah mendapatkan perhatian dari calon konsumen, selanjutnya adalah cara agar para calon konsumen tertarik untuk mengunjungi dan mengakomodasi, maka dari itu, pemberian rangsangan stimulus diperlukan untuk calon konsumen agar tertarik untuk membaca dan mengikuti pesan-pesan yang disampaikan.

#### 3. Keinginan (*Desire*)

Keinginan dari konsumen untuk memiliki atau menikmati produk yang diinginkan harus tergerakkan.

#### 4. Keyakinan (*Conviction*)

Peragaan testimonial diperlukan sebagai tindakan lanjutan dalam membangun keyakinan pada calon konsumen agar mereka semakin teryakinkan dalam memilih produk atau jasa yang diiklankan.

### 5. Tindakan (*Action*)

Agar calon konsumen segera melakukan pembelian produk atau setidaknya mengunjungi tempat penjualan atau toko. Atau, minimal, calon konsumen menyimpan informasi tentang produk tersebut sebagai catatan untuk membelinya di masa mendatang. Iklan dianggap sebagai investasi jangka panjang, karena bertujuan untuk menanamkan kesan dan pengetahuan tentang produk dalam benak konsumen, yang mungkin tidak akan segera menghasilkan keuntungan secara langsung.

Periklanan harus berkemampuan agar khalayak umum berperilaku sedemikian rupa supaya sesuai dengan strategi pemasaran yang dilakukan perusahaan dalam menciptakan daya jual dan meraup untung (Jefkins, 2015). Komunikasi berkaitan erat dengan strategi pemasaran. Salah satu rupa tersendiri dari komunikasi dalam memberikan fungsi pemasaran adalah periklanan. Dalam mengoperasikan pemasaran, kegiatan periklanan harus melampaui dari sekedar memberikan informasi kepada khalayak.

### 2.5 Tujuan Promosi

Tujuan promosi dilakukan oleh perusahaan utamanya memiliki tujuan agar memperoleh keuntungan. Pada umumnya kegiatan promosi yang dilakukan oleh perusahaan harus mendasarkan kepada tujuan, yakni:

#### 1. Mengubah perilaku

Bertujuan yakni dari awal yang tidak mengetahui atau menerima produk atau jasa tertentu hingga menjadi pelanggan setia terhadap produk atau layanan tersebut. Perusahaan yang menawarkan barang dan jasa selalu berusaha untuk menghadirkan citra yang positif tentang dirinya atau meningkatkan *profit* dari produk dan layanan yang ditawarkan.

## 2. Memberitahu

Bertujuan dalam memberikan informasi kepada target pasar yang dituju mengenai berbagai aspek produk, seperti harga, kualitas, syarat akuisisi, kegunaan, keistimewaan, dan lain-lain. Jenis promosi ini biasanya sangat diapresiasi dan dilakukan pada tahap-tahap awal ketika produk atau jasa tersebut baru diperkenalkan ke pasar.

## 3. Membujuk

Promosi yang bersifat membujuk sangat tidak disenangi oleh khalayak umum. Tetapi pada kenyataannya, banyak calon konsumen yang terhasut untuk membeli produk atau jasa yang terkait. Perusahaan lebih berfokus pada menciptakan kesan positif daripada mendapatkan tanggapan segera dari konsumen. Tujuannya adalah agar promosi dapat memberikan pengaruh jangka panjang terhadap perilaku pembeli. Jenis promosi yang bersifat persuasif ini menjadi lebih dominan ketika produk atau jasa yang terkait mulai memasuki tahap pertumbuhan dalam siklus kehidupan produk atau jasa tersebut.

## 4. Mengingat

Bersifat untuk memberi pengingat pada konsumen terhadap citra produk atau jasa yang terkait agar tetap membangun kesetiaan pembeli. Dengan demikian, perusahaan yang terlibat berusaha untuk mempertahankan pelanggan yang sudah ada karena hubungan bisnis dengan pelanggan tidak hanya berlangsung sekali, melainkan berlangsung secara berkesinambungan. (Rangkuti, 2013).

## 2.6 Bauran Promosi

Pendefinisian dari Kotler & Armstrong (2021) mengenai bauran promosi ialah merupakan gabungan berbagai alat promosi, yakni perusahaan menggunakan berbagai strategi pemasaran seperti *advertising*, *personal selling*, *direct marketing*, *sales promotion*, dan *public relation* untuk memberikan keyakinan kepada konsumen dan membangun hubungan dengan mereka. Dapat dijabarkan kelima alat promosi tersebut:



### 1. *Advertising*

*Advertising* adalah bentuk dari semua presentasi non personal dan ide promosi terhadap produk atau jasa oleh sponsor yang dipakai dengan mendapat upah.

### 2. *Public Relation*

*Public relation* merupakan serangkaian program yang dirancang untuk mempromosikan dan melindungi citra perusahaan serta produk-produknya secara individual.

### 3. *Personal Selling*

*Personal selling* yaitu interaksi langsung yang bertujuan untuk melakukan penjualan kepada satu atau lebih calon konsumen.

### 4. *Sales Promotion*

*Sales promotion* adalah rangkaian rangsangan atau insentif jangka pendek yang bertujuan untuk meningkatkan minat calon konsumen untuk mencoba atau membeli produk atau jasa yang ditawarkan.

### 5. *Direct Marketing*

*Direct marketing* adalah strategi pemasaran yang melibatkan media komunikasi seperti surat, telepon, dan berbagai alat penghubung non-personal lainnya untuk berkomunikasi secara langsung dengan calon konsumen dengan tujuan memperoleh respon langsung dari mereka.

## 2.7 Video

Video adalah proses merekam suatu kejadian menjadi gambar bergerak dengan menggunakan suara dan visual. Menurut Melvy Ayuningtyas (2011: 7), video merupakan gabungan dari gambar-gambar diam yang disusun secara berurutan dalam suatu periode waktu dengan kecepatan tertentu. Visual yang telah didapatkan nantinya akan digabungkan dan menjadi frame dan digerakkan dengan suatu kecepatan tertentu dengan satuan yang disebut *frame per second* (FPS). Rangkaian gambar-gambar yang bergerak cepat dan menuturkan sebuah cerita disebut video. Maka dari itu, penonton akan memahami dan mengikuti alur dari video tersebut (Nugroho, Sarwo, 2014).

Pengaplikasian umum dari video adalah televisi. Tetapi seiring berkembangnya zaman dan teknologi, video sudah merambah melalui media sosial seperti YouTube, Instagram, TikTok dan lain-lain. Orang-orang semakin mudah untuk bisa mengakses video dan mendapatkan informasi yang mereka inginkan.

## 2.8 Video Promosi

Video promosi adalah bentuk presentasi informasi yang disampaikan melalui media audio dan visual agar dapat mencapai target pasar. Menurut *World Trade Organization* yang dikutip oleh Muljadi (2009: 9), video adalah media publikasi yang paling informatif dan komunikatif karena mampu menyampaikan pesan melalui suara, gambar, dan teks secara bersamaan. Kemampuan video dalam memberikan informasi sangatlah efektif karena menggunakan audio dan visual sehingga dapat ditangkap oleh indra manusia secara luas.

Seiring dengan perkembangan teknologi, video memiliki fleksibilitas yang hebat dalam pengaksesannya. Tidak hanya melalui televisi saja, tetapi juga dapat melalui ponsel genggam sehingga informasi dapat lebih cepat tersampaikan kepada audiens.

## 2.9 Storyboard

Gerakan-gerakan utama dan alur cerita dari awal hingga akhir adalah hal yang harus diperhatikan dalam merancang *storyboard* (Simon, 2012). Menurut Bluth (2004), sebuah *storyboard* akan lebih baik apabila ditambahkan *shading*. Tiga komponen penting yang perlu diperhatikan dalam merancang *shading storyboard* yang pertama adalah para perancang *special effect* dapat lebih mudah dalam mengoptimisasi efek-efek pencahayaan dengan adanya *shading*. Kemudian, *shading* yang ada pada *storyboard* dapat membantu memberikan pandangan terhadap jalan cerita yang akan diproduksi. Terakhir, membantu para *color-key artist* dalam mengetahui pewarnaan yang diperlukan untuk suatu *scene* yang diproduksi.

## 2.10 Warna

Warna terbagi menjadi dua kategori, warna internal dan warna eksternal. Memiliki sifat fisika dan faali ialah warna eksternal sedangkan pada warna internal ialah warna pada persepsi manusia. Warna biasa dilihat menjadi tiga seksi, yakni:

1. *Hue*: Warna dibagi menurut penamaannya (merah, kuning, hijau, biru, dll.)
2. *Value*: Warna dibagi menurut gelap atau terangnya warna tersebut.
3. *Intensity*: Warna dibagi menurut tingkat kejernihan warna tersebut.

Warna terbagi juga menjadi dua seksi menurut bagaimana terjadinya warna tersebut, yakni *additive* dan *subtractive*. Warna yang *additive* terjadi dikarenakan spektrum yang terpancar melalui media elektronik. Warna *subtractive* terjadi dari pigmen yang ada pada media cetak (Sanyoto, 2009). Warna disini diperlukan sebagai pendukung yang menguatkan pesan yang akan disampaikan untuk penelitian ini.

## 2.11 Environmental Graphic Design

*Environment Graphic Design* (EGD) ialah bentuk media komunikasi grafis yang menyampaikan informasi di dalam suatu lingkungan atau lingkungan tertentu (Calori and Vanden-Eynden, 2015). Pemaparan lain dari Calori juga menegaskan bahwa perancangan grafis tidak hanya mencakup elemen dua dimensi, tetapi juga meluas ke ranah tiga dimensi (Hananto, 2019).

Terdapat tiga komponen utama dalam EGD:

1. *Signage* (dan *wayfinding*), panduan dan arahan kepada audiens sehingga mereka dapat menemukan suatu tempat dengan mudah dan tepat.
2. *Placemaking*, memberikan identitas pada suatu lokasi, sehingga tempat tersebut dapat dikenali dan lebih mudah diingat oleh orang-orang yang mengunjunginya.
3. *Interpretation*, untuk menyajikan informasi mengenai suatu tempat atau lokasi dengan cara yang dapat diinterpretasi dan dipahami oleh audiens.

## **2.12 Unit Analisis**

### **2.12.1 Objek Penelitian**

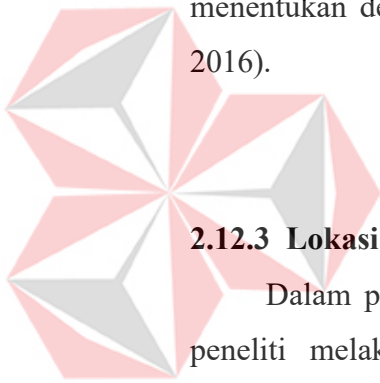
Menurut Sugiyono (2017), objek penelitian merupakan suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

### **2.12.2 Subjek Penelitian**

Subjek penelitian merupakan target awal dalam memperoleh data yang diperlukan dalam penelitian. Penting dalam menargetkan siapa yang akan menjadi subjek penelitian, sebab peneliti dapat mengetahui siapa dan apa yang memberikan informasi. Batasan yang ada dalam penelitian yang dimana peneliti dapat menentukan dengan hal, orang, atau benda untuk variabel penelitian (Arikunto, 2016).

### **2.12.3 Lokasi Penelitian**

Dalam pandangan Moleong (2005), lokasi penelitian adalah area di mana peneliti melakukan studi untuk mengamati fenomena atau peristiwa yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian. Hal ini dilakukan dengan tujuan mendapatkan data yang akurat dan relevan. Tanpa adanya lokasi penelitian, tidak akan terwujud hasil dari penelitian terkait. Fenomena dan peristiwa yang diperlukan sebagai data penelitian tidak bisa didapatkan bila tanpa adanya lokasi kejadian dari fenomena tersebut.



## **2.13 Metode Pengumpulan Data**

### **2.13.1 Observasi**

Menurut Dewanti (2018), Proses observasi dilakukan sebagai penunjang dalam mengumpulkan data yang diperlukan secara sistematis tentang permasalahan yang diteliti dari pengamatan dan pencatatan. Teknik mengumpulkan data yang sesuai dengan tujuan penelitian, serta dirancang dan dicatat dengan sistematis, juga memiliki reliabilitas dan validitas data yang terkontrol adalah teknik observasi.

### **2.13.2 Wawancara**

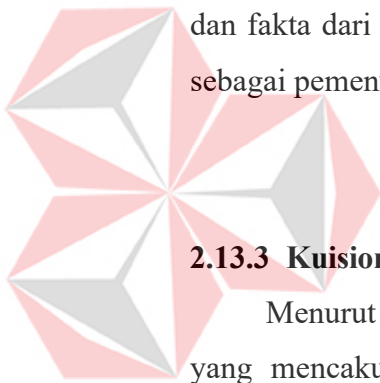
Wawancara yang dikutip oleh Bungin (2010) adalah untuk pembentukan tujuan penelitian dengan cara tanya jawab langsung bersama responden dan merupakan proses perolehan keterangan. Orang memegang sebuah informasi nyata dan fakta dari sebuah obyek penelitian adalah responden. Wawancara diperlukan sebagai pemenuhan data yang terkait dengan penelitian.

### **2.13.3 Kuisisioner**

Menurut Ismail & Albahri (2019), instrumen pendukung pengumpulan data yang mencakup skala besar adalah dengan melakukan kuisisioner. Rancangan beberapa pertanyaan yang akan diajukan kepada responden terpilih agar memperoleh informasi yang diperlukan dalam penelitian merupakan kuisisioner.

### **2.13.4 Dokumentasi**

Cuplikan dari pihak terkait baik yakni terbitan dan laporan resmi hingga buku harian pribadi akan muncul di tahap dokumentasi (Bagong, 2005). Maka dari itu penelitian ini akan mengusung media perekaman foto, arsip yang berkesinambungan terhadap wisata Kampung Lawang Seketeng tersebut guna memenuhi data-data dalam menyusun penelitian ini.



## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Berdasarkan dari topik penelitian yang diangkat, penulis menggunakan cara pengumpulan data yakni dengan metode kualitatif. Menurut Dezin dan Lincoln (2009), tahapan penelitian yang memanifestasikan data deskriptif yang memiliki bentuk rupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati adalah pendekatan kualitatif.

#### **3.2 Unit Analisis**

Unit analisis dari pandangan Hamidi (2005) merupakan unsur yang diteliti yang bisa berupa individu, kelompok, benda atau suatu latar sosial seperti aktivitas individu atau kelompok sebagai subjek yang diteliti. Unit analisis menentukan siapa individu yang terkait untuk penelitian tersebut. Penelitian ini mengungkap unit analisis yang memperkenalkan wisata Kampung Lawang Seketeng yang mengandung nilai sejarah tinggi melalui video promosi dan sebagai media untuk mempromosikan Kampung Lawang Seketeng kepada masyarakat.

Instansi yang terkait demi memenuhi objek penelitian ini adalah Kampung Lawang Seketeng, Darwin, selaku RT setempat Kampung Lawang Seketeng, kemudian dengan Andrie Adikusumo, selaku ketua Kelompok Sadar Wisata Kampung Lawang Seketeng (POKDARWIS) juga selaku pengurus wisata Kampung Lawang Seketeng serta Widji Totok Janurianto, SS, selaku Staff Cagar Budaya Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Surabaya adalah subjek dari penelitian ini untuk mendapatkan data yang tepat mengenai potensi, latar belakang, dan permasalahan yang ada.

Juga dari para responden kuisisioner yang telah disebarakan menjadi subjek dalam penelitian ini sebagai sumber untuk mengumpulkan data mengenai kesadaran masyarakat kota Surabaya terhadap wisata Kampung Lawang Seketeng. Lokasi pada penelitian tersebut yakni di Kampung Lawang Seketeng.

### 3.3 Teknik Pengambilan Data

Teknik pengumpulan data adalah bagian daripada pengumpulan data yang menentukan keikutsertaan dan ketidakikutsertaannya. Jika ditemukan teknik pengumpulan data yang tidak benar, tidak valid dan tidak dapat dipergunakan untuk penelitian yang terkait (Bungin, 2010). Penggunaan teknik pengumpulan data yang akan digunakan untuk pembuatan video berdurasi pendek ini supaya dapat lebih mudah dalam mengetahui lokasi Kampung Lawang Seketeng tersebut melakukan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Kemudian hasil dari data yang diperoleh dapat digunakan untuk mendukung penelitian dan terbukti keasliannya.

Wawancara dilakukan kepada responden yang memegang sebuah informasi nyata dan fakta dari sebuah obyek penelitian. Beberapa responden yang terkait, yakni Darwin, selaku RT setempat Kampung Lawang Seketeng, kemudian dengan Andrie Adikusumo selaku ketua Kelompok Sadar Wisata Kampung Lawang Seketeng (POKDARWIS) juga selaku pengurus wisata Kampung Lawang Seketeng dan Widji Totok Janurianto, SS, selaku Staff bidang Cagar Budaya Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Surabaya. Wawancara mengenai latar belakang, potensi, dan sejarah dari Kampung Lawang Seketeng diajukan untuk memenuhi data yang diperlukan untuk penelitian ini.

Kemudian, tahap Observasi dilakukan agar mendapat pengamatan dan pencatatan secara langsung mengenai keadaan dan suasana di Kampung Lawang Seketeng. Pembagian kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang melibatkan penyampaian serangkaian pertanyaan kepada responden untuk diisi. Dengan menggunakan angket atau kuisisioner, penulis dapat memperoleh data dari banyak orang.

Pada tahap dokumentasi, akan penelitian ini akan meliputi perekaman foto, gambar, serta arsip yang berkesinambungan dengan wisata Kampung Lawang Seketeng tersebut guna memenuhi data-data dalam menyusun penelitian ini.

### **3.4 Analisa Data**

#### **3.4.1 Studi Literatur**

Metode ini dikerahkan sebagai pengambilan data teoritis yang kemudian digunakan sebagai literatur penunjang penelitian. Data ini diperoleh dari buku – buku yang menjadi acuan keterkaitan terhadap masalah yang diteliti.

#### **3.4.2 Reduksi Data**

Hal-hal pokok dipilih agar memfokuskan suatu data pada poin-poin yang penting dan menyingkirkan yang kurang diperlukan adalah reduksi data. Gambaran yang lebih jelas didapati dari hasil pereduksian data, sehingga penulis lebih mudah dalam mengolah data lebih lanjut.

#### **3.4.3 Penyajian Data**

Menyajikan data kepada para pembaca adalah tahap lanjut. Dari reduksi data yang telah dilakukan. Hasil dari penyederhanaan data dapat diorganisir menjadi lebih baik dalam pola yang saling berelasi sehingga para pembaca menjadi mudah memahami data dari penelitian yang dilakukan. Relevansi dalam penyajian data disajikan oleh penulis untuk menghasilkan informasi yang berarti.



#### 3.4.4 Penarikan Kesimpulan

Kesimpulan dapat ditarik dari data yang telah direduksi dan disajikan. Langkah akhir dalam penganalisaan data akan mencapai suatu kata kunci jawaban permasalahan yang diteliti.

#### 3.5 Teknik Pemeriksaan Pengabsahan Data

Teknik pemeriksaan pengabsahan data menggunakan proses triangulasi data agar membangun legitimasi data-data yang terkait. Memperkenalkan data yang berasal dari kumpulan sumber informasi ataupun perspektif dari partisipan, proses ini bertujuan agar menaikkan kenyataan sekaligus menguatkan validitas studi (Creswell & Creswell, 2017). Hal ini dilakukan demi menipiskan bias pada pengumpulan data penelitian yang dilakukan melalui proses triangulasi.

Metode wawancara dilakukan oleh penulis terhadap beberapa partisipan, yaitu kepada Ketua Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS) Kampung Lawang Seketeng dan Ketua RT setempat serta Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Surabaya seksi Cagar Budaya. Partisipan diwawancara dengan jumlah yang lebih dari 1 orang dan terdapat kriteria yang harus dipenuhi. Hal ini bertujuan dalam mendapatkan data yang lebih valid. Penulis juga melakukan observasi secara langsung sebagai tindakan cross check atau pengecekan kembali terhadap data yang telah didapatkan dan melakukan analisis dokumen dengan dari sumber yang terpercaya, seperti Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Surabaya seksi Cagar Budaya, serta membaca dan menelaah dengan teliti. Hal ini dilakukan agar penulis dapat mengkonfirmasi kebenaran informasi atau data, memahami secara mendalam dan tidak salah dalam mengartikan informasi yang diperolehnya.

## BAB IV

### HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 4.1 Hasil Kumpulan Data

##### 4.1.1 Hasil Observasi

Observasi yang dilakukan pada 20 November 2021 pada wisata Kampung Lawang Seketeng dipandu oleh Andrie Adikusumo selaku Ketua Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS) dari Kampung Lawang Seketeng. Keadaan lokasi sudah baik dan terawat, dimana jalanan kampung yang bersih dari sampah dan menggunakan *paving block* yang rapi membuat wisatawan dapat berjalan keliling dengan nyaman. Untuk lahan parkir kendaraan pengunjung juga cukup lega, dimana pengunjung yang mengendarai mobil dapat memarkirkan kendaraannya langsung di depan daerah gang-gang Lawang Seketeng, untuk pengendara sepeda motor dan sepeda kayu bisa langsung membawa masuk kendaraannya kedalam gang-gang Lawang Seketeng dengan menuntun kendaraannya. Pengunjung rata-rata adalah para pesepeda pagi dan sore yang beragam dari anak-anak hingga orang dewasa. Beberapa hasil observasi langsung pada Kampung Lawang Seketeng adalah sebagai berikut.

1. Masih kurangnya *Environmental Graphic Design* (EGD) pada lokasi wisata.
2. Merupakan kampung tua yang terletak di jantung kota Surabaya.
3. Kampung Lawang Seketeng memiliki bangunan dan beragam benda bersejarah, serta rumah masa kecil Bung Karno.
4. Adanya UKM warga setempat yang memiliki potensi sebagai wisata jajanan dan kuliner di Kampung Lawang Seketeng.
5. Sumur tua yang terbuat dari batu andesit yang diyakini sudah ada sejak zaman kerajaan Majapahit, karena batu andesit adalah batu yang sama yang digunakan candi-candi peninggalan Majapahit. Airnya jernih dan dapat langsung diminum atau digunakan untuk membasuh tangan.
6. Rumah Puing yang merupakan rumah berarsitektur peninggalan masa kolonial.
7. Pipa saluran air sebagai pembuangan dari rumah-rumah warga berbahan terakota yang dibangun sekitar tahun 1920-an oleh Belanda.

8. Kampung Lawang Seketeng memiliki Langgar Dukur Kayu yang menjadi salah satu wisata religi sejarah yang ada di Kampung Lawang Seketeng.
9. Adanya pesarehan-pesarehan leluhur seperti Makam Mbah Pitono, beliau adalah guru ngaji Bung Karno semasa kecilnya.
10. Sebagian besar situs bersejarah Kampung Lawang Seketeng masih terawat, hanya saja ada beberapa situs yang dipugar oleh warga setempat sehingga ada yang sudah menjadi rumah warga dan beberapa pesarehan yang sudah dikeramik sehingga estetika sejarahnya sedikit berkurang.

#### 4.1.2 Hasil Wawancara

Hasil didapatkan dari wawancara secara lisan kepada sumber agar memperoleh data yang dapat membantu peneliti dalam mencari permasalahan yang sedang diteliti dalam memenuhi proses perancangan Tugas Akhir. Wawancara pertama dilakukan kepada Darwin selaku Ketua RT 6, Darwin memaparkan mengenai potensi wisata pada Kampung Lawang Seketeng yang adalah kampung tua penuh nilai sejarah dan UKM kuliner warga setempat yang menjadi variasi objek wisata. Wawancara kedua dilakukan kepada Andrie Adikusumo selaku Ketua Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS) Kampung Lawang Seketeng. Andrie menjelaskan mengenai latar belakang sejarah Kampung Lawang Seketeng yang merupakan salah satu kampung tertua di Surabaya, sejarah dari bangunan-bangunan juga benda-benda peninggalan yang ada disana.

Filosofi dari bangunan seperti Rumah Puing yang adalah rumah peninggalan bangsa Belanda yang masih memiliki estetika zaman kolonial dan diyakini warga setempat mengandung hal mistis apabila yang mengunjungi lokasi Rumah Puing memiliki darah keturunan Belanda, mereka akan merasakan panas dan pusing. Kemudian sumur tua yang memiliki susunan dari batu andesit yang biasa ditemui pada candi-candi peninggalan Majapahit dan memiliki air yang layak konsumsi. Rumah tinggal masa kecil Bung Karno yang pintunya masih terawat dan ada penyangga atap dari besi tua yang bernuansa jawa berlokasi di Lawang Seketeng gang IV. Makam Syekh Zen Zaini Assegaf yang sudah ada sebelum kampung ini berdiri, berada didalam rumah warga yang membantu dalam merawat dan menjaga

makam tersebut. Pipa saluran air sebagai pembuangan dari rumah-rumah warga berbahan terakota yang dibangun sekitar tahun 1920-an oleh Belanda. Langgar Dukur yang sudah berdiri di gang Ponten sejak 127 tahun yang lalu, berpondasikan batu dan kayu sebagai penopang bangunan, memiliki engsel gembok dari zaman kolonial, dan benda peninggalan didalamnya seperti Al-Quran yang ditulis tangan, tombak, keris, serta diyakini sebagai tempat mengaji Bung Karno semasa kecil serta menjadi tempat HOS Cokroaminoto dan para tokoh bangsa lainnya berunding pada waktu kolonial Belanda. Tarif masuk ke lokasi wisata ini adalah Rp15.000,- per orangnya yang akan dialokasikan dananya kepada kas setempat. Andrie juga memaparkan tentang kurangnya kesadaran wisatawan, terutama wisatawan lokal yang masih belum sadar mengenai wisata di Kampung Lawang Seketeng yang mengandung banyak nilai sejarah.

Beliau juga menegaskan dengan sadarnya kita terhadap sejarah, kita bisa menyadari nilai-nilai kehidupan yang dapat dipetik dari sejarah sehingga kita bisa menjadi manusia yang lebih baik. Wawancara ketiga dilakukan bersama dengan Widji Totok Janurianto, SS, selaku Staff bidang Cagar Budaya Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Surabaya didapati tentang Kampung Lawang Seketeng yang termasuk sebagai situs cagar budaya Lawang Sekheteng, Jagalan Pandeyan yang tertulis pada Surat Keputusan Walikotamadya Kepala Daerah Tingkat II Surabaya nomor 188.45/004/402.1.04/1998. Tertulis pada surat keputusan tersebut, situs cagar budaya Lawang Sekheteng merupakan salah satu kediaman Raja Whisnu Wardana pada abad XIII. Kemudian pada abad XVII-XVIII, keratonnya mengalami kejatuhan melawan Adipati Jaya.

### 4.1.3 Hasil Dokumentasi



Gambar 4.1 Rumah Puing

Hasil dokumentasi dari Rumah Puing Setelah Wawancara dengan Andrie Adikusumo. Menunjukkan pilar-pilar dan tembok bangunan yang sudah menjadi puing-puing.



Gambar 4.2 Suasana Ruangan di dalam Langgar Dukur

Penampakan dari Suasana Ruangan di dalam Langgar Dukur. Tembok kayu yang masih terjaga, barang-barang antik yang terdapat dalam langgar membuat suasana *heritage* dari zaman dulu masih terasa.



Gambar 4.3 Adalah foto asli dari Bung Karno dan Keris  
Penampakan Foto asli dari Bung Karno dan Keris peninggalan beliau masih tersimpan di salah satu rumah warga dari Kampung Lawang Seketeng.



Gambar 4.4 Pipa Air Terakota

Dokumentasi dari Pipa Air Terakota yang dibuat oleh Belanda sebagai alat untuk mengalirkan air bersih.



Gambar 4.5 Sumur Majapahit

Sumur Tua peninggalan dari Zaman Majapahit yang airnya masih dikonsumsi oleh warga Kampung Lawang Seketeng.



Gambar 4.6 Kotak Penyimpanan Barang dan Gembok Buatan Belanda

Kotak Penyimpanan Barang dan Gembok Buatan Belanda yang menyimpan berbagai dokumen zaman kolonial dan beberapa keris.



Gambar 4.7 Stempel Hologram Pada Al-Quran yang Ditulis Tangan  
Stempel hologram pada Al-Quran yang ditulis tangan ini dibubuhkan pada Al-Quran tua yang tersimpan di dalam Langgar Dukur Kayu.

#### 4.1.4 Hasil Studi Literatur

Studi literatur yang diperoleh dari Surat Keputusan Walikotamadya Kepala Daerah Tingkat II Surabaya nomor 188.45/004/402.1.04/1998. Tertulis pada surat keputusan tersebut, Kampung Lawang Seketeng termasuk dalam lingkupan situs cagar budaya “Lawang Sekheteng” yang pada abad ke XIII berdiri salah satu kediaman dari Raja Whisnu Wardana. Kemudian keratonnya mengalami kejatuhan melawan Adipati Jaya pada abad XVII-XVIII. Kemudian dari Novi Kumala (2020), pada jurnalnya yang berjudul Perancangan Video Promosi Perahu Wisata di Pantai Penimbangan, Singaraja, Bali, video promosi merupakan salah satu cara untuk menyampaikan iklan agar mudah dipahami oleh banyak orang. Video promosi juga dapat menjadi acuan dalam kegiatan promosi tempat wisata dan menarik banyak pengunjung.

Berdasarkan dari hasil wawancara, observasi, serta literatur yang diperoleh, maka perlu adanya solusi sebagai pemecah masalah yang dihadapi, yaitu melalui video promosi Kampung Lawang Seketeng yang mengangkat nilai-nilai sejarah yang ada agar *audiens* dapat menikmati dan menarik lebih banyak wisatawan untuk berkunjung ke Kampung Lawang Seketeng.



## 4.2 Hasil Analisis Data

### 4.2.1 Hasil Reduksi Data

Data yang didapatkan oleh penulis melalui berbagai proses pengumpulan data akan direduksi untuk mendapatkan nilai utama dari hasil data tersebut.

#### 1. Observasi

- a. Kampung Lawang Seketeng merupakan salah satu kampung tertua yang berlokasi di jantung kota Surabaya, tepatnya pada Kelurahan Peneleh.
- b. Kampung Lawang Seketeng memiliki banyak bangunan bersejarah dan benda-benda peninggalan sejarah yang masih terawat dengan baik.
- c. Akses masuk wisata yang mudah dan dapat melalui berbagai gang Lawang Seketeng mulai dari gang I hingga gang IV.

#### 2. Wawancara

Dari hasil wawancara yang diperoleh, potensi wisata pada Kampung Lawang Seketeng yang penuh nilai sejarah dan ada beberapa UKM kuliner warga setempat yang menjadi variasi objek wisata. Kemudian mengenai latar belakang sejarah Kampung Lawang Seketeng, usia rata-rata dari pengunjung yakni usia pelajar SMP hingga usia bekerja, sejarah dari bangunan serta benda-benda peninggalan yang ada disana beserta filosofi yang terkandung. Juga menjelaskan mengenai peresmian dan situs yang menaungi Kampung Lawang Seketeng dan beberapa sejarah mengenai situs tersebut.

#### 3. Dokumentasi

Data dokumentasi didapat sewaktu melakukan observasi secara langsung untuk mengetahui kondisi lokasi setempat dan arsitektur bangunan bersejarah di Kampung Lawang Seketeng.

#### 4. Studi Literatur

Studi literatur di dapat dari Surat Keputusan Walikotamadya Kepala Daerah Tingkat II Surabaya nomor 188.45/004/402.1.04/1998. Tertulis pada surat keputusan tersebut, Kampung Lawang Seketeng termasuk dalam lingkupan situs cagar budaya “Lawang Sekheteng” sehingga diperoleh data mengenai penyampaian informasi yang sangat membantu dalam tentang kebudayaan dan kehidupan dari Kampung Lawang Seketeng.

#### 4.2.2 Penyajian Data

Data yang dipaparkan seperti observasi, wawancara, dokumentasi, serta studi literatur telah direduksi. Maka, data yang diperoleh adalah sebagai berikut.

1. Kampung Lawang Seketeng merupakan salah satu kampung tertua yang ada di Surabaya. Berlokasi di kelurahan Peneleh, kampung ini termasuk berada di jantung kota Surabaya. Memiliki banyak bangunan bersejarah, yakni Rumah Puing yang merupakan rumah berarsitektur peninggalan masa kolonial. Sumur tua yang memiliki susunan dari batu andesit yang biasa ditemui pada candi-candi peninggalan Majapahit dan memiliki air yang layak konsumsi. Rumah tinggal masa kecil Bung Karno yang pintunya masih terawat dan ada penyangga atap dari besi tua yang bernuansa jawa berlokasi di Lawang Seketeng gang IV. Makam Syekh Zen Zaini Assegaf yang sudah ada sebelum kampung ini berdiri, berada didalam rumah warga yang membantu dalam merawat dan menjaga makam tersebut. Pipa saluran air sebagai pembuangan dari rumah-rumah warga berbahan terakota yang dibangun sekitar tahun 1920-an oleh Belanda. Langgar Dukur di gang Ponten sejak 127 tahun yang lalu, berpondasikan batu dan kayu sebagai penopang, memiliki engsel gembok zaman kolonial, dan benda peninggalan didalamnya seperti Al-Quran yang ditulis tangan, tombak, keris, serta diyakini sebagai tempat mengaji Bung Karno semasa kecil serta menjadi tempat HOS Cokroaminoto dan para tokoh bangsa lainnya berunding pada waktu kolonial Belanda.
2. Bangunan bersejarah di Kampung Lawang Seketeng masih terawat dengan baik
3. Akses serta jalan tempat wisata sudah sangat mendukung untuk para wisatawan berkeliling di lokasi setempat.
4. Pengunjung dapat mengakses lokasi wisata melalui gang I hingga gang IV yang semuanya dapat tembus satu dengan lainnya.

### 4.2.3 Kesimpulan

Berdasarkan pengamatan secara langsung dan pengumpulan serta analisis data, kemudian mereduksi dan menyajikan data yang terkait, maka diperoleh kesimpulan bahwa Kampung Lawang Seketeng ini merupakan kampung yang penuh sejarah, terletak pada jantung kota Surabaya, yakni kelurahan Peneleh. Banyak bangunan tua yang masih berdiri dan beberapa diantaranya dapat dimasuki oleh para wisatawan. Usia rata-rata dari pengunjung yakni usia pelajar SMP (13 tahun, menurut Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia No. 1 tahun 2021 tentang Penerimaan Peserta Didik Baru pada TK, SD, SMP, SMA, dan SMK) hingga usia bekerja (maksimal 65 tahun, menurut PP No. 45 tahun 2015 tentang PPJP Penyelenggaraan Program Jaminan Pensiun). Akses masuk dan fasilitas yang sudah ditata oleh pemerintah kota bersama dengan warga setempat membuat wisatawan dapat berkeliling lokasi wisata dengan nyaman.

Pengunjung yang datang ke lokasi wisata masih sangat sedikit serta lokasi wisata yang masih jarang diketahui oleh masyarakat disebabkan oleh promosi yang masih kurang. Oleh karena itu, diperlukan adanya pembuatan video promosi yang menunjang wisatawan agar mengetahui Kampung Lawang Seketeng khususnya sejarah-sejarah yang terkandung didalamnya.

## 4.3 Konsep

### 4.3.1 *Segmentation, Targeting, Positioning* (STP)

#### 1. *Segmentation*

##### a. Demografis

- Usia : 13-65 Tahun (Remaja-Dewasa)
- Jenis Kelamin : Pria dan Wanita
- Status Perkawinan : Belum dan Sudah Menikah
- Kelas Sosial : Menengah Kebawah hingga Atas
- Pendidikan : SMP-Sarjana
- Profesi : Siswa, Mahasiswa, dan Pekerja

b. Psikografis

Orang dari berbagai kelas sosial atau remaja hingga dewasa yang memiliki ketertarikan untuk belajar sejarah ataupun berwisata.

c. Geografis

- Negara : Indonesia
- Cakupan Wilayah : Kota besar/kabupaten

2. *Targeting*

Target wisatawan untuk Kampung Lawang Seketeng adalah yang berusia 15-45 tahun, pria ataupun wanita, berasal dari kalangan menengah kebawah hingga atas, belum atau sudah menikah, yang senang untuk berwisata santai baik sendiri maupun bersama keluarga dan teman dan menyukai wisata edukasi dan sejarah.

3. *Positioning*

Kampung Lawang Seketeng diposisikan sebagai destinasi wisata kota yang kaya akan nilai-nilai sejarah. Memiliki banyak bangunan bersejarah yang terawat dengan baik membuat Kampung Lawang Seketeng bisa menjadi destinasi wisata edukasi sejarah kota Surabaya.

**4.3.2 *Unique Selling Proposition (USP)***

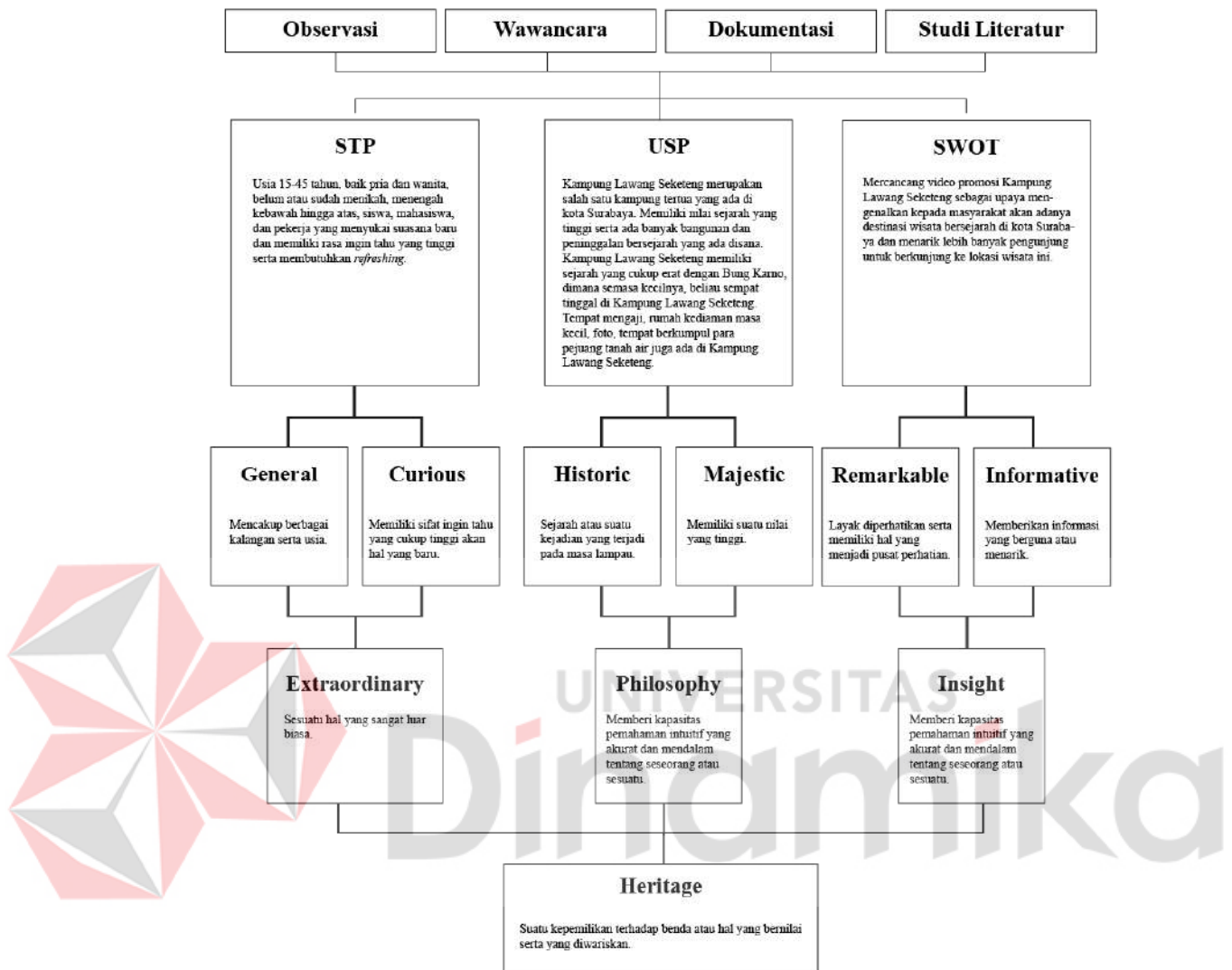
USP termasuk salah satu poin penting yang berfungsi menunjukkan sebuah keunikan agar menjadi pembeda dari yang lainnya dan membuat suatu *statement* tersendiri. Kampung Lawang Seketeng memiliki *Unique Selling Proposition (USP)* pada bangunan bersejarahnya yang mayoritas ada kaitan dengan Bung Karno semasa kecilnya.

### 4.3.3 Analisis *Strength, Weakness, Opportunity, Threats* (SWOT)

<b>Internal</b>          <b>Eksternal</b>	<b>Strength</b>	<b>Weakness</b>
	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Memiliki nilai sejarah yang tinggi.</li> <li>2. Bangunan bersejarah masih terawat.</li> <li>3. Tarif masuk terjangkau.</li> <li>4. Cocok untuk wisata edukasi sejarah dan wisata santai.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kurangnya petunjuk lokasi setempat (EGD).</li> <li>2. Tempat wisata yang masih kurang promosi.</li> <li>3. Banyak orang masih belum tahu tentang Kampung Lawang Seketeng.</li> </ol>
<b>Opportunity</b>	<b>S-O</b>	<b>W-O</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Banyaknya nilai sejarah dapat menjadi pengembangan wisata edukasi.</li> <li>2. Dapat menjadi salah satu wisata sejarah yang cukup lengkap situs-situs di kota Surabaya.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mempromosikan Kampung Lawang Seketeng sebagai destinasi wisata bersejarah kota Surabaya.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Merancang video promosi agar dikenal masyarakat lebih lagi.</li> <li>2. Membentuk Environmental Graphic Desain untuk membantu wisatawan dalam berkeliling di lokasi.</li> </ol>
<b>Threat</b>	<b>S-T</b>	<b>W-T</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bangunan bersejarah yang rawan terjadinya kerusakan.</li> <li>2. Jumlah pengunjung yang belum stabil.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Saling menjaga lingkungan sekitar Kampung Lawang Seketeng agar tetap terjaga situs-situs sejarahnya.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Merancang video promosi agar Kampung Lawang Seketeng dikenal dan dikelola dengan baik karena memiliki nilai sejarah dan harus dilestarikan.</li> </ol>
<b>STRATEGI UTAMA</b>		
Pembentukan media yang membantu dalam mempromosikan Kampung Lawang Seketeng sebagai wisata bersejarah kota Surabaya, yakni melalui videografi yang dapat menarik minat masyarakat untuk berkunjung.		

Gambar 4.8 *Strength, Weakness, Opportunity, Threats*

#### 4.3.4 Key Communication Message



Gambar 4.9 Key Communication Message

#### 4.3.5 Penjelasan Konsep

Perancangan video promosi Kampung Lawang Seketeng mengangkat tema “Heritage”. Garis besar konsep ini bertujuan mengangkat sejarah pada Kampung Lawang Seketeng yang telah diwariskan kepada generasi kita dengan teknik *cinematic* dalam pengambilan gambarnya. Berfokus pada sejarah bangunan serta benda-benda peninggalan yang terdapat pada Kampung Lawang Seketeng yang

memiliki nilai sejarah tinggi seperti kehidupan masa kecil Bung Karno dan warisan dari masa lampau para pejuang serta kehidupan masyarakatnya pada masa lampau.

Iringan musik instrumental dipilih sebagai penghantar dalam video ini. Warna yang diimplementasikan pada video ini adalah warna palet *earth tone* yang membangun suasana historis serta warna *natural*. *Earth tone* juga dapat memberikan atmosfer suasana yang *nature-friendly*, sederhana, dan *welcoming*.

#### **4.4 Reka Cipta Karya**

##### **4.4.1 Sasaran Kreatif**


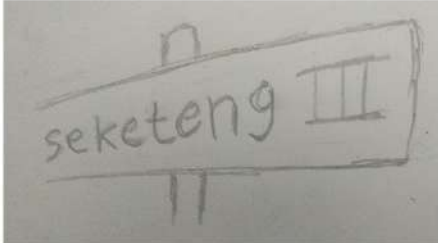
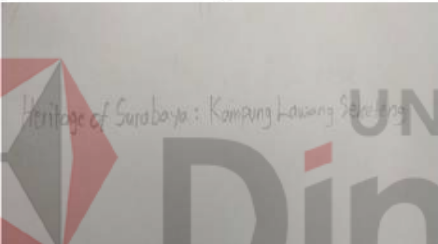
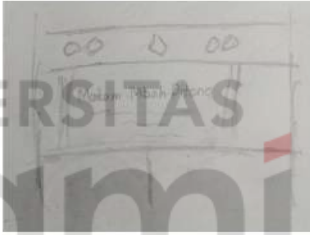


Melalui *keyword* “*Heritage*” yang diadaptasi dari hasil analisis SWOT, USP, STP, perancangan video akan memaparkan seputar sejarah yang ada pada wisata Kampung Lawang Seketeng. Dari tiap situs bersejarah yang ada pada Kampung Lawang Seketeng akan dimuat dalam video promosi agar *audiens* dapat menikmati dan menarik lebih pengunjung.

Dengan adanya video promosi, maka akan membantu wisata Kampung Lawang Seketeng untuk lebih eksis lagi sebagai salah satu pilihan destinasi wisata terkhusus wisata sejarah untuk kota Surabaya.

##### **4.4.2 Sinopsis**

Salah satu kampung yang tertua di kota Pahlawan dan memiliki banyak sejarah yang berkaitan dengan para pejuang tanah air serta tempat masa kecil Bung Karno tinggal, Kampung Lawang Seketeng. Mengenalkan tentang sejarah dari peninggalan-peninggalan yang ada seperti bangunan dan benda bersejarah yang masih terawat. Wisata ini juga dapat menjadi tempat untuk edukasi dan *refreshing* sejenak dari hiruk pikuk kota Surabaya.

### 4.4.3 Storyboard

<b>Project:</b> Heritage of Surabaya: Kampung Lawang Seketeng		<b>Page</b> 01
Scene: Opening      Set: Kampung Lawang Seketeng	Scene: Opening      Set: Kampung Lawang Seketeng	
		
Teknik: Frog angle, Close-up shot Camera: Sony A6000 Durasi: 5 detik Uraian: Opening shot dedaunan pohon	Teknik: Frog angle, Panning shot Camera: Sony A6000 Durasi: 10 detik Uraian: Opening shot sekitar Kampung Lawang Seketeng	
<b>Project:</b> Heritage of Surabaya: Kampung Lawang Seketeng		<b>Page</b> 02
Scene: Opening      Set: -	Scene: 1      Set: Makam Mbah Pitono	
		
Teknik: - Camera: - Durasi: 7 detik Uraian: Opening judul	Teknik: Tilt down, Close-up shot Camera: Sony A6000 Durasi: 4 detik Uraian: Menampilkan situs pertama, makam Mbah Pitono guru ngaji Bung Karno.	
<b>Project:</b> Heritage of Surabaya: Kampung Lawang Seketeng		<b>Page</b> 03
Scene: 2      Set: Makam Mbah Pitono	Scene: 3      Set: Rumah Lama Bung Karno	
		
Teknik: Panning, Close-up shot Camera: Sony A6000 Durasi: 20 detik Uraian: Menjelaskan tentang Makam Mbah Pitono	Teknik: Tilt down, Close-up shot Camera: Sony A6000 Durasi: 7 detik Uraian: Menampilkan pintu rumah Bung Karno semasa kecil.	

Gambar 4.10 Storyboard 1

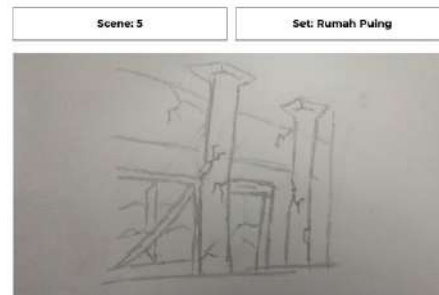


**Project:**  
Heritage of Surabaya: Kampung Lawang Seketeng

**Page**  
04



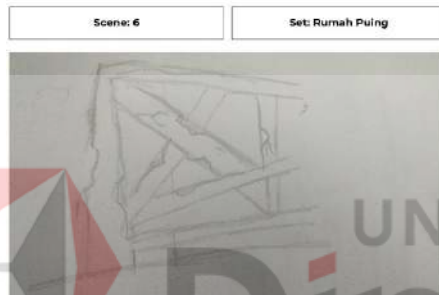
Teknik: Panning, Medium shot  
Camera: Sony A6000  
Durasi: 7 detik  
Uraian: Rumah masa kecil Bung Karno



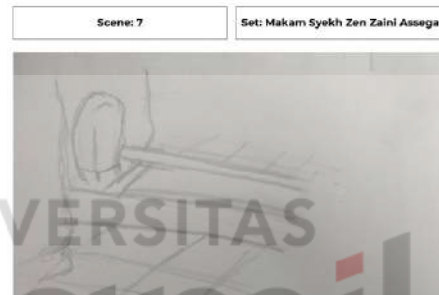
Teknik: Panning, Medium shot  
Camera: Sony A6000  
Durasi: 10 detik  
Uraian: Menampilkan Rumah Puing.

**Project:**  
Heritage of Surabaya: Kampung Lawang Seketeng

**Page**  
05



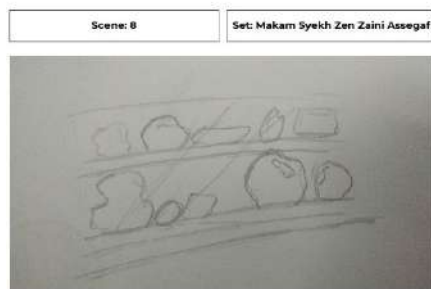
Teknik: Panning, Extreme close-up shot, Medium shot  
Camera: Sony A6000  
Durasi: 25 detik  
Uraian: Menjelaskan tentang Rumah Puing dan detail shot



Teknik: Panning, Close-up shot, Medium shot  
Camera: Sony A6000  
Durasi: 15 detik  
Uraian: Makam dari Syekh Zen Zaini Assegaf

**Project:**  
Heritage of Surabaya: Kampung Lawang Seketeng

**Page**  
06



Teknik: Panning, Extreme close-up shot, Close-up shot, Medium shot  
Camera: Sony A6000  
Durasi: 10 detik  
Uraian: Benda peninggalan didekat Makam Syekh Zen Zaini Assegaf dan detail shot

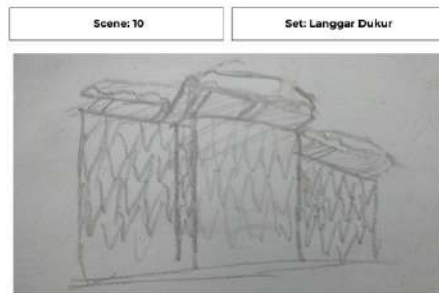


Teknik: Panning, Medium shot  
Camera: Sony A6000  
Durasi: 6 detik  
Uraian: Papan jalan gang ponten

Gambar 4.11 *Storyboard 2*

**Project:**  
Heritage of Surabaya: Kampung Lawang Seketeng

**Page**  
07



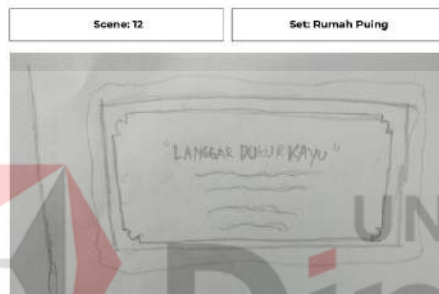
Teknik: Panning, Medium shot  
Camera: Sony A6000  
Durasi: 20 detik  
Uraian: Menjelaskan tentang Rumah Puing dan detail shot



Teknik: Tilt down, Close-up shot  
Camera: Sony A6000  
Durasi: 13 detik  
Uraian: Tangga dari Langgar Dukur

**Project:**  
Heritage of Surabaya: Kampung Lawang Seketeng

**Page**  
08



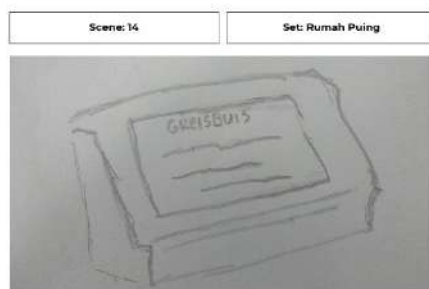
Teknik: Panning, Extreme close-up shot, Medium shot  
Camera: Sony A6000  
Durasi: 5 detik  
Uraian: Plakat Langgar Dukur



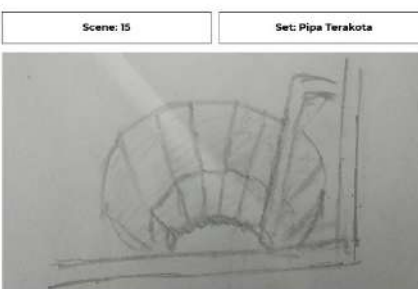
Teknik: Panning, Close-up shot  
Camera: Sony A6000  
Durasi: 7 detik  
Uraian: Pipa saluran air berbahan terakota

**Project:**  
Heritage of Surabaya: Kampung Lawang Seketeng

**Page**  
08



Teknik: Panning, Extreme close-up shot, Medium shot  
Camera: Sony A6000  
Durasi: 5 detik  
Uraian: Plakat bertuliskan penjelasan tentang Pipa Terakota



Teknik: Panning, Close-up shot  
Camera: Sony A6000  
Durasi: 15 detik  
Uraian: Sumur tua tersusun dari batu andesit

Gambar 4.12 Storyboard 3

#### 4.4.4 Pengambilan Visual

Visual yang diambil berlokasi pada Kampung Lawang Seketeng. Observasi, wawancara, serta dokumentasi dilakukan agar mendapatkan hasil yang maksimal. Ditemani Ketua Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS) Kampung Lawang Seketeng, Andrie Adikusumo sewaktu pengambilan visual agar tidak sembarangan mengambil pada tempat-tempat tertentu. Juga mendapat arahan mengenai *angle* yang baik untuk tempat-tempat tertentu yang ada di Kampung Lawang Seketeng.

#### 4.4.5 Tipografi

Tipografi yang dipilih sebagai pendukung dalam video adalah *font family* yang berjenis *sans serif*, Montserrat dan *font family* yang berjenis *serif*, Libre Baskerville. *Font* ini memiliki visual yang tidak terlalu menonjol dan minimalis sesuai dengan konsep *heritage* yang sederhana dan tetap memiliki visibilitas yang jelas dan tingkat keterbacaan tulisan yang baik yang diusung pada perancangan ini.



UNIVERSITAS  
Bina Nusantara

ABCDEFGHIJKLMN  
OPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnop  
qrstuvwxyz  
0123456879

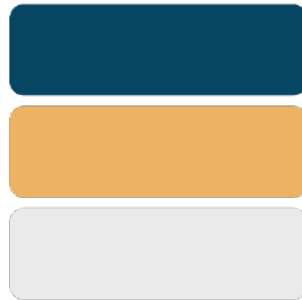
Gambar 4.13 Alfabet Dari *font* Montserrat

ABCDEFGHIJKLM  
NOPQRSTUVWXYZ  
YZ  
abcdefghijklmnop

Gambar 4.14 Alfabet Dari *font* Libre Baskerville

#### 4.4.6 Warna

Penggunaan warna biru, kuning, dan putih *earth tone* yang mewakili konsep *heritage* dapat membangun suasana historis serta warna natural. *Earth tone* juga dapat memberikan atmosfer suasana yang *nature-friendly*, sederhana, dan *welcoming* yang sama seperti suasana di Kampung Lawang Seketeng.



Gambar 4.15 *Earth Tone Color Palette*

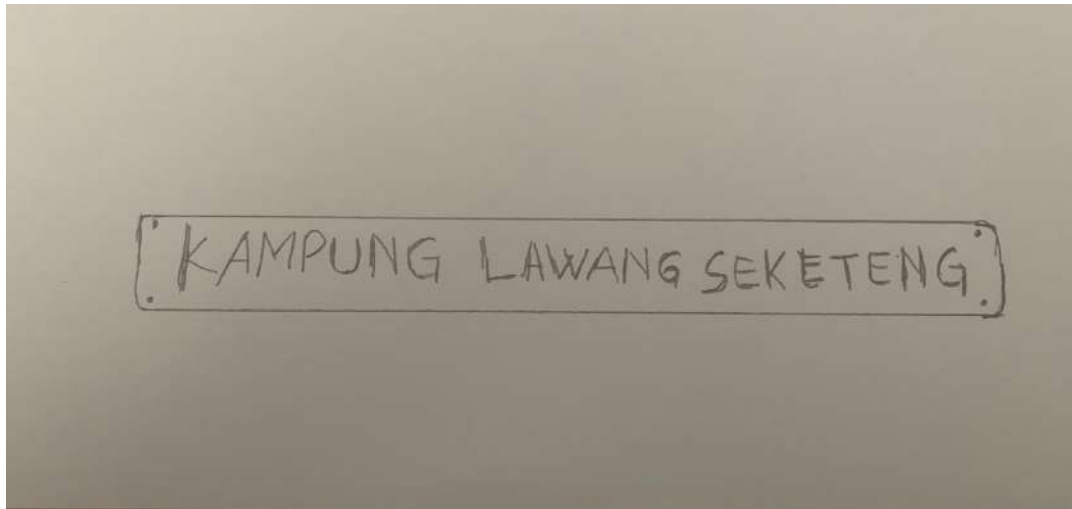
#### 4.4.7 *Editing Process*

Program yang digunakan untuk mendukung *editing process* pada video ini adalah Davinci Resolve Studio 18 dengan susunan format 1920 x 1080 piksel dan 24 fps.

#### 4.5 Rancangan Media Pendukung

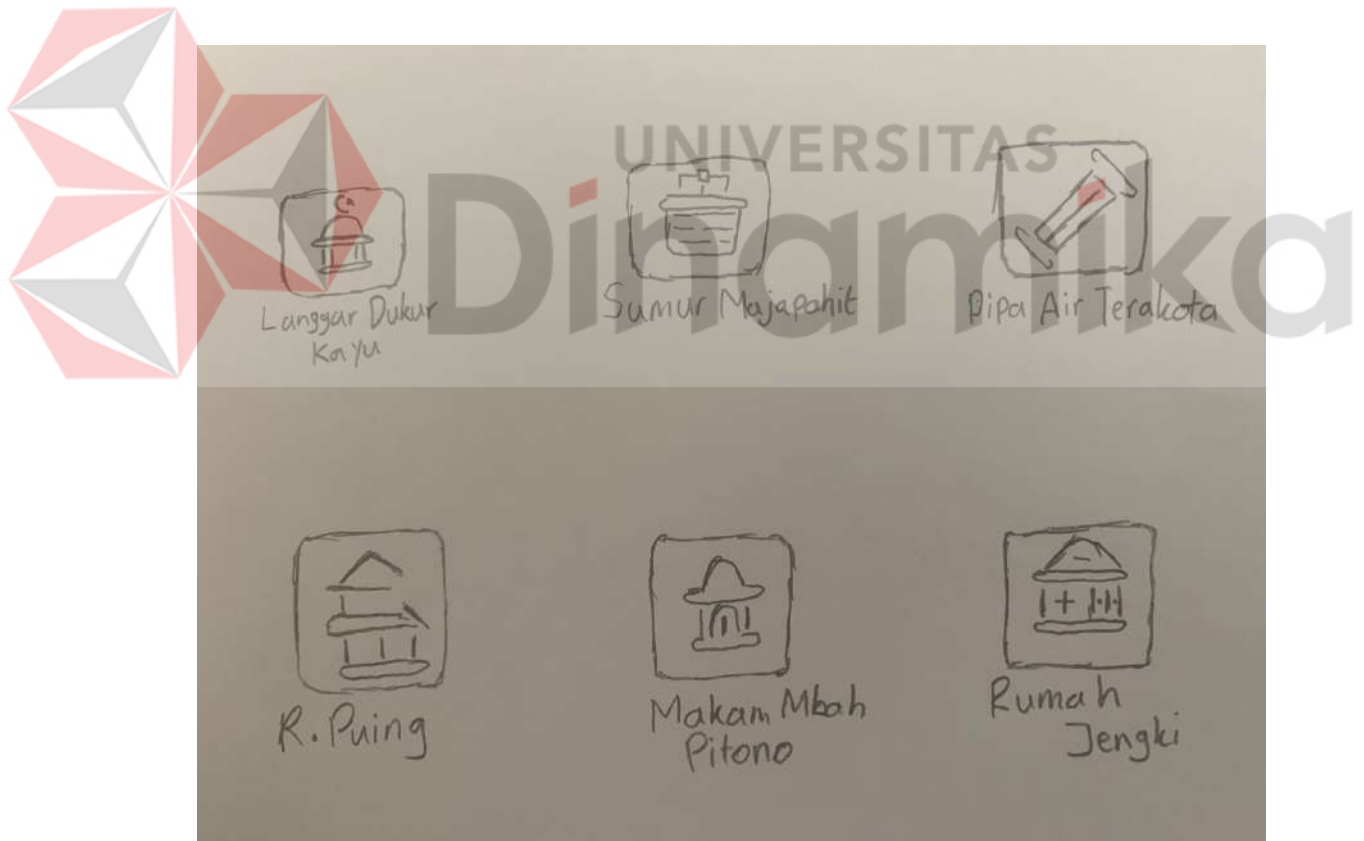
Media pendukung dari penelitian ini ialah *Environmental Graphic Design* (EGD). Dari hasil observasi langsung di Kampung Lawang Seketeng, kurangnya *signage* mengenai situs-situs yang ada disana membuat wisatawan sulit untuk mengenali bangunan apa yang sedang mereka lihat. Keberadaan dari *Environmental Graphic Design* dapat membantu untuk menunjukkan dengan jelas situs-situs bangunan peninggalan yang ada di Kampung Lawang Seketeng.

#### 4.5.1 Sketsa *Environmental Graphic Design*



Gambar 4.16 Sketsa *Environmental Graphic Design*

Kampung Lawang Seketeng



Gambar 4.17 Sketsa *Environmental Graphic Design*

Kampung Lawang Seketeng

#### 4.5.2 *Environmental Graphic Design*



Gambar 4.18 *Environmental Graphic Design* Utama dari Kampung Lawang Seketeng



Gambar 4.19 *Environmental Graphic Design* 1



Gambar 4.20 *Environmental Graphic Design 2*



Gambar 4.21 *Environmental Graphic Design 3*



Gambar 4.22 *Environmental Graphic Design 4*



Gambar 4.23 *Environmental Graphic Design 5*



Gambar 4.24 *Environmental Graphic Design 6*







Gambar 4.25 *Environmental Graphic Design 7*



Gambar 4.26 *Environmental Graphic Design 8*

### 4.5.3 Slideshow Foto



Gambar 4.27 *Slideshow Foto 1*



Gambar 4.28 *Slideshow Foto 2*



Gambar 4.29 Slideshow Foto 3

#### 4.6 Hasil Karya Utama



Gambar 4.30 Scene 1

Scene 1 mencitrakan suasana siang hari berlatar belakang ranting yang bergoyang terkena angin dan awan yang bergerak serta langit biru.



Gambar 4.31 Scene 2

Scene 2 memperlihatkan suasana bangunan dan nama jalan di sekitar Kampung Lawang Seketeng.



Gambar 4.32 Scene 3

Scene 3 Ketua Pokdarwis Kampung Lawang Seketeng, Andrie Adikusumo sedang menjelaskan bahwa Kampung Lawang Seketeng ini adalah perkampungan yang ada di kota Surabaya.



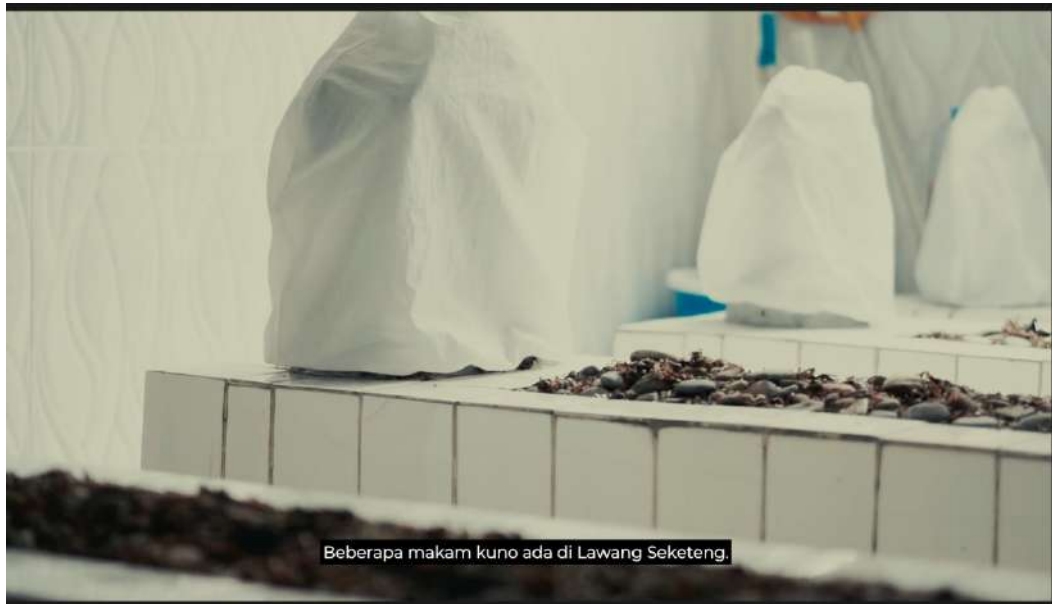
Gambar 4.33 Scene 4

Scene 4 menunjukkan kenampakan dari Rumah Kayu dan Makam Mbah Pitono.



Gambar 4.34 Scene 5

Scene 5 tampak luar dan dalam dari Langgar Dukur Kayu yang masih terawat dan sudah berusia 127 tahun.



Gambar 4.35 Scene 6

Scene 6 menunjukkan beberapa makam kuno yang ada di Kampung Lawang Seketeng.



Gambar 4.36 Scene 7

Scene 7 menampilkan Terakota, pipa air yang digunakan warga sekitar pada zaman pemerintahan kolonial Belanda.



Gambar 4.37 Scene 8

Scene 8 adalah tampak dari Sumur Majapahit yang sudah ada sejak zaman pemerintahan Majapahit dan airnya masih dikonsumsi hingga saat ini.



Gambar 4.38 Scene 9

Scene 9 menampilkan tulisan tangan dari ayat doa umat Muslim yang ditempel di dinding Langgar Dukur Kayu dan kotak penyimpanan Langgar Dukur Kayu.



Gambar 4.39 Scene 10

Scene 10 yang menunjukkan mural dari guru ngaji dan muridnya yang ada di Kampung Lawang Seketeng gang 3.



Gambar 4.40 Scene 11

Scene 11 menampilkan Ketua Pokdarwis Kampung Lawang Seketeng, Andrie Adikusumo yang juga menjadi pemandu wisatawan yang berkunjung ke Kampung Lawang Seketeng.



Gambar 4.41 Scene 12

Scene 11 menunjukkan Al-Quran yang ditulis tangan dan sudah ada sebelum era kolonial Belanda.



Gambar 4.42 Scene 13

Scene 13 menampilkan foto asli dari Bung Karno dan Keris. Berada di dalam Rumah Kayu.





Gambar 4.43 Scene 14

Scene 14 adalah scene untuk *closing bumper* dari video Kampung Lawang Seketeng, Heritage of Surabaya.



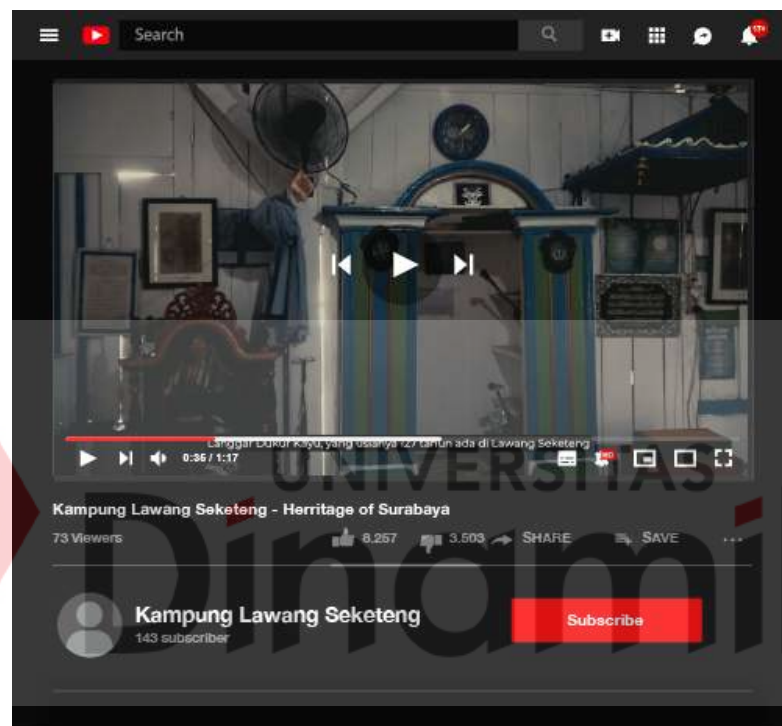
UNIVERSITAS  
Dinamika

#### 4.7 Hasil Implementasi Media

Rancangan yang sudah dibuat untuk penelitian ini diimplementasikan ke dalam media cetak maupun digital seperti berikut:

##### 1. Media Utama

Rancangan media utama adalah berbentuk video. Media utama ini adalah video promosi dari Kampung Lawang Seketeng. Tampilan dari media utama yang sudah terunggah ke media online yakni YouTube adalah seperti ini.



Gambar 4.44 Implementasi Video Promosi Kampung Lawang Seketeng

##### 2. Media Pendukung

Rancangan media pendukung adalah EGD dan slideshow foto dari Kampung Lawang Seketeng. Media pendukung ini akan diimplementasikan seperti berikut:

###### a. *Environmental Graphic Design*

Salah satu rancangan dari media pendukung dalam penelitian ini adalah EGD. EGD diterapkan agar memudahkan pengunjung Kampung Lawang Seketeng dapat dengan mudah mengetahui lokasi dan objek apa yang sedang mereka amati.



Gambar 4.45 EGD dari Rumah Puing

b. *Slideshow* Foto

Rancangan dari media pendukung berikutnya dalam penelitian ini adalah *slideshow* foto.



Gambar 4.46 *Slideshow* Foto Kampung Lawang Seketeng

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Penelitian Tugas akhir ini mendapatkan sebuah kesimpulan yakni pembuatan karya yang mempromosikan Kampung Lawang Seketeng melalui video adalah sebagai upaya mengenalkan destinasi wisata bersejarah kota Surabaya. Teknik pengumpulan data yang digunakan meliputi empat (4) macam, yakni observasi, wawancara, dokumentasi, serta studi literatur dengan metode kualitatif yang menjadi pilihan penulis. Mengusung konsep yang diperoleh dari *Key Communication Message*, “*Heritage*” yang menonjolkan sejarah warisan dari masa lampau kejadian dan kehidupan pada Kampung Lawang Seketeng. Konsep *heritage* yang dimaksud adalah yang mengacu pada pelestarian dan perayaan warisan budaya, sejarah, atau pribadi melalui media video. Ini melibatkan menangkap, mendokumentasikan, dan berbagi cerita, tradisi, landmark, artefak, atau peristiwa yang memiliki arti penting bagi komunitas, keluarga, atau individu tertentu.

Konsep ini juga mengusung suatu katalis untuk menghormati dan mengingat masa lalu, untuk mendidik dan menginformasikan generasi mendatang, dan untuk menumbuhkan rasa identitas dan hubungan dengan warisan seseorang. Konsep ini terlihat pada karya video yang telah dibuat, seperti pada setiap scene yang menggunakan color grading yang sesuai dengan konsep heritage yaitu visual yang bertemperatur hangat (*warm*) dan warna hitam yang *fade* sehingga tampak seperti video rekaman dari zaman dahulu. Konsep heritage juga diterapkan pada media pendukung berupa Environmental Graphic Design yang minimalis dan sederhana dan menggunakan gaya *line art* untuk setiap elemen EGD yang dirancang sehingga nampak seperti dari bilah-bilah bambu.

## 5.2 Saran

Saran-saran yang dapat diberikan melalui hasil dari penelitian yang telah dilakukan adalah seperti berikut. Promosi harus lebih baik agar semakin membuat Kampung Lawang Seketeng menjadi wisata yang dikenal oleh masyarakat luas bahkan hingga mencapai mancanegara. Harus memanfaatkan media online sebagai sarana mempromosikan wisata lebih lagi agar tidak ketinggalan dan mendapatkan *exposure* yang baik. Nilai sejarah yang tinggi bisa menjadi suatu potensi utama dan harus menjadi fokus untuk promosi-promosi berikutnya.



UNIVERSITAS  
Dinamika

## DAFTAR PUSTAKA

- A.J. Muljadi, 2009. *Kepariwisata dan Perjalanan*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada
- Arikunto, S. 2016. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Armstrong, G., Kotler, P. 2021. *Principles of Marketing*. Pearson.
- Ayuningtyas, M. 2011. *Ngedit Video Dengan Adobe Premiere CS3*. Bekasi: Dunia Komputer.
- Bagong, Suyanto. 2005. *Metode Penelitian Sosial*. Jakarta: Kencana Prenanda Media Group.
- Bungin, Burhan. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif: Aktualisasi Metodologis ke Arah Ragam Varian Kontemporer*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.
- Calori, C., & Vanden-Eynden, D. 2015. *Signage and wayfinding design: a complete guide to creating environmental graphic design systems*. John Wiley & Sons.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. 2017. *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. Sage publications.
- Denzin & Lincoln. 2009. *Handbook of Qualitative Research*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Dewanti, S. R., Ramli, M., & Rahmawati, N. R. (2018). *Pengembangan paket bimbingan rasa hormat untuk siswa sekolah dasar*. *Jurnal Pendidikan: Teori, Penelitian, Dan Pengembangan*, 3(3), 365-370.
- Hamidi. 2005. *Metode Penelitian Kualitatif: Aplikasi Praktis Pembuatan Proposal Dan Laporan Penelitian*. Malang: UMM PRESS
- Hananto, B. A., Timothy, E., Krisananda, R., & Stefanus, T. 2019. *Kajian Desain Environmental Graphic Design Umeda Hospital*. *Gestalt: Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 1(2), 177-190.
- Hunziker dan Kraft. 2012. *Definisi Pariwisata*
- Jefkins, Frank. 2015. *Periklanan Edisi 3*. Erlangga.
- Kasali, R. 1998. *Membidik pasar Indonesia: segmentasi, targeting, dan positioning*. Gramedia Pustaka Utama.

- Kusrianto, Adi. 2007. *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Andi.
- LPP RRI. Lawang Seketeng, Kampung Tertua di Surabaya. rri.co.id. Published August 23, 2020. Accessed September 25, 2021. <https://rri.co.id/humaniora/wisata/887420/lawang-seketeng-kampung-tertua-di-surabaya>
- Moleong, Lexy J. 2005. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Novi, Kadek, 2020. Perancangan Video Promosi Perahu Wisata di Pantai Penimbangan, Singaraja, Bali. *Jurnal Pendidikan Seni Rupa Undiksha*, vol. 10, no. 2, 2020, pp. 103–112.
- Nugroho, Sarwo. 2014. *Teknik Dasar Videografi*. Yogyakarta: Andi
- Primadany, S. R. 2013. *Analisis strategi pengembangan pariwisata daerah (studi pada dinas kebudayaan dan pariwisata daerah kabupaten nganjuk) (Doctoral dissertation, Brawijaya University)*
- Rangkuti, F. 2013. *Strategi promosi yang kreatif dan analisis kasus*. Gramedia Pustaka Utama.
- S, Ryan Bintang, 2019. *Perancangan Video Promosi Sambang Segoro Desa Pujiharjo Kabupaten Malang Sebagai Upaya Meningkatkan Jumlah Kunjungan Wisatawan*
- Sanyoto, Sadjiman. 2009. *Nirmana: Elemen-elemen Seni dan Desain*. Yogyakarta: Jalasutra
- Simon, M. 2012. *Storyboards: motion in art*. Routledge.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV
- Supriyono, Rakhmat. 2010. *Desain Komunikasi Visual Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta: Andi
- Tamalanrea, Alpha D, 2018. *Perancangan Video Promosi Candi-Candi di Trowulan Sebagai Upaya Mengenalkan Wisata Sejarah Mojokerto*