

**PERANCANGAN VIDEO PROMOSI KOLAM IKAN SAKTI SUNGAI
JANIAH DI KABUPATEN AGAM**

JURNAL



Oleh :

IIM KURNIA

15027044

PRODI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

JURUSAN SENI RUPA

FAKULTAS BAHASA DAN SENI

UNIVERSITAS NEGERI PADANG

2019

**PERANCANGAN VIDEO PROMOSI KOLAM IKAN SAKTI SUNGAI
JANIAH DI KABUPATEN AGAM**

Iim kurnia¹, Syafwandi², Riri Trinanda³

Program Desain Komunikasi Visual

FBS Universitas Negeri Padang

Email : iimkurnia87@gmail.com

ABSTRAK

Kolam Ikan Sakti Sungai Janiah adalah objek wisata yang ada di Provinsi Sumatera Barat. objek wisata ikan sakti sudah sekian lama terkenal, ikan-ikan yang ada di dalam kolam tersebut menurut legendanya berasal dari manusia, tetapi beberapa tahun belakangan ini pengunjung yang datang sudah mulai berkurang dikarenakan banyaknya objek wisata yang baru dibuka, keadaan ini membuat penulis tertarik untuk meningkatkan kembali jumlah pengunjung di Objek wisata ikan sakti dengan membuat sebuah video promosi yang berjudul “wisata ikan sakti Sungai Janiah”.

Metodologi pendekatan dalam perancangan video promosi ini menggunakan metode pendekatan kualitatif, yaitu dengan cara memahami informasi yang ada dalam suatu masalah. Sehingga dalam pemilihan media promosi lebih efektif, pesan yang ingin disampaikan mudah dimengerti oleh target audience.

Hasil dari perancangan video promosi wisata kolam ikan sakti Sungai Janiah adalah sebuah karya berupa video yang akan dikemas dalam bentuk format *full HD* dan *diburning* ke dalam disk *DVD*, dan untuk media pendukung yang dihasilkan adalah, *DVD label*, *cover disk DVD*, kaos, stiker, gantungan kunci, pin, *totebag* dan *poster*.

Kata Kunci : media promosi, wisata alam, wisata legenda, ikan sakti Sungai Janiah.

***PERANCANGAN VIDEO PROMOSI KOLAM IKAN SAKTI SUNGAI
JANIAH DI KABUPATEN AGAM***

¹ Mahasiswa Penulis Karya Akhir Prodi Desain Komunikasi Visual

² Pembimbing I, Dosen FBS Universitas Negeri Padang ³Pembimbing II

Dosen FBS

Iim kurnia¹, Syafwandi², Riri Trinanda³

Program Desain Komunikasi Visual

FBS Universitas Negeri Padang

Email : iimkurnia87@gmail.com

ABSTRAK

Sakti Sungai Janiah Fish Pond is a tourist attraction in West Sumatra Province. Sakti fish attraction has long been famous, the fish in the pond according to legend originated from humans, but in recent years visitors who have arrived have begun to decrease due to the many new tourist objects opened, this situation makes the authors interested in improving returning the number of visitors in the magical fish attraction by making a promotional video entitled "Sungai Janiah sakti fish tour".

The approach methodology in designing this promotional video uses a qualitative approach, namely by understanding the information in a problem. So that the selection of promotional media is more effective, the message to be conveyed is easily understood by the target audience.

The result of designing a promotional video for the Sungai Janiah sakti fish pond is a work in the form of videos that will be packed in full HD format and diburning on DVD discs, and for supporting media produced are DVD labels, DVD disc covers, shirts, stickers, key chain, pin, totebag and poster.

Keywords: media promotion, nature tourism, legendary tourism, Sungai Janiah magic fish.

PERANCANGAN VIDEO PROMOSI KOLAM IKAN SAKTI SUNGAI JANIAH DI KABUPATEN AGAM

¹ Mahasiswa Penulis Karya Akhir Prodi Desain Komunikasi Visual

² Pembimbing I, Dosen FBS Universitas Negeri Padang ³Pembimbing II

Dosen FBS

I. Pendahuluan

Wisata ikan sakti Sungai Janiah adalah sebuah kolam yang memiliki ukuran cukup luas, airnya jernih berada diantara perbukitan. Kolam ikan sakti Sungai Janiah berlokasi di Jorong Sungai Janiah, Kenagarian Tabek Panjang, Kecamatan Baso, Kabupaten Agam, Sumatera Barat. Jorong Sungai Janiah berjarak 3 kilometer dari sebuah simpang sebelum pasar Baso, sementara itu pasar Baso adalah pasar terbesar yang ada di kecamatan Baso dan berlokasi di jalan raya Bukittinggi-Payakumbuh km 15.

Kolam ikan sakti Sungai Janiah memiliki keindahan alam yang sangat indah dan dikelilingi oleh jajaran bukit Barisan. Memiliki daya tarik tersendiri yaitu tentang legenda ikan sakti yang kabarnya pernah terjadi di kolam ini pada zaman dahulu. legenda ikan sakti adalah kisah mengenai ikan yang hidup di dalam kolam tersebut, ikan-ikan tersebut kabarnya berasal dari manusia. Hasil wawancara dengan pengurus wisata kolam ikan sakti Sungai Janiah Katik Tan Bijo (31 Mei 2018) di jorong Sungai Janiah menceritakan:

“Legenda ikan sakti berasal dari satu keluarga yang tinggal di lokasi ini pada zaman dahulu. Ketika itu orang tua dari keluarga ini pergi berladang, dan meninggalkan sepasang anak mereka yang masih kecil di sebuah pondok tempat mereka tinggal. Biasanya pada waktu zhuhur sudah masuk, mereka mendengarkan suara anak-anak mereka menangis, tetapi ketika itu mereka tidak mendengarkan tangisan itu sama sekali. Mereka pun pulang dan sesampainya dirumah, ternyata anak-anak mereka sudah tidak ada lagi. Dicari-cari tidak bertemu, pada malam harinya sang ibu dari keluarga itu bermimpi bahwa ia harus memasak nasi kuning (kunyit) untuk diantarkan ke sumur yang berada di dekat pondok tempat mereka tinggal, dan memanggil anak-anaknya, ibu ini pun melakukan sesuai apa

yang ada dalam mimpinya, setelah sampai di sumur ternyata ia dapati anak-anaknya sudah menjadi manusia setengah ikan di dalam sumur tersebut, dari perut ke bawah sudah berwujud ikan dan bagian tubuh atasnya masih berwujud manusia. Pada akhirnya menjadi ikan seutuhnya, lalu di perbesarlah sumur ini hingga menjadi sebuah kolam yang besar seukuran sekarang ini”

Sekarang dalam kolam ini hidup ratusan ikan keturunan dari ikan sakti, ikan-ikan tersebut berwarna merah dan abu-abu. Ikan-ikan ini sangat berbeda dengan ikan lainnya, ikan ini memiliki kepintaran seakan-akan seperti manusia saja, kalau ikan ini dikasih makanan pensi, ikan tersebut bisa memisahkan cangkang pensi dan dan isinya, dan juga memakan apa yang dimakan manusia.

Sudah lama sekali kolam ikan sakti Sungai Janiah dijadikan sebagai tempat wisata, bahkan sebelum sebelum tahun 1972, legenda ikan sakti Sungai Janiah sudah ditulis dan disebarluaskan dalam buku menggunakan ejaan Soewandi ,yaitu Ejaan Bahasa Indonesia sebelum EYD (ejaan yang disempurnakan). Wisatawan berdatangan untuk menyaksikan ikan sakti, harga tiket masuk pun sangat murah, hanya tiga ribu rupiah saja untuk orang dewasa dan dua ribu rupiah untuk anak-anak, pengunjung sudah bisa masuk ke kawasan kolam ikan sakti, tetapi karena banyaknya wisata baru di kabupaten Agam tiga tahun belakangan ini, membuat kolam ikan sakti sepi pengunjung.

Pengunjung mulai berkurang bahkan sedikit sekali pengunjung yang datang, mereka lebih memilih untuk mengunjungi objek wisata yang baru dibuka, sehingga objek wisata kolam ikan sakti Sungai Janiah kurang

terperhatikan lagi, keadaan ini menimbulkan lemahnya perhatian masyarakat terhadap objek wisata kolam ikan sakti Sungai Janiah.

Dengan ini, penulis membuat sebuah karya audio visual berupa video promosi sebagai media utama, penulis berusaha menerapkan di dalam video tersebut berupa data-data yang penulis dapatkan di lapangan. Video ini juga akan dilengkapi dengan media pendukung sebagai media promosi. Diantara media pendukung yaitu, Poster, Gantungan Kunci, Stiker, Kaos, Totebag, Pin dan sebagainya.

II. Metode Perancangan

a. Metode Perancangan Data

Metode perancangan video promosi kolam ikan sakti sungai janiah menggunakan analisis kualitatif deskriptif. Penelitian dengan analisis ini biasa digunakan untuk mencari data dilapangan dengan cara peneliti langsung turun kelapangan dengan melakukan observasi, dokumentasi dan wawancara, juga dengan mencari data-data tambahan seperti yang didapat di jurnal, internet, kutipan dan data-data lainnya

Menurut Tripodi dan Mayer (1996) penelitian adalah suatu cara sistematis untuk maksud meningkatkan, memodifikasi dan mengembangkan pengetahuan yang dapat disampaikan dan diuji oleh peneliti lainnya.

b. Metode Analisa Data

1. Metode Analisis 5W1H

Dalam video Promosi objek wisata kolam ikan sakti Sungai Janiah, analisis data yang digunakan adalah analisis kualitatif , analisis kualitatif adalah analisis dengan mencari makna, pemahaman, pengertian, tentang suatu fenomena kejadian, ataupun kehidupan manusia, disini peneliti mengumpulkan data dengan mencoba berinteraksi langsung dengan masyarakat.

Penelitian kualitatif nantinya akan disandingkan dengan analisis data 5 W+1H (*What, When, Who, Why, dan How*). apa yang akan dibuat (*What*), dimana akan dibuat(*Where*), Kapan dipublikasikan (*When*), dan Siapa target (*Who*), Mengapa video ini dibuat (*Why*), Bagaimana membuat video ini (*How*).

1. ***What*** (apa yang akan dibuat)

Membuat sebuah karya video yang berfungsi sebagai media utama mempromosikan objek wisata kolam ikan sakti Sungai.

2. ***Where*** (dimana akan dibuat)

Video dibuat di daerah Sumatera Barat tepatnya di Kenagarian Tabek Panjang, jorong Sungai Janiah, Kecamatan Baso Kabupaten Agam.

3. ***When*** (kapan akan dipublikasikan)

Video promosi objek wisata kolam ikan sakti Sungai Janiah akan dipublikasikan oleh penulis setelah semua proses terselesaikan dengan tuntas

4. **Who** (siapa target audiens)

Video promosi objek wisata kolam ikan sakti Sungai Jariah dibuat untuk mempromosikan objek wisata kolam ikan sakti Sungai Jariah dengan target audiens masyarakat Kabupaten Agam

5. **Why** (kenapa dipublikasikan)

Mempromosikan dan menjadikan objek wisata kolam ikan sakti Sungai Jariah sebagai objek wisata favorit bagi masyarakat Sumatera Barat.

6. **How** (bagaimana video dokumenter ini dibuat)

Video ini dibuat dengan menampilkan objek wisata kolam ikan sakti Sungai Jariah, lokasi kolam ikan sakti, penjelasan narasumber mengenai kisah legenda ikan sakti.

III. Pembahasan

1. Tujuan Kreatif

Tujuan dalam pembuatan video promosi objek wisata kolam ikan sakti Sungai Jariah adalah mempromosikan kepada *target audience* tentang objek wisata kolam ikan sakti Sungai Jariah dan juga mengekspos keindahan alam kolam ikan sakti Sungai Jariah.

2. Strategi Kreatif

a. Pesan Verbal

Dalam Pembuatan video promosi objek wisata kolam ikan sakti Sungai Jariah, penulis mencoba membuat mempromosikan

kolam ikan sakti dengan ilmu desain yang telah dipelajari. Jua membicarakan legenda ikan sakti sebagai fokus utama menjelaskan pen gunjung.

b. Pesan Visual

Pesan visual adalah menyampaikan arti atau makna pesan melalui visual yang mana unsur dari visual tersebut yaitu berupa video, foto yang menarik untuk dilihat/ditonton. Visual yang dijelaskan mengenai ikan sakti yang ada kaitannya dengan data yang di dapatkan

c. Video

Meletakkan lensa kamera pada sudut pandang pengambilan gambar yang tepat mempunyai motivasi tertentu untuk membentuk kedalaman gambar atau dimensi dan menentukan titik pandang penonton dalam menyaksikan suatu adegan dan membangun kesan psikologis seperti *high angle*, *eye level* dan *low angle* (Andi Fachruddin, 2014:133)

3. Media Utama

Video promosi kolam ikan sakti sungai janiah dikemas dengan format MP4 resolution FHD 1980x1080, frame rate 30 Frames per second. Dan dikemas dalam bentuk master *disk* DVD. Video ini juga dipromosikan melalui internet yaitu *Channel Youtube*, dan juga media sosial. Video dokumenter ini digunakan sebagai media untuk

mempromosikan objek wisata kolam ikan sakti Sungai Janiah, untuk meningkatkan kembali jumlah pengunjung.



Gambar
Potongan gambar Final Desai Media Utama



Gambar
Potongan gambar Final Desai Media Utama



Gambar
Potongan gambar Final Desai Media Utama



Gambar
Potongan gambar Final Desai Media Utama



Setelah dilihat anaknya tidak berada di rumah

Gambar
Potongan gambar Final Desai Media Utama

4. Media Pendukung

a. Label DVD dan Cover DVD



final label dan Cover DVD

b. Kaos Dan Pin



Layout final baju



Layout filan pin

c. Stiker



Layout filan stiker

d. Gantungan Kunci dan totebag

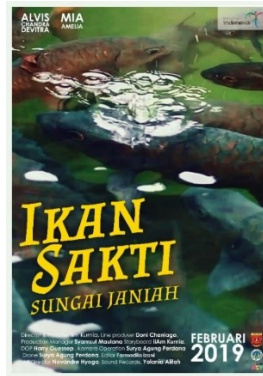


gantungan kunci



Totebag

e. Poster



Layout Poster Final

IV. Kesimpulan

Video Promosi adalah sebuah dokumentasi yang diolah dengan cara yang kreatif dan merupakan salah satu diantara media komunikasi yang menampilkan gabungan gambar bergerak dan suara, sehingga informasi yang disampaikan tersebut lebih mudah dipahami oleh *target audience*. Oleh karena itu penulis memilih media video promosi mempromosikan objek wisata kolam ikan sakti Sungai Janiah.

Mempromosikan objek wisata tersebut sebagai salah satu objek wisata yang menarik kepada *target audience* agar *target audience* dapat mengetahui keberadaan objek wisata tersebut bukan hanya sebagai objek wisata yang biasa biasa saja, melainkan salah satu objek wisata yang patut untuk dikunjungi.

Dalam pembuatan video ini juga digunakan media pendukung seperti *DVD label, cover DVD, kaos, pin, stiker, poster, dan gantungan kunci*. Media pendukung ini diharapkan dapat dengan baik memberikan informasi kepada *target audience*.

DAFTAR RUJUKAN

Tripodi and Meyer. 2013. *The Measurement and Antecedents of Affective, Contintinuanance and NormativeCommitment to Organitazion*. PT Elex Media ,
Komputindo, Jakarta.

Fachruddin, Andi, (2014). *Dasar-Dasar Produksi Televisi*. Jakarta: PT Kencana
Prenada Media Group, hlm 133.