

**PERANCANGAN VIDEO PROMOSI WISATA GUA BATU KAPAL
DI KABUPATEN SOLOK SELATAN**

JURNAL

**Diajukan kepada Universitas Negeri Padang Untuk Memenuhi
Salah Satu Persyaratan dalam Menyelesaikan Program Sarjana
Desain Komunikasi Visual**



Oleh:

**SITI FATIMAH
15027035/2015**

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
JURUSAN SENIRUPA
FAKULTAS BAHASA DAN SENI
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
Wisuda Periode September 2019**

HALAMAN PERSETUJUAN
JURNAL
PERANCANGAN VIDEO PROMOSI WISATA GOA BATU
KAPAL DI KABUPATEN SOLOK SELATAN

Siti Fatimah

Artikel ini disusun berdasarkan karya akhir Siti Fatimah “Perancangan Video Promosi Wisata Goa Batu Kapal Di Kabupaten Solok Selatan” untuk persyaratan wisuda priode September 2019 dan telah di periksa/disetuju oleh pembimbing.


Padang, 24 Juli 2019

Disetujui dan Disahkan oleh:

Dosen Pembimbing


Dr. M. Nasrul Kamal, M.Sn
NIP.19630202.199303.1.002

Mengetahui:
Ketua Jurusan Seni Rupa


Drs. Syafwan. M.Si
NIP. 19570101.198103.1.010

PERANCANGAN VIDEO PROMOSI OBJEK WISATA GOA BATU KAPAL DI KABUPATEN SOLOK SELATAN

Siti Fatimah¹, Dr.M Nasrul Kamal, M.Sn²,
Program Desain Komunikasi Visual
FBS Universitas Negeri Padang
Email : sitifatimah010894@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan perancang video promosi menjelaskan sejarah dan keunikan yang ada di Wisata Goa Bau Kapal Balai Janggo Kabupaten Solok Selatan Provinsi Sumatra Barat sebagai perancangan media utama disamping media pendukung lainnya.

Wisata Goa Batu Kapal terletak di Jorong Sungai Kunyit Balai Janggo di Kabupaten Solok Selatan. Karena masih kurangnya informasi, dan kurang efektif informasi yang didapat selama ini, sehingga banyak masyarakat atau wisatawan yang tidak mengetahui tentang wisata goa batu kapal yang berada di Nagari Balai Janggo Kabupaten Solok Selatan Provinsi Sumatra Barat untuk itu penulis merancang sebuah video promosi wisata goa batu kapa di Kabupaten Solok Selatan. Untuk meningkatkan kembali angka pengunjung ke wisata goa batu kapal, video merupakan media utama untuk perancangan, selain video ada beberapa media pendukung untuk mendukung video ini dalam promosi goa batu kapal agar tertariknya target *audience* yaitu berupa Poster, *Cover* CD, Label CD, Gantungan Kunci, Pin, Baju Kaos, dan Toteba

Metodologi yang digunakan untuk perancangan adalah 5w+1h yang dijadikan sebagai konsep dasar pemecahan masalah yaitu (apa) *what*, siapa (*who*), kapan (*when*), dimana (*where*), kenapa (*why*) dan bagaimana (*how*). Analisis 5W+1H ini adalah untuk memberi gambaran hasil analisi yang digunakan sebagai dasar atau landasan penyusunan objektif dan strategi dalam perancangan video promosi. Maka semua aspek yang terangkum wisata alam Kabupaten Solok Selatan dapat dikemas kedalam media video promosi, sehingga video promosi wisata alam Kabupaten Solok Selatan dapat menjadi sebuah media yang efektif dan komunikatif.

Kata Kunci : media promosi, wisata alam, wisata legenda, Goa Batu Kapal Balai Janggo.

ABSTRACT

The purpose of the promotional video designer explains the history and uniqueness that exist in Goa Bau Kapal Tourism Balai Janggo, South Solok Regency, West Sumatra Province as the main media design in addition to other supporting media.

Goa Batu Kapal Tourism is located in Jorong Sungai Kunyit Balai Janggo in South Solok Regency. Due to the lack of information, and the lack of effective information obtained so far, so many people or tourists who do not know about the tour of stone cave ships located in Nagari Balai Janggo, Solok Selatan Regency, West Sumatra Province, for this reason, the authors designed a promotional video for rock cave tours. in South Solok Regency. To increase the number of visitors back to the rock cave cave tour, video is the main media for design, in addition to video there are a number of supporting media to support this video in the rock cave cave promotion so that the target *audience* is interested in the form of Poster, CD Cover, CD Label, Key Chain, Pin, T-shirt and Toteba

The methodology used for design is 5w + 1h which is used as a basic concept of problem solving, namely (what) what, who (who), when (where), why (why) and how (how). This 5W + 1H analysis is to illustrate the results of the analysis used as the basis or basis for preparing objectives and strategies in designing promotional videos. Then all aspects that are summarized of natural tourism in South Solok Regency can be packaged into promotional video media, so the South Solok Regency natural tourism promotion video can be an effective and communicative media.

Keywords: media promotion, nature tourism, legend tourism, Goa Batu Kapal Balai Janggo

A. Pendahuluan

Kabupaten Solok Selatan sebagai salah satu kabupaten yang berkembang dengan sektor wisata yang sedang berkembang di Sumatera Barat memiliki beberapa objek wisata yang mempunyai nilai daya tarik salah satunya goa batu kapal. Tetapi karna keterbatasan dan minimnya infofmasi goa batu kapal kurang diketahui oleh masyarakat dan wisatawan lainnya sehingga berkurangnya angka pengunjung goa batu kapal, karena itulah penulis tertarik merancang video promosi wisata goa batu kapal, agar diketahui oleh masyarakat umum dan wisatawan.

Sesuai dengan perkembanga teknologi penulis memilih video promosi ini sangat relevan karna dapat di aksesdengan mudah, sehingga pesan yang ingin disampaikan dalam video promosi goa batu kapal dapat diterima dengan baik oleh target *audience*.Kustandi (2013: 64) menyatakan

bahwa “Video merupakan sebuah informasi atau penjelasan sebuah konsep yang rumit dalam waktu yang singkat untuk mempengaruhi khalayak. Menurut efendi (2013: 5) “komunikasi merupakan sebuah kegiatan untuk menyampaikan pesan, ide, serta gagasan oleh seseorang kepada individu maupun kelompok”.

Video promosi wisata goa batu kapal ini berisi tentang sejarah, dan keunikan. Adapun karya-karya video promosi wisata Kedung Pangiloan Bantul Yogyakarta”, yang berisi tentang keindahan alam dan kesejukan di air terjun.(Rovi Hendrawan, 2018). Video promosi wisata goa batu kapal berbeda dari segi isi dan tujuan dari video promosi itu sendiri, menjelaskan tentang sejarah, keunikan di dalam goa dan keindahan alam disekitarnya.

Video promosi sebagai media utama video promosi goa batu kapal merupakan media yang lebih efektif dalam memvisualisasikan semua gambaran keadaan goa batu kapal tersebut kepada masyarakat umum dan wisatawan didalam maupun luar negeri.(Ibnu Fajar, Dr. M.Nasrul Kamal, M.Sn). Selain video promosi, media utama di dukung beberapa media pendukung seperti Poster, Cover CD, label CD, Baju Kaos, Gantungan Kunci, Pin, Totebag. Penjelasan diatas penulis memberi judul Karya Akhir: **“Perancangan Video Promosi Wisata Goa Batu Kapal Di Kabupaten Solok Selatan”**.

B. Metodologi Data

1. Metode Perancangan

Metode perancangan dalam video promosi ini adalah metode *glass box*. Metode *glass box* suatu metode berfikir secara rasional, obyektif dan sistematis sehingga mampu menelaah sesuatu hal secara logis dan terbebas dari pikiran dan pertimbangan yang tidak rasional (irasional). Beberapa karakteristik dalam metode *glass-box* yaitu: dengan menentukan sasaran, variabel, dan kriteria yang telah ditetapkan sebelumnya: mengadakan analisis sebelum melakukan pemecahan masalah: mencoba mensintesis hal-hal yang di dapat secara sistematis: mengevaluasi secara logis (kebalikan dari eksperimental).

2. Metode Pengumpulan Data

Data-data yang digunakan pembuatan data perancangan video promosi goa batu kapal ini diperoleh dengan menggunakan sekunder (data yang ada) dan primer (di olah dari sumber asli).

a. Wawancara

Berbincang langsung dengan pemandu goa batu kapal dan beberapa tokoh masyarakat yang menjelaskan tentang sejarah dan keunikan yang ada di goa batu kapal.

b. Observasi

Mengunjungi secara langsung Goa Batu Kapal dengan menyusuri goa batu kapal tersebut untuk mengetahui informasi karena belum terdapatnya media promosi yang lebih efektif untuk mempromosikan goa batu kapal tersebut kepada masyarakat umum dan wisatawan dalam negeri maupun luar negeri.

3. Metode Analisi Data

Metode analisi data 5W+1H, agar semua permasalahan bisa dipecahkan. Berikut penjelasan dari 5W+1H:

1. What(apa yang akan dibuat)

Membuat sebuah karya video yang berfungsi sebagai media utama mempromosikan objek wisata goa batu kapal Balai Jango sebagai sarana untuk meningkatkan jumlah pengunjung dan membuat wisatawan tertarik untuk berkunjung ke objek wisata tersebut.

2. Where (dimana akan dibuat)

Video dibuat di daerah Sumatera Barat tepatnya di Bidar Alam, jorong Balai Jango, Kabupaten Solok Selatan, Kecamatan Sangir.

3. When (kapan akan dipublikasikan)

Video objek wisata goa batu kapal Balai Jango akan dipublikasikan oleh penulis setelah selesainya karya akhir dan setelah ujian akhir telah selesai dengan tuntas.

4. Who (siapa target audiens)

Video objek wisata goa batu kapal Balai Jango dibuat untuk mempromosikan objek wisata goa batu kapal Balai Jango dengan target audiens masyarakat Kabupaten Solok Selatan secara khusus dan masyarakat Sumatera Barat secara umum darikalanaganmuda yang berumur 14-50 tahun.

5. Why (kenapa dipublikasikan)

Mempromosikan dan menjadikan objek wisata goa batu kapal Balai Jango sebagai objek wisata favorit bagi masyarakat Sumatera

Barat, sebagai tempat wisata hiburan, liburan pekan, adventure, traiking dan sarana menambah pengetahuan mengenai sejarah yang ada di goa batu kapal Balai Janggo.

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

Video promosi objek wisata goa batu kapal Balai Janggo dibuat dalam bentuk video. Video ini dibuat dengan menampilkan objek wisata goa batu kapal Balai Janggo, lokasi goa batu kapal, penjelasan narasumber mengenai goa batu kapal, memperlihatkan keindahan alam disekitarnya.

C. Pembahasan

1. Media Utama

Goa Batu Kapal terletak di Nagari Balai Janggo Kabupaten Solok Selatan Provinsi Sumatera Barat. Goa batu kapal adalah salah satu wisata yang menarik dan unik yang ada di Kabupaten Solok Selatan. Namun karna minimnya informasi sehingga banyak masyarakat umum baik dalam maupun luar daerah tidak mengetahuinya. Penulis memilih media utama dalam promosi wisata goa batu kapal adalah perancangan video yang merupakan salah satu media komunikasi berbentuk *audio visual*, dimana dalam media ini pesan dapat disampaikan melalui unsur gambar dan suara. Perancangan video promosi goa batu kapal yang digunakan adalah *expository* menayangkan pesan secara langsung dan penjelasan *tellen* kepada (*audience*) . (Ibnu Fajar, Dr. M.Nasrul Kamal, M.Sn). Video promosi ini bercerita mengenai sejarah dan keunikan goa batu kapal, perjalanan dari kota padang menuju Kabupaten Solok Selatan yang berdurasi 5 menit 5 detik,

a. a. *Story Line*

1) **Pembukaan**

Pembukaan video suara selamat datang di Provinsi Sumatra Barat di hari yang cerah ini dan cuplikana content seperti, perjalanan stinjau lauik, alahan panjang, perbatasan solok dengan solok selatan, monumen emas 9 pilar, seribu rumah gadang.

2) **Content (Isi)**


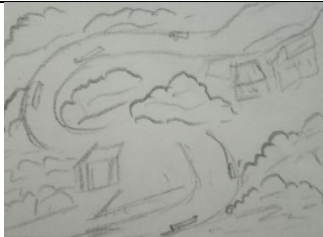


Video dilanjutkan dengan memasuki suasana Nagari Balai Janggo, perjalan menuju pintu goa setelah itu mulailah menceritakan goa batu kapal, menceritakan keunikan, corak-corak warna dinding goa, mejelaskan sinar yang terpancar dari lobang-lobang dinding goa, menjelaskan berhati-hati dalm menyelusuri goa, kemudian menjelaskan batu yang menyerupai gajah dan bundo kundang.

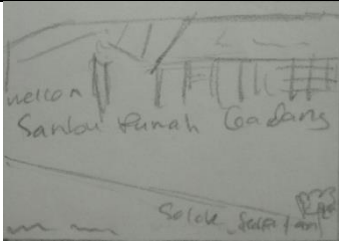

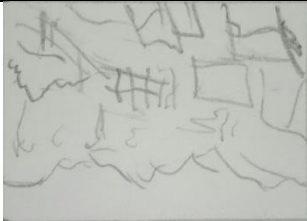
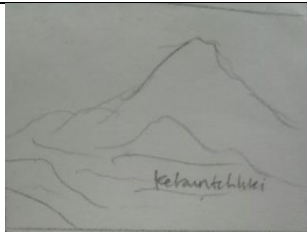
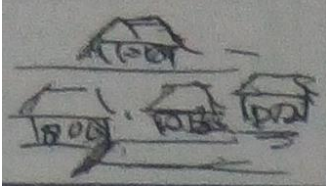
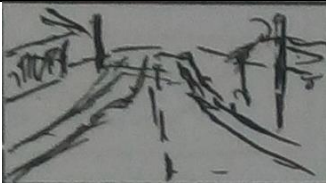
3) *Closing (Penutup)*

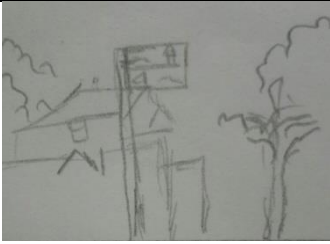
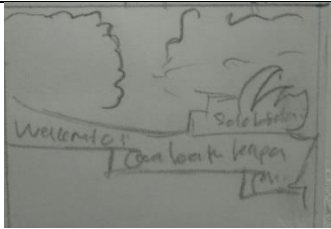

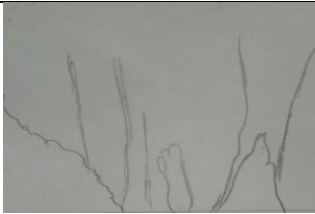



Penutup video ini dimulai dari dalam goa, diluar goa dan keindahan alam sekeliling goa batu kapal dan di iringi dengan musik *Inspiring Background Music*.

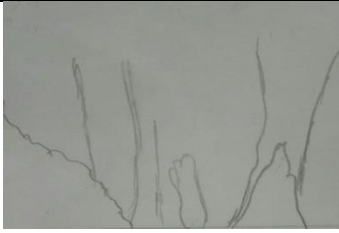

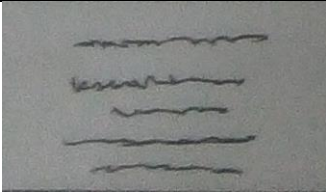
b. *Storyboard* merupakan rangkaian dari sketsa gambar yang dibuat secara manual untuk memberikan gambaran dari suatu alur cerita. Terdapat beberapa informasi penunjang dalam *Storyboard*.

Beberapa cuplikan dalam membuat video promosi goa batu kapal:

<i>Scane</i>	<i>Shoot</i>	Board	<i>Duration</i>	<i>Angle</i>
Pengantar lokasi menuju wisata goa batu kapal dari kota padang.	1		00.00.11 – 00.00.11	<i>Opening</i>
	2		00.12. – 00.00.20	<i>Medium long shoot</i>
	3		00.00.21 – 00.00.24	<i>Medium long shoot</i>
	4		00.00.25 – 00.00.36	<i>Two shoot</i>

	5		00.00.037 – 00.00.47	<i>extreme long shoot</i>
	6		00.01.06 – 00.01.16	<i>Panning</i>
	7		00.01.17 – 00.01.21	<i>Long shoot</i>
	8		00.01.22 – 00.01.27	<i>medium shoot</i>
	9		00.01.27 – 00.01.28	<i>Bird eye view</i>
Perjalan ke goa batu kapal	10		00.01.29 – 00.01.35	<i>Eye level</i>

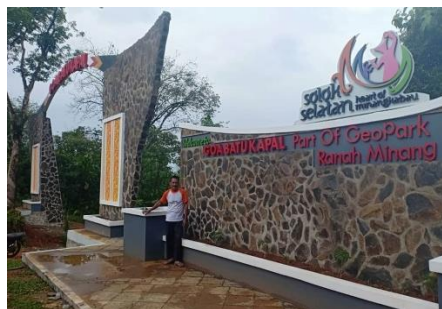
	11		00.01.36 – 00.01.38	<i>Low angle</i>
	12		00.01.39 – 00.01.40	<i>Long shoot</i>
	13		00.01.41 – 00.01.43	<i>Medium close up</i>
Goa batu kapal	1		00.01.44 – 00.01.46	<i>Long shoot</i>
	2		00.01.47 – 00.02.50	<i>Medium close up</i>
	3		00.02.51 – 00.03.51	<i>Medium close up</i>
	4		00.03.52 – 00.04.30	<i>Panning</i>

	5		00.04.31 – 00.04.45	<i>Follow shoot</i>
	6		00.04.46 – 00.04.51	<i>close up</i>
	7		00.04.52 – 00.05.05	<i>Follow shoot</i>

c. Berikut beberapa cuplikan video promosi goa batu kapal:



Gambar 1
Goa Batu Kapal
Sumber : Siti Fatimah 2019



Gambar 2
Pengambilan dari sudut kiri Gerbang Goa Batu Kapal
Sumber : Siti Fatimah, 2019



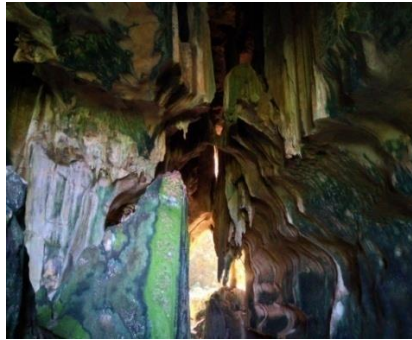
Gambar 3
Gerbang Goa Batu Kapal
Sumber : Siti Fatimah 2019



Gambar 5
Struktur Sebelum Memasuki Goa Batu Kapal
Sumber : Siti Fatimah 2019



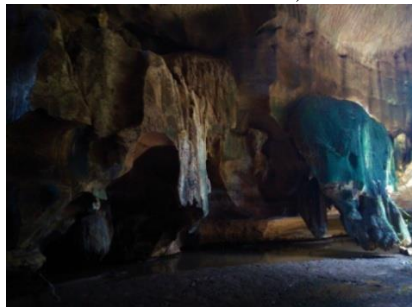
Gambar 6
Di Dalam Goa Batu Kapal
Sumber : Siti Fatimah, 2019



Gambar 7
Di Dalam Goa Batu Kapal
Sumber : Siti Fatimah, 2019



Gambar 8
Di Dalam Goa Batu Kapal
Sumber : Siti Fatimah, 2019



Gambar 9.
Goa Batu Yang Menyerupai Gajah
Sumber : Siti Fatimah, 2019

d. Media Pendukung

Media pendukung dalam perancangan video promosi wisata goa batu kapal sangat dibutuhkan untuk mendukung media utama dalam menginformasikan video promosi tersebut kepada masyarakat. Media pendukung dijadikan sebagai penunjang keberhasilan agar *audience* lebih tertarik.

Berikut tampilan media pendukung yang di rencanakan dalam pembuatan video promosi ini:

1) *label DVD*

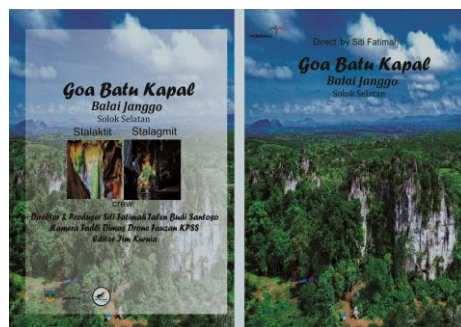


6 cm

*Alternatif 1, Gambar 50
Layout kompresif label DVD*

2) *Cover DVD*

26,6 x 18,5 cm



*Alternatif 3, Gambar 51
Layout kompresif Cover DVD*

3) *Kaos*



Large Size

*Alternatif 1, Gambar 52
Layout kompresif Kaos*

4) Pin



85 cm

*Alternatif 2, Gambar 53
Layout kompresif Pin*

5) Gantungan Kunci



58 mm

*Alternatif 1, Gambar 54
Layout kompresif Gantungan Kunci*

6) Stiket

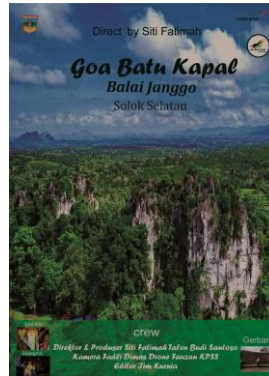
7x4 cm



*Alternatif 2, Gambar 55
Layout kompresif Stiker*

7) Poster

60x40 cm



*Alternatif 1, Gambar 56
Layout kompresif Poster*

8) Totebag



*Alternatif 1, Gambar 57
Layout kompresif Totebag*

D. Kesimpulan dan Saran

1. Kesimpulan

Pembahasan video promosi goa batu kapal, dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Pembuatan video promosi goa batu kapal ini mempunyai beberapa tahapan dan strategi kreatif yang harus dilakukan, pengumpulan data, target *audience*, analisis 5w+1h, tujuan kreatif, perancangan *storyline* dan *storyboard* video dan media pendukung.
2. Video promosi goa batu kapal ini bertujuan mengenai goa batu kapal secara keseluruhan mulai dari sejarah, keunikan dan keindahan yang ada di goa batu kapal.
3. Video promosi goa batu kapal diharapkan dapat memberikan informasi untuk menarik/ menghimbau masyarakat agar berwisata ke goa batu kapal.

2. Saran

Supaya masyarakat umum berwisata ke goa batu kapal memberikan respon positif dan mengapresiasi untuk meningkatkan angka pengunjung ke wisata goa batu kapal.

Catatan :

Artikel Karya Akhir penulis disusun sesuai laporan melalui bimbingan oleh Dr. M Nasrul Kamal, M.Sn.

Daftar Rujukan

- Effendy, Onong Uchjana. 2013 . *Ilmu Komunikasi Teori dan Prektek*, Bandung : PT Remaja Rosdakarya
- Hamalik, Oemar. 1994. *Media Pendidikan. Bandung*: PT.CitraAdityaBakti
- Jurnal Google Scholar Hari Yoga Pratama, Dr. Syafwandi, M.Sn, Riri Trinanda, S.Pd.,M.Sn., 2019. *Video Promosi Wisata Kabupaten Kerinci*. DKV UNP Padang
- Jurnal Google Scholar Ibnu Fajar, Dr. M.Nasrul Kamal, M.Sn., Dini Faisal, S.Ds., M.Ds., 2016. *Perancangan Video Promosi Cafe Ombewok*. DKV UNP Padang
- Jurnal Google Scholar Rido Rumarta, Dr. M. Nasrul Kamal, M.Sn., Riri Trinanda, S.Pd., M.Sn., 2018. *Perancangan Ilm (Iklan Layanan Masyarakat) Pelestarian “Ikan Bilih” Danau Singkarak Dalam Media Luar Ruang*. DKV UNP Padang
- Jurnal Google Scholar Trisno Susanto, Dr. M.,Nasrul Kamal, M.Sn., Riri Trinanda, S.Pd., M.Sn., 2017. *Iklan Layanan Masyarakat Tentang Dampak Sampah Anorganik Terhadap Lingkungan Melalui Media Poster*. DKV UNP Padang
- Kustandi, Cecep., dan Sutjipto, Bambang. 2013. *Media Pembelajaran : Manual dan Digital*. Bogor : Ghalia Indonesia
- Pendit, I. N. S., 1994. *Ilmu Pariwisata Sebuah Pengantar Perdana*. Jakarta: PradnyaParamita.
- Rovi Hendrawan, 2018. *Video promosi wisata Kedung Pangiloan Bantul Yogyakarta*’.Yogyakarta: Rovi Hendrawan
- Sachari, Rachmat. 2013. *Desain Komunikasi Visual Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta : Andi Offset.