

**PERANCANGAN VIDEO PROMOSI ARAU
MINI WATERPARK PADANG**

JURNAL

*Diajukan Kepada Universitas Negeri Padang unuk Memenuhi
Salah Satu Persyaratan dalam Menyelesaikan Program sarjana
Desain Komunikasi Visual*



**Oleh :
Rizky Maulana Putra
14027041/2014**

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

Halaman Persetujuan Jurnal

**PERANCANGAN VIDEO PROMOSI ARAU *MINI*
WATERPARK PADANG**

Rizky Maulana Putra

Artikel ini disusun berdasarkan laporan karya Akhir "Perancangan Video Promosi Arau *Mini Waterpark* Padang" untuk persyaratan wisuda periode september 2019 dan telah diperiksa / disetujui oleh pembimbing

Padang, 16 Agustus 2019

Disetujui dan disahkan oleh :

Pembimbing I



Ir. Drs. Heldi, M.Si, Ph.D
NIP. 19610722.199103.1.001

Pembimbing II



Eliva Pebriveni, S.Pd, M.Sn.
NIP. 19830201.200912.2.001

Mengetahui
Ketua Jurusan Seni Rupa



Drs. Syafwan, M.Si
NIP. 19570101.198103.1.010

PERANCANGAN VIDEO PROMOSI ARAU *MINI* WATERPARK PADANG

Rizky Maulana Putra¹, Heldi², Eliya Pebriyeni³
Program studi Desain Komunikasi Visual, Jurusan Seni Rupa,
Fakultas Bahasa dan seni, Universitas Negeri Padang
Email: rizky.nhha@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan perancangan video promosi Arau *Mini Waterpark* sebagai mempromosikan wisata wahana air dan permainan di kota Padang. Tempat wisata ini di rintis oleh Bapak Honanto Bastian sejak tahun 2017 yang beralamat di Jl. Batang Arau no 48 Padang. Arau *mini waterpark* ini mempunyai potensi dan peluang yang cukup besar untuk dikembangkan, agar target *audience* mengetahui keberadaan Arau *mini waterpark*. Permasalahan yang mendasar, belum optimalnya promosi Arau *mini waterpark*, kurangnya informasi ke target *audience*. Tujuan video promosi dapat memberikan informasi, komunikatif dengan tampilan visualisasi yang menarik ke target *audience* tentang keberadaan, fasilitas wahana air pada Arau *mini waterpark*.

Metode perancangan menggunakan glass box, dimana hasil akhir dari sebuah karya sudah tergambar dari proses yang rasional. Pengumpulan data yang digunakan adalah analisis 5W+1H (what, who, where, when, why dan how)

Hasil perancangan sebagai media utama video dan media pendukung : Poster, Baliho, Member card, Stiker, Feed instagram, baju kaos, handuk.

Kata Kunci : Video, promosi, Waterpark.

ABSTRACT

The purpose of designing Arau Mini Waterpark promotional videos as promoting water attractions and games in the city of Padang. This tourist attraction was pioneered by Mr. Honanto Bastian since 2017 which is located on Jl. Batang Arau no 48 Padang. Arau mini waterpark has potential and opportunities that are big enough to be developed, so that the target audience knows the existence of Arau mini waterpark. The basic problem is the lack of optimal promotion of the Arau mini waterpark, lack of information to the target audience. The purpose of the promotional video can provide information, communicative with an attractive display of visualization to the target audience about the existence, facilities of water rides in the Arau mini waterpark.

The design method uses a glass box, where the final result of a work has been drawn from a rational process. The data collection used is a 5W + 1H analysis (*what, who, where, when, why and how*)

The results of the design as the main media video and supporting media: Posters, Billboards, Member cards, Stickers, Instagram feeds, t-shirts, towels.

Keywords: Video, promotion, Waterpark.

A. Pendahuluan

Sumatera Barat merupakan salah satu wilayah yang sektor pariwisatanya sedang berkembang dan banyak inovasi baru yang muncul, salah satunya di kota Padang, kota ini memiliki banyak objek wisata yang menarik, mulai dari wisata pantai, wisata *modern*, hingga wisata alam. Salah satu wisata *modern* di kota Padang yaitu Arau *mini waterpark*.

Arau *mini waterpark* mulai buka di kota Padang, Pada 17 November 2017, lokasi Arau *mini waterpark* berada di jalan Batang Arau no 48 Padang, Arau *mini waterpark* cocok dijadikan tempat untuk liburan bersama keluarga dan melupakan sejenak rutinitas sehari-hari.

Arau *mini waterpark* memiliki berbagai wahana air seperti kolam renang untuk anak yang dilengkapi prosotan beserta kapal besar di dalam kolam renang, kolam khusus remaja dan dewasa, Arau *mini waterpark* juga menyediakan *café* dan *restaurant* tempat untuk berkumpul, bersantai, berdiskusi. *Café* dan *restaurant* ini memiliki tempat yang strategis di lantai 2 arau *mini waterpark*. Jadi pengunjung bisa melihat langsung pemandangan wahana arau *mini waterpark* dari ketinggian. *Cafe* dan *restaurant* di arau *mini waterpark* sering dikunjungi oleh orang dewasa maupun para remaja. Arau *mini waterpark* juga menyediakan kawasan parkir, baik untuk mobil dan motor. Untuk keamanan Arau *mini waterpark* ini diawasi oleh *security*. Alasan penulis mengangkat Arau *mini waterpark* sebagai objek perancangan karena arau *mini waterpark* ini mempunyai potensi dan peluang yang cukup besar untuk di kembangkan.

Berdasarkan hasil wawancara penulis, Arau *mini waterpark* selama 1 tahun ini sudah melakukan promosi melalui media cetak seperti brosur, dan juga melalui media sosial seperti Instagram dengan cara memasukan foto lokasi Arau *mini waterpark* tersebut. Seperti yang di ungkapkan oleh Bapak Honanto bastian selaku pengelola Arau *mini waterpark* bahwasanya media promosi yang sudah ada masih belum efektif, karena seperti brosur yang kurang peredarannya, serta

penyebarannya terbatas yang membuat banyak orang belum mengetahui keberadaan wisata yang satu ini, Media brosur juga banyak keterbatasannya hanya bisa dilakukan disekitar Arau *mini waterpark*, tidak bisa tersebar dengan luas. Untuk media instagram sudah dilakukan promosi berupa foto-foto pengunjung, tetapi kurang maksimalnya promosi di media instagram yang membuat belum menariknya hasil media sosial instagram tersebut ungkap Bapak Honanto Bastian.

Video termasuk salah satu media komunikasi *modern*, untuk penyampaian pesan dengan jelas, dimana video menampilkan bentuk suatu objek dengan nyata, adanya penggabungan gambar bergerak dan suara, sehingga masyarakat dapat mengetahui lebih jelas informasi yang disampaikan. Menurut Kustandi (2013:64). “Video adalah alat yang dapat menyajikan informasi, memaparkan proses, menjelaskan konsep yang rumit, mengajarkan keterampilan dan mempengaruhi sikap”

Menurut Mufarokah dalam M alfarisi (2019:20) Video dapat digolongkan kedalam jenis media audio visual (AVA) atau media yang dapat dilihat atau didengar. Media audio motion visual (media audio visual gerak) yakni media yang mempunyai suara, gerak dan bentuk obyeknya dapat dilihat, media ini paling lengkap. Informasi yang disajikan melalui media ini berbentuk dokumen yang hidup, dapat dilihat gerakannya.

Promosi Menurut Zebua (2016:28) kegiatan memberitahukan produk atau jasa yang hendak di tawarkan kepada calon konsumen atau wisatawan yang dijadikan target pasar.

Berdasarkan paparan di atas, diperlukan sebuah solusi agar nantinya dapat membantu Arau mini waterpark dalam mempromosikan dan memberikan informasi keberadaan dan fasilitas yang ada secara maksimal, kepada masyarakat Padang maupun luar Padang, dari penjelasan di atas penulis tertarik merancang dalam karya ilmiah berupa “Perancangan Video Promosi Arau *Mini Waterpark* Padang” supaya target audience mengetahui arau mini waterpark.

B. Metode Perancangan

Metode perancangan dilakukan melalui metode kotak kaca (*glass box method*) metode berpikir rasional yang secara objektif dan sistematis menelaah sesuatu hal secara logis dan terbebas dari pikiran dan pertimbangan yang tidak rasional misalnya sentimen dan selera. Metode ini selalu berusaha untuk menemukan sebab atau alasan faktual yang melandasi terjadinya suatu hal atau kejadian dan kemudian berusaha menemukan alternatif solusi atas masalah yang timbul. Metode ini lazim disebut sebagai *reasoning*.

C. Metode Analisis Data

Pendekatan analisis menggunakan 5W+1H. Analisa data menggunakan teori 5W+1H merupakan pertanyaan yang dapat membantu memecahkan masalah dan memicu munculnya ide untuk menyelesaikan masalah. Pernyataan yang dijelaskan oleh Ria (2013:05) “analisa 5W+1H adalah sebuah analisa yang dikembangkan dari 3W (*What? Why? What of it?*) yang dicetuskan oleh Wilkinson pada tahun 1880 an. Yang dikemukakan oleh. Yin (2013:14) “metode ini dapat mengoptimalkan segi promosi yang mendukung, serta meminimalisir segi negatif yang menghambat dalam proses perancangan.”

Beikut penjabaran 5W+1H :

1. What (apa?)

Arau *mini waterpark* adalah tempat wisata yang sedang berkembang di kota Padang dan memiliki konsep wahana air dan permainan di kolam berenanganya, juga memiliki *cafe* dan restaurant yang menarik. Sangat cocok untuk pengunjung untuk berlibur bersama keluarga.

2. Who (siapa?)

Lokasi ini sangat menarik dan strategis untuk keluarga yang ingin berkunjung untuk berkumpul dan tertawa bersama sambil menikmati makanan dan minuman yang tersedia di *cafe* dan restaurantnya.

3. When (kapan?)

Saat *audience* mulai membutuhkan tempat *refreshing*, berkumpul dan bersantai bersama keluarga, sahabat, dan rekan kerja.

4. Where (dimana?)

Arau *mini waterpark* terletak di Jln Batang Arau no 48 Padang.

5. Why (mengapa?)

Karena Arau *mini waterpark* merupakan tempat wisata yang memiliki keunggulan dari segi fasilitas tempat berkumpul keluarga yang nyaman dan permainan wahana air yang menarik untuk anak bersama orang tuanya.

6. How (bagaimana?)

Cara mempromosikan Arau *mini waterpark* kepada target *audience* untuk di ketahui sebagai salah satu tempat wisata modern yang menarik untuk dikunjungi. Dan bagaimana cara penyebaran video pada media yang telah ditentukan untuk berpromosi

Analisis data 5W+1H di atas dapat disimpulkan bahwa arau *mini waterpark* memiliki keunggulan dalam bidang sarana dan prasarana. Dengan sarana seperti arau *mini waterpark* dengan konsep bajak laut yang terdapat kapal bajak laut di wahana sebagai salah satu daya tarik yang disediakan arau *mini waterpark* dapat menarik perhatian target *audience* untuk mengunjungi arau *mini waterpark*. Pendekatan kreatif kepada target *audience* berdasarkan berikut :

1. Geografis

Wilayah pemasaran dari perancangan video promosi Arau *mini waterpark* di kota Padang maupun luar Padang.

2. Demografis

Jenis kelamin : laki-laki dan perempuan

Umur : 17-45 tahun

3. Behaviour (perilaku)

Keluarga yang ingin berlibur, bersantai bersama, dan remaja yang suka berlibur bersama.

D. Pembahasan

1. Media Utama

Media promosi perancangan yang dipilih penulis untuk Arau mini waterpark adalah audio visual dalam bentuk video promosi yang dapat menampilkan gambar dan suara, alasannya walaupun audience belum sempat melihat secara langsung, audience lebih cepat mencerna informasi yang disajikan tidak hanya dengan suara tetapi dengan moment kebersamaan yang dilihatkan oleh video promosi yang dirancang. Karena di zaman sekarang gadget dan smartphone sangat berpengaruh, sebab itu penulis merancang video promosi arau mini waterpark yang bertujuan untuk mengenalkan informasi kepada target audience yang nantinya video akan di upload melalui instagram. Sehingga target audience dapat mengakses video tersebut di instagram.

Pembuatan video promosi ini melewati beberapa tahapan yaitu menentukan ide, membuat *skenario*, *storyline*, *storyboard*, proses *editing*, *mastering*. Video promosi ini berdurasi 1 menit dan diputar di media social instagram.

Merancang video promosi Arau *mini waterpark* dilakukan dengan 3 tahapan yaitu :

1. Tahap Pra Produksi

a. Story Line

1) *Opening* (Pembukaan)

Video dibuka *tagline* arau *mini waterpark* dan pengambilan take video dari atas jalan Batang Arau menuju lokasi arau *mini waterpark* dengan menggunakan *drone*.

2) *Content* (isi)

Video dilanjutkan secara berurutan dengan tampilan interior arau *mini waterpark*, dari wahana air, fasilitas dan restaurant yang terdapat di arau *mini waterpark*.

3) *Closing* (Penutup)

Video penutup dengan tampilan logo arau *mini waterpark* dan menampilkan *view* arau dari atas.

a. Storyline









Tabel 1. Perancangan storyline video promosi arau *mini waterpark*

Scene	Visual dan jenis shoot	Audio/ Backsound Effect
Opening	Pengambilan gambar dari jembatan siti nurbaya menuju arau mini waterpark (BE) Cut to	<i>Where you wanna be</i> <i>Cipt/vocalis : Charles William</i>
1	Lokasi : Arau <i>mini waterpark</i> Mengambil shoot gerbang arau mini waterpark (MCU) Cut to	<i>Where you wanna be</i> <i>Cipt/vocalis : Charles William</i>
2	Lokasi : Arau <i>mini waterpark</i> Berjalan masuk ruangan <i>receptionis</i> (MCU) Cut to	<i>Where you wanna be</i> <i>Cipt/vocalis : Charles William</i>
3	Lokasi : Arau <i>mini waterpark</i> Mengambil shoot hargaat masuk tiket (CU) Cut to	<i>Where you wanna be</i> <i>Cipt/vocalis : Charles William</i>
4	Lokasi : Arau <i>mini waterpark</i> Mengambil shoot wahana air prosotan (MCU) Cut to	<i>Where you wanna be</i> <i>Cipt/vocalis : Charles William</i>
5	Lokasi : Arau <i>mini waterpark</i> Mengambil shoot wahana air prosotan (BE) Cut to	<i>Where you wanna be</i> <i>Cipt/vocalis : Charles William</i>
6	Lokasi : Arau <i>mini waterpark</i> Mengambil shoot wahana air kapal besar (BE) Cut to	<i>Where you wanna be</i> <i>Cipt/vocalis : Charles William</i>
7	Lokasi : Arau <i>mini waterpark</i> Mengambil shoot wahana air prosotan, kapal besar dan kolam dewasa (BE) Cut to	<i>Where you wanna be</i> <i>Cipt/vocalis : Charles William</i>
8	Lokasi : Arau <i>mini waterpark</i> Mengambil shoot wahana air prosotan, kapal besar (BE) Cut to	<i>Where you wanna be</i> <i>Cipt/vocalis : Charles William</i>

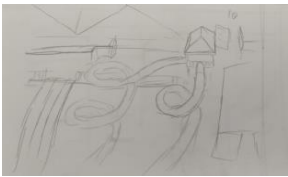

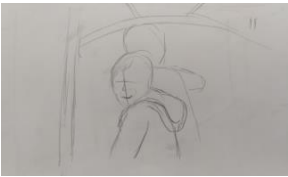







9	Lokasi : Arau <i>mini waterpark</i> Mengambil shoot wahana air prosotan (BE) Cut to	<i>Where you wanna be</i> <i>Cipt/vocalis : Charles William</i>
10	Lokasi : Arau <i>mini waterpark</i> Mengambil shoot bahagia anak yang sedang bermain (MCU) Cut to	<i>Where you wanna be</i> <i>Cipt/vocalis : Charles William</i>
11	Lokasi : Arau <i>mini waterpark</i> Mengambil shoot cafe dan restaurant (MCU) Cut to	<i>Where you wanna be</i> <i>Cipt/vocalis : Charles William</i>
12	Lokasi : Arau <i>mini waterpark</i> Mengambil shoot cafe dan restaurant (MCU) Cut to	<i>Where you wanna be</i> <i>Cipt/vocalis : Charles William</i>
13	Lokasi : Arau <i>mini waterpark</i> Mengambil shoot wahana air prosotan (MCU) Cut to	<i>Where you wanna be</i> <i>Cipt/vocalis : Charles William</i>
14	Lokasi : Arau <i>mini waterpark</i> Mengambil shoot cafe dan restaurant (MCU) Cut to	<i>Where you wanna be</i> <i>Cipt/vocalis : Charles William</i>
15	Lokasi : Arau <i>mini waterpark</i> Mengambil shoot cafe dan restaurant (MCU) Cut to	<i>Where you wanna be</i> <i>Cipt/vocalis : Charles William</i>
16	Lokasi : Arau <i>mini waterpark</i> Mengambil shoot cafe dan restaurant (MCU) Cut to	<i>Where you wanna be</i> <i>Cipt/vocalis : Charles William</i>
17	Lokasi : Arau <i>mini waterpark</i> Mengambil kolam dewasa (ECU) Cut to	<i>Where you wanna be</i> <i>Cipt/vocalis : Charles William</i>
18	Lokasi : Arau <i>mini waterpark</i> Mengambil shoot full arau <i>mini waterpark</i> (BE) Cut to	<i>Where you wanna be</i> <i>Cipt/vocalis : Charles William</i>
19	Lokasi : Arau <i>mini waterpark</i> Penutup Shoot menjauhi lokasi Cut to	<i>Where you wanna be</i> <i>Cipt/vocalis : Charles William</i>









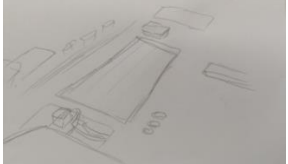

b. Storyboard



Tabel 2. Perancangan Storyboard video promosi Arau mini waterpark

Scene	Sketsa	Visual	Text	Sound	Durasi	Shot Size
1			View lokasi Arau mini waterpark	<i>Where you wanna be</i> Cipt/vocalis : Charles William	4	ELS
2			View gerbang Arau mini waterpark	<i>Where you wanna be</i> Cipt/vocalis : Charles William	2	MLS
3			Penyambutan receptionist pada pengunjung	<i>Where you wanna be</i> Cipt/vocalis : Charles William	3	MLS
4			Ruang receptionis pada pembelian tiket masuk	<i>Where you wanna be</i> Cipt/vocalis : Charles William	3	MLS

5			Wahana air Arau mini waterpark	<i>Where you wanna be Cipt/vocalis : Charles William</i>	3	ELS
6			Wahana prosotan Arau mini waterpark	<i>Where you wanna be Cipt/vocalis : Charles William</i>	3	ELS
7			View wahana air Kapal besar Arau mini waterpark	<i>Where you wanna be Cipt/vocalis : Charles William</i>	5	ELS
8			View kolam berenang Arau mini waterpark	<i>Where you wanna be Cipt/vocalis : Charles William</i>	5	ELS
9			View wahana air kapal besar	<i>Where you wanna be Cipt/vocalis : Charles William</i>	5	ELS, MLS

10			View kolam anak dari atas	<i>Where you wanna be Cipt/vocalis : Charles William</i>	5	ELS, MLS
11			View kebahagiaan anak	<i>Where you wanna be Cipt/vocalis : Charles William</i>	4	MLS
12			View Suasana Restaurant	<i>Where you wanna be Cipt/vocalis : Charles William</i>	2	MLS
13			View pintu masuk restaurant	<i>Where you wanna be Cipt/vocalis : Charles William</i>	3	MLS
14			View suasana arau dari atas	<i>Where you wanna be Cipt/vocalis : Charles William</i>	2	ELS

15			View suasana restaurant	<i>Where you wanna be Cipt/vocalis : Charles William</i>	1	MLS
16			View bersantai dan berdiskusi bersama teman	<i>Where you wanna be Cipt/vocalis : Charles William</i>	1	MLS
17			View Restaurant	<i>Where you wanna be Cipt/vocalis : Charles William</i>	1	MLS
18			View bersama keluarga	<i>Where you wanna be Cipt/vocalis : Charles William</i>	3	MLS
19			Pengambilan seluruh Arau mini waterpark dari atas	<i>Where you wanna be Cipt/vocalis : Charles William</i>	2	ELS

20			Penutupan view Arau mini waterpark	<i>Where you wanna be</i> <i>Cipt/vocalis : Charles</i> <i>William</i>	2	ELS
Total durasi video Arau mini waterpark					60 detik	

Keterangan :

BE : *Bird Eye*

ELS : Ekstrim Long Shot

MLS : Medium long Shot

CU : Close UP

MCU : Medium close UP

ELS : Extrim Long Shot

MS : Medium Long Shot

LS : Long Shot

1. Tahap Produksi

Tahap produksi video promosi arau mini waterpark dilaksanakan sesuai jadwal yang telah ditentukan dengan tim produksi. Dalam tahap ini kegiatan yang dilakukan adalah proses pengambilan video di lokasi arau mini waterpark, gambar yang diambil sesuai dengan *storyline* dan *storyboard* yang dirancang.

2. Tahap Pasca Produksi

Tahap ini dilakukan setelah selesai pengambilan gambar berupa video yang akan digabungkan melalui proses editing, proses ini disesuaikan dengan skenario yang telah dibuat sebelumnya. Sehingga hasil editing sesuai dengan perencanaan ide yang telah ditentukan pada tahap pra produksi.

Final Desain dari perancangan video promosi arau *mini waterpark* Yang berdurasi 1 menit. Berikut adalah cuplikan dari video promosi Arau mini waterpark



Gambar 1. Bumper tagline arau mini waterpark
Doc. Rizky Maulana Putra 2019

Pembukaan video ini diawali dengan view dari atas menuju Arau mini waterpark.



Gambar 2. Gerbang Arau *mini waterpark*
Doc. Rizky Maulana Putra 2019

Scene ini menampilkan tempat Arau mini waterpark merupakan sumber informasi *sign* arau *mini waterpark*.



Gambar 3. Desain bangunan Arau *mini waterpark*

Doc. Rizky Maulana Putra 2019

Scene ini memperlihatkan interior bangunan dan menjelaskan informasi tempat arau mini waterpark.



Gambar 4. View prosotan Arau *mini waterpark*

Doc. Rizky Maulana Putra 2019

Scene ini menampilkan wahana prosotan arau mini waterpark



Gambar 5. View kapal besar Arau *mini waterpark*

Doc. Rizky Maulana Putra 2019

Scene ini menampilkan view kapal besar yang ada di arau mini waterpark



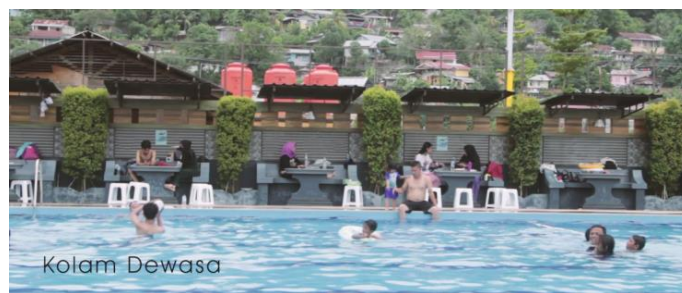
Gambar 6. View moment bersama teman Arau *mini waterpark*
Doc. Rizky Maulana Putra 2019

Scene ini menampilkan moment berkumpul,berdiskusi bersama teman di restaurant arau *mini waterpark*.



Gambar 7. View cafe dan restaurant Arau *mini waterpark*
Doc. Rizky Maulana Putra 2019

Scene ini menampilkan view di sudut cafe dan restaurant arau *mini waterpark*



Gambar 8. Kolam dewasa Arau *mini waterpark*
Doc. Rizky Maulana Putra 2019

Scene ini menggambarkan suasana di kolam dewasa arau *mini waterpark*



Gambar 9. View full dari ketinggian Arau *mini waterpark*
Doc. Rizky Maulana Putra 2019

Scene ini memperlihatkan bagaimana suasana arau *mini waterpark* dari ketinggian.



Gambar 10. Ending Arau *mini waterpark*
Doc. Rizky Maulana Putra 2019

Scene ini ending dari video promo yang memperlihatkan logo arau mini waterpark

2. Media Pendukung

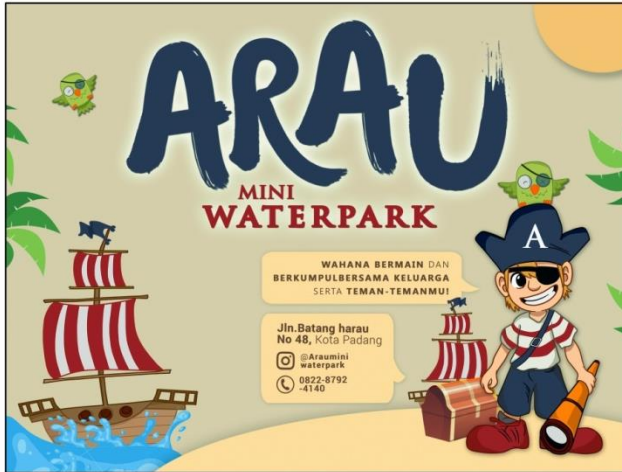
Beberapa media pendukung sebagai berikut :

1. Poster



Gambar 10. Poster Arau *mini waterpark*
Doc. Rizky Maulana Putra 2019

2. Baliho



Gambar 11. Baliho Arau *mini waterpark*
Doc. Rizky Maulana Putra 2019

3. Stiker



Gambar 12. Stiker Arau *mini waterpark*
Doc. Rizky Maulana Putra 2019

4. Baju kaos



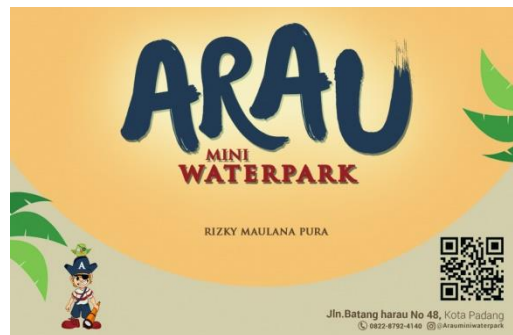
Gambar 13. Baju kaos Arau *mini waterpark*
Doc. Rizky Maulana Putra 2019

5. Handuk

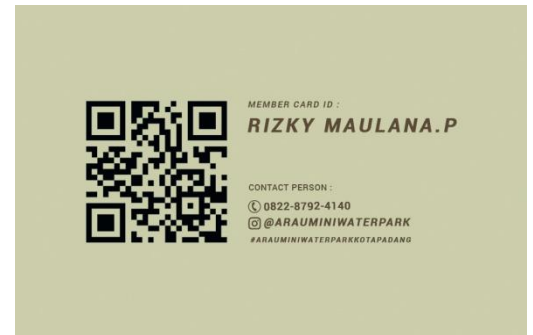


Gambar 14. Handuk Arau *mini waterpark*
Doc. Rizky Maulana Putra 2019

6. *Member Card*



Tampak depan



Tampak Belakang

Gambar 15. *Member card* Arau *mini waterpark*
Doc. Rizky Maulana Putra 2019

7. Feed Instagram



Gambar 16. Feed Instagram Arau mini waterpark
Doc. Rizky Maulana Putra 2019

E. Kesimpulan dan Saran

1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan dari perancangan video promosi Arau *mini waterpark* Padang, penulis menarik kesimpulan bahwa, belum optimal dan kurang efektif dan komunikatifnya strategi promosi yang dilakukan sehingga belum menjangkau target yang di harapkan, karena promosi yang dilakukan banyak kekurangan dan keterbatasan.

Maka dari itu penulis merancang sebuah video promosi Arau *mini waterpark* Padang Padang yang bisa menjangkau luas target *audience*. Proses perancangan video dikerjakan secara berurutan, sesuai dengan proses pembuatan video dimulai dari pembuatan ide, *storyline*, *storyboard*, pengambilan video, proses editing dan tahap akhir yaitu *rendering*.

Video promosi Arau *mini waterpark* Padang menginformasikan fasilitas, informasi dan 3 wahana air yang ada di Arau *mini waterpark* Padang, dijadikan video berdurasi 60 detik yang akan di unggah dengan menggunakan media *social instagram*.

Dengan menonton video promosi Arau *mini waterpark* Padang target *audience* mulai tertarik dan tahu dimana lokasi Arau *mini waterpark* Padang.

2. Saran

- a. Diharapkan kepada Arau *mini waterpark* Padang lebih meningkatkan promosi dalam segi media cetak maupun media periklanan. Agar masyarakat bisa tahu dimana dan bagaimana Arau *mini waterpark* Padang. banyak masyarakat khusus nya di kota Padang yang belum mengetahui di mana letak lokasi Arau *mini waterpark* Padang.
- b. Dalam strategi promosi Arau *mini waterpark* Padang masih belum mengoptimalkan promosi dalam media sosial, sangat disayangkan karena pada saat ini strategi yang sangat efektif dan komunikatif adalah media sosial seperti instagram, facebook, dan youtube.

Daftar rujukan

- Al-Farisi, M. F., & Heldi, I. D. (2019). Perancangan Audio Visual Promosi Cafe Kapatoman, Taruko-Kabupaten Agam. *Dekave: Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 8(3).
- Affeby Deputra, I., Heldi, M. S., & Ariusmedi, M. S. (2018). Perancangan Media Audio Visual Promosi Wisata Bukit Aua Sarumpun Kabupaten Tanah Datar. *Dekave: Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 8(1).
- Handayani, Y., Heldi, I. D., & Si, M. (2015). Film Dokumenter Wisata Religi Basapa Di Ulakan, Kabupaten Padang Pariaman. *DEKAVE: Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 3(1).
- Oktavianus, Y., & Kamal, M. N. (2019). Video Promosi Wisata Kuau Kuliek Nagari Sungai Buluah. *Dekave: Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 8(4).
- Fajar, I., Kamal, N., Faisal, D., Ds, S., & Ds, M. (2017). Perancangan Video Promosi Cafe Ombewok. *Dekave: Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 5(2).
- Pratama, H. Y., Syafwandi, M. S., & Trinanda, R. (2019). Video Promosi Wisata Kabupaten Kerinci. *Dekave: Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 8(3).