

Perancangan Video Agrowisata Sawah Solok Sebagai Media Promosi

D.Ravi Derajat¹, Eliya Pebriyeni²
Program Studi Desain Komunikasi
VisualFBS Universitas Negeri Padang

Email: dovindasaja@gmail.com

ABSTRAK

Kota solok adalah salah satu kota di Provinsi Sumatra Barat yang secara geografis cukup unik, yaitu kota ini mempunyai berbagai tempat lokasi wisata. Keanekaragaman ini dimunculkan eksotisme alam sehingga dapat dijadikan obyek wisata. Oleh sebab itu sebagai pengenalan pariwisata kota Solok Sumatra Barat sekaligus untuk memajukan sektor pariwisata di Kota solok ,penulis menuangkannya dalam bentuk perancangan promosi wisata Agrowisata berbasis videografi. Metode penelitian menggunakan metode kualitatif dengan teknik pengumpulan data menggunakan observasi,wawancara, dan eksisting. Konsep yang digunakan dalam perancangan adalah “promosi”. Artinya konsep wisata Sawah Solok memiliki keindahan dan keunikan disetiap lokasi wisatanya. Konsep akan diaplikasikan pada setiap perancangan yang meliputi video dan media pendukung lainnya. Hasil dari pembuatan video dan media promosi terhadap wisata agro ini adalah sebagai upaya pengenalan pariwisata di Kota Solok untuk menarik wisatawan berkunjung. Selain itu mempromosikan wisata agro yang dapat dinikmati diberbagai media. Perancangan menghasilkan media utama yaitu Video tentang keindahan alam Sawah Solok dan juga didukung oleh beberapa media pendukung lainnya yaitu: poster, *t-shirt*, banner, stiker,mug, dan tote bag sebagai penunjang media utama dan sebagai media promosi.

Kata Kunci: Video, Promosi, Agrowisata, Sawah Solok

Designing Sawah Solok Agro-tourism Video as a Promotion Media

D.Ravi Derajat¹, Eliya Pebriyeni²
Program Studi Desain Komunikasi Visual
FBS Universitas Negeri Padang
Email: dovindasaja@gmail.com

ABSTRACT

Solok City is one of the cities in West Sumatra Province which is geographically quite unique, that is, this city has various tourist sites. This diversity gives rise to natural exoticism so that it can be used as a tourist attraction. Therefore, as an introduction to tourism in the city of Solok, West Sumatra as well as to advance the tourism sector in the city of Solok, the authors put it in the form of designing a videography-based agro tourism promotion. The research method used qualitative methods with data collection techniques using observation, interviews, and existing. The concept used in the design is "promotion". This means that the concept of Sawah Solok tourism has a beauty and uniqueness in every tourist location. The concept will be applied to each design which includes video and other supporting media. The result of making videos and promotional media for agro tourism is an effort to introduce tourism in Solok City to attract tourists to visit. Besides promoting agro tourism which can be enjoyed in various media. The design produces the main media, namely videos about the natural beauty of Sawah Solok and is also supported by several other supporting media, namely: posters, t-shirts, banners, stickers, mugs, and tote bags as supporting main media and as promotional media.

Keywords: Video, Promotion, Agro-tourism, Sawah Solok

A. Pendahuluan

Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata yang didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan masyarakat, pengusaha, Pemerintah dan Pemerintah Daerah. Secara garis besar, Pariwisata terbagi atas 2 macam yaitu wisata alam dan wisata budaya. Di Sumatera Barat sendiri terdapat banyak destinasi wisata yang tak kalah menarik dari lokasi wisata dari daerah lainnya, seperti pantai cerocok, Kawasan wisata mandeh, jantang saribu, pulau angso duo, lembah harau, istana pagaruyuang, jam gadang, danau kembar di solok, dan lain-lain.

Solok selain disebut sebagai kota penghasil beras, kota yang berbudaya juga terdapat berbagai potensi wisata, yang patut untuk diperhitungkan, karena Solok terdapat banyak objek wisata yang dapat dikunjungi dan memiliki pemandangan alam yang indah seperti: Pulau Belibis, Puncak Klasik, Laing Park, Solok Water Park, dan yang terakhir destinasi wisata terbarunya yaitu Agrowisata Sawah Solok.

Kawasan Agrowisata Sawah Solok ditandai dengan Ladmark "SAWAH SOLOK" sepanjang 25m dengan tinggi 4m, terlihat jelas dari jalur lintas Sumatra. Agrowisata Sawah Solok, Obyek yang sedang hits dikota Solok bahkan ramai media sosial ini berlokasi di Lukah Pandan, tak jauh dari batas kota Solok dengan Selayo. Disini para pengunjung akan dapat melihat indahnya pemandangan, hamparan sawah hijau yang sangat luas dan berlatarkan bukit barisan di arah barat, disebelah utara berbatasan dengan

Balai Kota Solok, Ampang Kualo dan Tanah Garam dari kejauhan, dan dari arah selatan terlihat Nagari Selayo yang merupakan belahan dari nagari solok. Berada di sawah solok membawakan nuansa alam dengan hamparan sawah yang menghiju dengan deras nya irigasi Banda Tengah (sungai yang mengalir ditengah sawah) yang asri dan bersih. disela sawah pun juga ada dangau yang bisa dinikmati pengunjung untuk melepas penat sambil menikmati pemandangan alam Sawah Solok.

Agrowisata Sawah Solok digunakan untuk memperkenalkan ikon nagari solok dengan berasnya yang terkenal yaitu “Bareh Solok”, selain itu juga dapat dimanfaatkan untuk edukasi baik oleh pelajar ataupun mahasiswa, petani dan masyarakat yang ingin berdiskusi tentang pengelolaan Mina Padi maupun pengelolaan kelompok tani.

Kelebihan dari objek wisata ini dibanding objek wisata lain yaitu, berlokasi di tempat strategis, walaupun kawasan pertanian, namun letaknya terdapat di perlintasan antar kota dan tentu saja mudah di akses. Wisatawan juga dapat menemukan kondisi yang berbeda setiap bulannya, rata-rata umur padi 80 hari maka yang dijumpai adalah hamparan sawah hijau, saat datang musim panen yang ditemui adalah sawah yang menguning, setelah panen banyak event – event yang diadakan seperti Tulak bala (doa-doa agar terhindar dari hama) , Basikakeh Roda Basi (balapan mesin bajak), Basilumuih atau silaturrahi silat tradisional sumatera barat, Lomba foto keindahan alam sawah solok, Batuang gilo (bambu gila), Pacu upiah (lomba balap pelepah pinang) dan Pacu baluik (pacu belut).

Tidak hanya disuguhkan dengan hamparan sawah, sawah-sawah disini juga memiliki sistem mina padi. Dimana selain bisa untuk bertanam padi, sawah disini juga dilepas bibit ikan sehingga baik padi maupun ikan tumbuh bersamaan. Pengunjung juga diperbolehkan untuk memberi makan ikan yang berkeliaran disela-sela rumpun padi yang menjadikan daya tarik tersendiri dari destinasi ini, tentu saja menjadi tujuan yang tepat bagi wisatawan untuk menikmati indah nya alam Agrowisata Sawah Solok. Berdasarkan data statistik yang diperoleh dari Dinas Pariwisata setempat kunjungan wisatawan terhadap kunjungan daya tarik wisata secara general di Pulau Belibis, Puncak Klasik, Laing Park, Solok Water Park, dan Sawah Solok, maka Sawah Solok masih 50% lebih rendah dibanding kurva di Solok Water Park. Hal ini menjadi dasar yang kuat bahwa Sawah Solok perlu dikaji lebih jauh mengenai potensi daya tarik wisata yang dimiliki.

Permasalahan utama dari destinasi agrowisata sawah solok ini adalah karena ketatnya persaingan destinasi wisata dalam menarik wisatawan dan minimnya informasi, masyarakat maupun wisatawan biasanya hanya tahu tentang nama dan lokasi tersebut, tanpa mengetahui secara jelas event yang ada dan sarana prasarana yang tersedia. destinasi ini mayoritas dari pengunjung hanya ramai dari wisatawan lokal solok dan sekitarnya saja, masih banyak wisatawan-wisatawan diluar sana yang mengetahui destinasi agro wisata yang masih terbilang baru ini. kurangnya media promosi sehingga memperlambat perkembangan insfastruktur dan fasilitas yang terdapat pada Sawah Solok ini.

Dinas yang bergerak di bidang kepariwisataan telah berusaha mengeluarkan berbagai media promosi untuk menarik wisatawan, Salah satunya adalah video promosi wisata alam di Kota Solok, namun bentuk video yang dikeluarkan masih bersifat umum, karena dalam video tersebut memasukan berbagai macam destinasi wisata dan belum menjelaskan secara spesifik mengenai Agrowisata Sawah Solok. Untuk itu diperlukanlah adanya video promosi yang menjelaskan secara terperinci mengenai Agrowisata Sawah Solok agar menunjang dan meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan baik dari dalam maupun dari luar solok itu sendiri.

Pada media Desain Komunikasi Visual, Video digunakan sebagai media utama. Media Audio Visual merupakan alat bantu untuk memperkenalkan suatu produk atau jasa, memberikan informasi, serta mempengaruhi target audien untuk tertarik kepada produk yang ditawarkan (Arizka A, Syafwandi, Riri Trinanda : 2015).

Objek wisata ini sangat berpotensi untuk dikembangkan, maka dari itu Perancangan promosi video agrowisata sawah solok ini akan dikemas secara informatif dan komunikatif dengan mengangkat keindahan alamnya di objek wisata sawah solok dan merekam kehidupan masyarakat sekitar dengan kegiatan keseharian, aktivitas pengunjung , dan juga keindahan alam dalam sebuah video berdurasi 2.30 menit. Perancangan video promosi agrowisata Sawah Solok ini diperuntukan bagi wisatawan dari luar daerah sehingga dapat dipergunakan sebagai referensi destinasi wisata keterbarukan.

Oleh karena itu penulis sebagai Videografer memilih “**Perancangan Video Promosi Agrowisata Sawah Solok Sebagai Media Promosi**” sebagai judul karya akhir.

B. Metode Perancangan

Metode perancangan merupakan cara atau tahapan yang digunakan dalam sebuah proses perancangan. Metode perancangan yang penulis gunakan yaitu metode *glass box*. Karakteristik umum *glass box* yaitu pertama, Objektif, variabel, dan kriteria ditentukan terlebih dahulu. Kedua, Analisis dilengkapi atau setidaknya dilakukan sebelum solusi-solusi ditemukan. Ketiga, Evaluasi sebagian besar berbentuk linguistik dan logis. Keempat, strategi-strategi ditentukan terlebih dahulu, pada umumnya sekwensial namun di dalamnya dapat mengandung operasi-operasi khusus, dan daur ulang (Abioso 2017:6).

Untuk memperkuat analisis perlu didukung dengan metode analisis pada Perancangan Media Promosi Wisata Kota Solok Melalui Audio Visual. Analisis yang digunakan penulis adalah analisis 5W+1H. menurut Dereli (2010) metode *What* (apa), *Where* (dimana), *When* (kapan), *Who* (who), *Why* (kenapa), dan *How* (bagaimana)

1. What (Apa permasalahannya?)

Kata tanya disini berisikan pertanyaan mengenai permasalahan yang terjadi. Adapun permasalahannya yaitu analisis perancangan karya video Agrowisata Sawah Solok sebagai media promosi.

2. When (Kapan terjadi?) Berisikan pertanyaan mengenai

kapan waktu yang tepat untuk merancang video promosi Agrowisata Sawah Solok. Waktu yang digunakan dalam perancangan karya ini adalah pada bulan Desember 2020, yaitu sebelum dan setelah memasuki masa panen padi.

3. **Where (dimanakah masalah ini terjadi?)**

Mengandung pertanyaan tentang lokasi dimana video promosi ini dirancang. Lokasi pada perancangan ini berada di Sawah Solok IX Korong, Lubuk Sikarah, Kota Solok.

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

Target audiens dari video promosi pariwisata sawah solok ini adalah wisatawan dengan rentang usia 16-50 tahun.

5. **Why (kenapa video promosi ini dirancang?)**

Alasan utama video ini dirancang adalah sebagai media untuk menunjang promosi dan meningkatkan perhatian wisatawan agar datang mengunjungi agrowisata Sawah Solok.

6. **How (bagaimana mengatasi masalah)**

Penulis mencoba mengatasi masalah dengan merancang strategi yang mampu menarik perhatian wisatawan. Penulis akan merancang video promosi pariwisata Sawah Solok dengan tujuan meningkatkan jumlah kunjungan.

C. Pembahasan

1. Pembahasan Media Utama

Perancangan video promosi agrowisata Sawah Solok , terdapat beberapa unsur berupa Audio Visual dalam beberapa scene yang disatukan dalam sebuah video pendek penuh makna ,jadi audience dapat menangkap maksud dan tujuan video tersebut hanya melalui tampilan scene pada video promosi Agrowisata Sawah Solok.

Video promosi agrowisata Sawah Solok ini ditayangkan pada berbagai platform sosial media seperti *Youtube*, *Instagram* ataupun *Facebook* dan juga berbagai media lainnya sebagai media pendukung dalam menunjang jumlah viewer dengan tujuan sebagai media promosi. Sehingga video promosi ini bisa dilihat oleh berbagai kalangan wisatawan yang ingin berkunjung ke Kota Solok , baik itu wisatawan lokal maupun wisatawan dari luar daerah, karena informasi mengenai Agrowisata Sawah Solok dapat dengan mudah diakses melalui berbagai platform media sosial.

Dalam perancangan video promosi Agrowisata Sawah Solok ini menampilkan berbagai unsur visual yang memanjakan mata mulai dari tampilan Sawah Solok secara luas, kegiatan-kegiatan keseharian masyarakat setempat, aktivitas-aktivitas pengunjung, Fasilitas penunjang wisata,hewan-hewan seperti bebek dan ikan, kemudian atraksi silat dari dua orang pemuda. Adapun maksud dan tujuan dari

pembuatan dari video promosi agrowisata sawah solok ini adalah untuk memberikan informasi kepariwisataan, memperkenalkan serta mempromosikan obyek agrowisata sawah solok kepada *target audience*.

2. Pembahasan Media pendukung

Dalam mempromosikan destinasi Agrowisata Sawah Solok, video promosi ditunjang dengan berbagai media pendukung untuk menaikkan grafik kunjungan. Media pendukung berisikan informasi seputar destinasi agrowisata sawah solok dan disesuaikan berdasarkan fungsi utama dari masing-masing media pendukung.

a. Banner

Suatu media promosi yang efisien dengan tampilan desain menarik dan sederhana, biasa diposisikan di tempat strategis agar lebih mudah dilihat.

Ukuran : 60x160 cm

Material : *Vynil*

Jumlah 1

Biaya pembuatan : Rp 50.000

b. Poster

Poster merupakan media cetak yang menginformasikan suatu informasi yang dicetak persegi dan ditempatkan pada tempat-tempat strategis agar masyarakat dapat membacanya.

Ukuran : 60x40 cm
Material : *Vynil*
Jumlah 1
Biaya pembuatan : Rp 35.000

c. Sticker

Adalah sebuah media kertas yang dapat ditempelkan pada bidang bidang datar, contohnya pada kaca – kaca mobil agar lebih efisien dalam penggunaannya.

Ukuran : 5x5 cm
Material : *Vynil*
Jumlah 150
Biaya pembuatan : Rp 25.000

d. Baju kaos

Baju kaos juga dapat digunakan sebagai media promosi dengan menyablonkan hal yang ingin ditampilkan dan dapat memberikan ketertarikan pada orang lain.

Ukuran : 60x40 cm
Material : *kain*
Jumlah 4
Biaya pembuatan : Rp 300.000

e. Mug

Mug merupakan gelas bertangkai yang bisa digunakan sebagai media promosi dengan menampilkan gambar promosi Sawah Solok.

Ukuran : 10x8 cm
Material : keramik
Jumlah 3
Biaya pembuatan : Rp 150.000

f. Tote Bag

Tote bag merupakan tas sandang dengan ukuran 35x35cm berbahan kain. Sangat mudah untuk dibawa kemanapun karena ukuran tas yang tidak terlalu besar.

Ukuran : 35x25cm cm
Material : kain
Jumlah 3
Biaya pembuatan : Rp 240.00

g. Pin dan Gantungan kunci

Pin dan gantungan kunci merupakan aksesoris yang biasa ditempelkan atau digantung pada media tas dan dapat juga digunakan sebagai *souvenir* yang praktis.

Ukuran : 5x5cm cm
Material : aluminium

Jumlah

10

Biaya pembuatan : Rp 55.000

h. Cover CD

Cover CD merupakan sebuah kotak *case* dari piringan CD.

Pada case dan piringan CD didesain mengikuti tema dari video

Promosi Agrowisata Sawah Solok.

Ukuran : 12x12cm cm

Material : stiker

Jumlah 3

Biaya pembuatan : Rp 30.000

3. Final Desain

a. Video

Durasi	Script	Storyboard
00.00 - 00.03	Menampilkan tagline video promosi berjudul "WONDERFUL SAWAH SOLOK".	
00.03 - 00.12	Memperlihatkan areal persawahan secara keseluruhan dan ditandai dengan landmark SAWAH SOLOK.	

00.12 - 00.21	Adegan dibuka dengan menampilkan seorang wisatawan wanita yang sedang berjalan santai menikmati indahnya bentang alam Sawah Solok.	
00.22 - 00.27	Scene menampilkan para pria dewasa mencoba untuk menahan bambu yang tidak terkendali di event Batuang Gilo.	
00.28 - 00.30	Adegan berlanjut kepada seorang fotografer yang sedang memotret keadan sekitar areal persawahan.	
00.31 - 00.33	Adegan berpindah kepada seorang pendekar silat yang sedang memperagakan sebuah gerakan silat.	
00.38 - 00.44	Menampilkan seorang pendekar silat sedang berjalan dengan background landmark SAWAH SOLOK.	

00.45 - 00.48	Scene yang menampilkan beberapa anak-anak yang sedang bermain lumpur di areal persawahan kosong.	
00.49 - 00.54	Menampilkan event lomba pacu baluik yang diikuti para ibu-ibu petani.	
00.55 - 01.29	Menampilkan scene sang fotografer bertemu dan berkenalan dengan wanita wisatawan tersebut.	
01.29 - 01.35	Menampilkan scene lomba balapan mesin bajak.	
01.36 - 01.40	Scene kedua pendekar silat melakukan adegan bertarung saling membanting di sawah.	

01.41 - 01.49	Scene menampilkan event pacu upiah dimana dua orang pria sedang berlarian menarik anak-anak menggunakan pelepah pinang.	
01.50 - 01.57	Scene menampilkan prosesi acara <i>Tulak Bala</i> yang diikuti oleh masyarakat petani diawali dengan berjalan di pematang sawah, kemudian berdo'a Bersama.	
01.58 - 02.13	Sang fotografer dan wanita tersebut saling bercengkrama dan menikmati indahnya alam sawah solok Bersama	
02.14 - 02.16	Scene ditutup dengan Kedua pendekar silat bersalaman dan berdamai dan saling membersihkan diri di sungai	
02.17 – 02.19	Di akhir scene ditutup dengan logo Wonderful Indonesia, Logo Pariwisata Kota Solok dan Logo Sponsor lainnya.	

02.19 – 02.23	Tampilan logo Visit Kota Solok dan logo cupipin yang ditampilkan di ending video	
02.24 - 02.30	Video ditutup dengan logo-logo sponsor video	<p style="text-align: center;">Special Thanks To :</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;">    </div>

b. Poster



c. Baju kaos



d. Banner

Feel Free To Explore The Wonderful Sawah Solok

Wonderful
SAWAH SOLOK
The Heart Of Solok

Datang dan kunjungi destinasi Agrowisata Sawah Solok, temukan berbagai event - event wisata yaitu :

- Basikakeh Roda Basi
- Pacu Baluik
- Pacu Upiah
- Batuang Gilo
- Basilumuih Silek Tuo

Scan Kode QR ini

PESERTA indonesia
Cupipin

WWW.DINASPARAWISATASOLOK.GO.ID

e. Stiker



f. Mug



g. Tote Bag



h. Pin dan gantungan kunci



i. Cover CD



D. Penutup

1. Kesimpulan

Berdasarkan pada hasil perancangan video promosi Agrowisata Sawah solok. Karya ini dimulai dari riset terlebih dahulu mengenai apa itu Agrowisata Sawah Solok, apa istimewanya dan apa masalah yang terdapat pada destinasi ini. Sehingga penulis perlu melakukan proses observasi, wawancara dan dokumentasi langsung ke lokasi dan ke Dinas Pariwisata setempat. Kegiatan ini tentunya dibutuhkan sebagai cara untuk memperoleh informasi dan solusi dalam perancangan.

Perancangan video promosi Agrowisata Sawah Solok bertujuan untuk mengekspos destinasi ini agar lebih dikenal oleh masyarakat sekitar maupun luar daerah, apa saja fasilitas-fasilitas nya serta event-event yang terdapat di lokasi ini tentunya akan dikemas secara menarik dalam sebuah karya sehingga menimbulkan rasa penasaran dari *target Audience* dan tertarik untuk mengunjungi destinasi Agrowisata Sawah solok.

Sebagian masyarakat mengetahui Sawah Solok hanya sebagai tempat menanam padi tanpa tahu sebenarnya bahwa Sawah Solok juga termasuk destinasi wisata unggulan Kota Solok yang berjenis Agrowisata. Video Agrowisata Sawah Solok dikemas dalam bentuk video yang diperkuat dalam kejadian bercerita secara visual. Disini ditampilkanlah seorang wanita sebagai peran utama yang melakukan

kegiatan wisata, wanita tersebut diceritakan berjalan di pematang sawah sambil menikmati pemandangan alam Sawah Solok dan indahnya suasana padi yang bergoyang dihembus angin, ditengah perjalanan wisata ia berkenalan dengan seorang fotografer yang kebetulan sedang melakukan *hunting* foto. Mereka kemudian menjadi akrab dan melakukan kegiatan wisata Bersama. Pada video Agrowisata Sawah Solok ini juga menampilkan keunikan yang membuat destinasi ini berbeda dengan kebanyakan sawah-sawah lainnya, yaitu *event-event* tahunan pasca panen seperti : *Tolak Bala, Basikakeh Roda Basi, Silek Tuo Basilumuih, Pacu upiah dan Pacu baluik.*

Video promosi Agrowisata Sawah Solok ini juga terdapat beberapa media pendukung seperti poster, banner, baju kaos, stiker, mug, dan tote bag. Media pendukung ini berfungsi sebagai media pelengkap promosi dan diharapkan dapat menarik perhatian dari *target audience.*

2. Saran

1. Bagi pemerintah disarankan agar lebih meningkatkan promosi berkala dan memberikan pemahaman kepada masyarakat bahwa destinasi Agrowisata Solok ini tak kalah menarik dibandingkan destinasi *hits* luar daerah.
2. Bagi masyarakat agar lebih mencintai destinasi wisata lokal, dan meningkatkan jumlah kunjungan sehingga pemerintah mampu membangun infrastruktur yang lebih baik lagi.

DAFTAR RUJUKAN

- Andi Fachrudin. 2014. Dasar-Dasar Produksi Televisi. Jakarta. Kencana Prenada Media Group.
- Ardianto Herdhi. 2016. Perancangan Video Promosi “Mengenal Sejarah di atas Rel.Salatiga : Universitas Kristen Satya Wacana Salatiga.
- A.S.C, Joseph V.Mascelli. (1987). Sinematografi. Jakarta : Cine/Grafic Publications Hollywood, California 90028.
- Blain Brown, Cinematography Theory and Practice, (tnp: Oxford, Focal Press,2007).
- Buchory, H. A., & Saladin, D. (2010). Manajemen Pemasaran: Teori, Aplikasi & Tanya Jawab. Jakarta: Linda Karya
- Degey, Septinus. T Arie Setiawan dan Anthony Tumimomor .2016. Perancangan Video Promosi Pariwisata Kab. Nabire (Studi Kasus : Dinas Kebudayaan, Pemuda, Olah Raga, dan Pariwisata Nabire). Salatiga : Universitas Kristen Satya Wacana. Artikel Ilmiah :9
- 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.
- Kotler, Philip dan Amstrong, Gary, (2014), Principles of Marketin, 12th Edition, Jilid 1 Terjemahan Bob Sabran Jakarta : Erlangga.
- Munir. (2013). Multimedia: Konsep dan Aplikasi dalam Pendidikan. Bandung: Alfabeta.
- Purwono joni.2014. Penggunaan Media Audio-Visual Pada Mata Pelajaran Ilmu Pengetahuan Alam Di Sekolah Menengah Pertama Negeri 1 Pacitan.Semarang : pascasarjana UNS.
- Ratna,Laila Swari.2016. Perancangan Video Promosi “Jelajah Pantai Tulungagung” Untuk Menunjang Potensi Wisata Pantai Di Kabupaten Tulungagung. Surabaya : Jurusan Desain Produk Industri Institut Teknologi Sepuluh Nopember.
- Wina, Sanjaya. 2010. Strategi Pembelajaran Berorientasi Standar Proses Pendidikan. Jakarta: Kencana.