

**PERANCANGAN PROMOSI PESONA ALAM BUKIT LANGKISAU WEST
SUMATERA MELALUI AUDIO VISUAL**

JURNAL



Oleh:

**RINDU WANDARA
1205499/2012**

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
JURUSAN SENI RUPA
FAKULTAS BAHASA SASTRA DAN SENI
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
Wisuda Periode Maret 2017**

PERSETUJUAN JURNAL


**PERANCANGAN PROMOSI PESONA ALAM BUKIT LANGKISAU
WEST SUMATERA MELALUI AUDIO VISUAL**

RINDU WANDARA


Artikel ini disusun berdasarkan laporan karya akhir “Perancangan Promosi Pesona Alam Bukit Langkisau *West* Sumatera Melalui Audio Visual” untuk persyaratan wisuda periode Maret 2017 yang telah diperiksa dan disetujui oleh kedua dosen pembimbing.

Padang, 3 Februari 2017

Dosen Pembimbing I


Dr. Syafwandi, M.Sn
NIP. 19600624.198602.1.003

Dosen Pembimbing II


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

PERANCANGAN PROMOSI PESONA ALAM BUKIT LANGKISAU WEST SUMATERA MELALUI AUDIO VISUAL

Rindu Wandara¹, Dr. Syafwandi, M.Sn², Eliya Pebriyeni, S.Pd, M.Sn³
Program Studi Desain Komunikasi Visual
Jurusan Seni Rupa
FBS Universitas Negeri Padang
E-mail: darawandara301@gmail.com

Abstrak

Bukit Langkisau merupakan salah satu wisata yang dikenal dengan objek yang asri dan menyediakan tempat-tempat yang bisa memanjakan mata, akan tetapi banyak masyarakat yang belum mengetahui tentang keberadaan, aktifitas dan keindahan dari Bukit Langkisau. Video merupakan suatu dokumentasi yang diolah secara kreatif yang merupakan salah satu media komunikasi *modern* dengan menampilkan penggabungan gambar bergerak dan suara, sehingga target *audience* dapat mengetahui lebih jelas informasi yang disampaikan. Target *audience* diharapkan bisa menjadi lebih tertarik untuk terus datang mengunjungi tempat wisata yang ada di Sumatera Barat khususnya di Pesisir Selatan yaitu Pesona Alam Bukit Langkisau dengan adanya penayangan video sebagai media utamanya dan di dukung dengan berbagai media pendukung. Metode analisis data dalam perancangan ini menggunakan metode 5W1H. W terdiri dari *What* (apa), *Who* (siapa), *Where* (dimana), *When* (kapan), *Why* (mengapa), dan *How* (bagaimana). Media utama dalam Karya Akhir ini adalah audio visual berupa video. Dan media pendukung dalam Karya Akhir ini adalah kalender, pin, *leaflet*, poster, baju kaos, stiker, gantungan kunci, dan spanduk.

Keyword : Video, Promosi, Bukit Langkisau

¹Mahasiswa penulis Laporan Karya Akhir Prodi Desain Komunikasi Visual untuk wisuda periode Maret 2017

²Pembimbing I, dosen FBS Universitas Negeri Padang

³Pembimbing II, dosen FBS Universitas Negeri Padang

Abstract

Langkisau hill is one of the known tourist with beautiful objects and provide places that could spoil the eye, but many people might not know about the existence, activities and the beauty of the hills Langkisau. Video is a creatively processed documentation which is one of the modern communications media by showing the incorporation of moving images and sound, so that the target audience can find out more information disampaikan. Target audience obviously expected to be more interested to keep coming to visit tourist attractions in West Sumatra, especially in the South Coast namely Pesona Alam Bukit Langkisau with their video views as its main media and supported by various supporting media. Methods of data analysis in the design of this method 5W1H. W consists of What (what), Who (who), Where (where), When (when), Why (why), and How (how). Major media in this thesis is the audio-visual form of video. And media support in this thesis is a calendar, pin, leaflet, posters, T-shirts, stickers, keychains, and banners.

Keyword: Video, Promotion, Langkisau Hill

A. Pendahuluan

Pada saat sekarang ini tempat wisata banyak dikunjungi oleh berbagai wisatawan mulai dari wisatawan asal daerah maupun dari luar daerah, seiring dengan perkembangan waktu tempat wisata selalu di hadirkan dan jadikan sebagai tempat ajang *refreshing* dengan keluarga tercinta dan para sahabat.

Bukit Langkisau merupakan salah satu tempat wisata yang lokasinya terletak di kota Painan, Sumatera Barat. Sebuah bukit kecil yang memiliki ketinggian mencapai 400 meter diatas permukaan laut dan terletak di Nagari Salido, Kota Painan. Dahulunya Bukit Langkisau ini hanya sebuah ladang cengkeh masyarakat setempat. Puncak Bukit Langkisau merupakan kawasan primadona Pesisir Selatan yang memiliki potensi wisata yang patut dikembangkan, karena daerah ini berada pada ketinggian sehingga masyarakat yang berkunjung dapat melihat pemandangan yang indah dan mempesona tentang Kota Painan dan Sago Kecamatan IV Jurai.

Selain itu alam bawah lautnya pun masih asli dan menarik untuk diselami para penyelam pemula. Bukit Langkisau memiliki keindahan yang luar biasa, sesampai dipuncak Bukit Langkisau kita bisa menyaksikan langsung sebuah keindahan panorama dan birunya lautan, disebelah Utaranya dapat terlihat nagari Salido dengan sungainya yang berliku sedangkan beralih kearah Timur akan terlihat susunan kota Painan yang indah, kemudian kearah Selatan terhampar teluk Painan yang tenang.

Berdasarkan penjelasan di atas penulis memilih salah satu media yang efektif untuk mengenalkan Pesona Alam Bukit Langkisau *West Sumatera* Melalui media Audio Visual, maksud dari media audio visual yaitu media promosi yang dikemas berupa video yang nantinya digunakan untuk kebutuhan promosi yang dilakukan oleh sebuah lembaga seperti UPTD dan Pariwisata setempat.

1. Promosi

Promosi program dan media penyiaran adalah kegiatan untuk mempertahankan *audience* dan menarik *audience* baru serta mengundang pemasang iklan. Kegiatan promosi diarahkan pada dua pihak, yaitu *audience* dan pemasang iklan. Melalui promosi, media penyiaran mencoba membujuk khalayak untuk tetap mengikuti program-program yang disiarkan dan sekaligus membujuk pemasang iklan untuk membeli waktu yang tersedia. Dalam <http://berbaubisnis.blogspot.com/2012/09/pengertian-dan-tujuan-promosi.html> diakses 21 Mei 2013) menyatakan promosi Menurut Tjiptono (2000:219) “Pada hakikatnya promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran”. Menurut J.Stanton (2000:219) menyatakan pendapat tentang promosi adalah “*we shall treat selling and promotion as synonymous terms although promotion is preferred*”. Istilah “*selling*” hanya berhubungan dengan transfer hak milik atau ia mencakup aktifitas-aktifitas para penjualan dan di dalamnya tidak termasuk pengiklanan atau metode-metode lain untuk menstimulasi permintaan.

2. **Audio Visual**

Audio visual merupakan proses penyampaian pesan atau informasi dari sumber kepada satu penerima atau lebih dengan cara memvisualisasikan sekaligus memperdengarkan isi pesan atau informasi kepada penerima dengan melalui media yang menunjangnya. Penyampaiannya melalui media elektronik. Contohnya seperti televisi, *VCD player*, *DVD player*, komputer dan lain-lainnya yang bisa digunakan untuk memvisualisasikan sekaligus memperdengarkan isi pesan dan informasi tersebut. Komunikasi visual bisa berbentuk film yang bersifat entertain maupun informatif dan iklan seperti yang kita sering lihat di televisi. Sebagai suatu program film bingkai sangat bervariasi. Panjang pendek film bingkai tergantung pada tujuan yang ingin tercapai dan materi yang ingin disajikan. Ada program yang selesai satu menit, tapi ada pula yang hingga satu jam atau lebih namun yang lazim, satu film bingkai suara (*sound slide*) lamanya berkisar antara 10 sampai 30 menit. Audio visual gerak yaitu, media yang dapat menampilkan unsur suara dan gambar bergerak seperti film dan video.

Audio Visual terbagi dari :

- ***Audio***

Audio merupakan suara atau bunyi yang dapat di hasilkan dari getaran suatu benda yang agar dapat di tangkap oleh Manusia minimal 20 kali/detik. Suara merupakan getaran yang di hasilkan dari gesekan, pantulan, dan yang lainnya antara benda-benda. Gelombang merupakan suatu getaran yang di dalamnya terdiri dari

amplitude dan waktu. Suara di bangun dengan periode yang berarti jika tidak dengan periode maka bukanlah suara. Audio merupakan elemen penting yang dapat ikut berperan di dalam membangun suatu system komunikasi dengan bentuk suata yang berupa suatu sinyal elektrik yang dapat membawa unsur-unsur bunyi. Audio terdiri dari beberapa tahapan yang diantaranya tahap dalam pengambilan suara, sambungan di transmisi yang di dalamnya mengandung bunyi, amplifier, dan yang lainnya.

audio terbagi dengan 3 jenis antara lain :

1. Audio Streaming

Audio Streaming merupakan istilah yang di pakai untuk dapat mendengarkan siaran langsung atau live menggunakan jaringan internet. Seperti menggunakan RealAudio, Winamp.

2. Audio Visual

Audio visual merupakan istilah yang di gunakan untuk sebuah perangkat soundsystem yang telah di lengkapi dengan gambar seperti yang di pakai untuk presentasi.

3. Audio Modem Riser

Audio Modem Riser merupakan istilah yang di pakai untuk sebuah kartu jenis plug-in yang di tujukan untuk motherboard intel yang akan memuat sirkuit atau berupa modem.

<http://www.studineews.com/2016/11/pengertian-audio-dan-media-audio-menurut-para-ahli-beserta-jenisnya.html>

- **Visual**

media visual adalah alat atau sarana komunikasi yang dapat dilihat dengan indra penglihatan (mata). Media visual juga merupakan penyampaian pesan atau informasi secara teknik dan kreatif yang mana menampilkan gambar, grafik serta tata dan letaknya jelas, sehingga penerima pesan dan gagasan dapat diterima sasaran. Selain itu media visual dapat juga diartikan sebagai sumber berisikan pesan atau materi yang dibuat secara menarik dalam bentuk kombinasi gambar, teks, gerak dan animasi dan disesuaikan target *audience*.

Dalam <http://drusminto.blogspot.co.id/2011/06/pengertian-media-visual.html> menyebutkan media visual yaitu

semua alat peraga yang digunakan dalam proses belajar yang bisa dinikmati lewat panca-indra mata. Media visual (*image* atau perumpamaan) memegang peran yang sangat penting dalam proses belajar. Media visual dapat memperlancar pemahaman dan memperkuat ingatan. Visual dapat pula menumbuhkan minat siswa dan dapat memberikan hubungan antara isi materi pelajaran dengan dunia nyata. Agar menjadi efektif, visual sebaiknya ditempatkan pada konteks yang bermakna dan siswa harus berinteraksi dengan visual (*image*) itu untuk meyakinkan terjadinya proses informasi. Dengan

demikian media visual dapat diartikan sebagai alat pembelajaran yang hanya bisa dilihat untuk memperlancar pemahaman dan memperkuat ingatan akan isi materi pelajaran. Media Visual yang bergerak ialah media yang dapat menampilkan atau membiaskan gambar atau bayangan yang dapat bergerak di layar bias, seperti: bias gambar-gambar yang ditampilkan oleh *motion picture* film dan loop film. Masing-masing media baik yang bergerak maupun yang tak bergerak dilihat penggunaannya tak lepas dari kelebihan dan keterbatasan yang ada, tergantung pada situasi dan kondisi pengoperasiannya.

3. Video

Azhar Arsyad dalam

<http://putraarifxmmb.blogspot.co.id/2011/02/pengertianvideo.html>

menyatakan bahwa :

video merupakan salah satu jenis media audio-visual yang dapat menggambarkan suatu objek yang bergerak bersama-sama dengan suara alamiah atau suara yang sesuai. Kemampuan video melukiskan gambar hidup dan suara memberikan daya tarik tersendiri. Video dapat menyajikan informasi, memaparkan proses, menjelaskan konsep-konsep yang rumit, mengajarkan keterampilan, menyingkat atau memperpanjang waktu, dan mempengaruhi sikap.

Video merupakan teknologi untuk menangkap, merekam, memproses, mentransmisikan dan menata ulang gambar bergerak. Biasanya

menggunakan film seluloid, sinyal elektronik, atau media digital. Video juga bisa dikatakan sebagai gabungan gambar-gambar mati yang dibaca berurutan dalam suatu waktu dengan kecepatan tertentu. Gambar-gambar yang digabung tersebut dinamakan frame dan kecepatan pembacaan gambar disebut dengan frame rate, dengan satu fps, namun video ada terbagi 2 macam yaitu :

- 1) Video IP adalah video yang dilewatkan melalui IP. Terdapat tiga kategori video pada saat mereka dipancarkan pada publik baik melewati satelit, melalui kabel, dan melalui IP atau format radio analog.
- 2) Video RAM Disingkat dengan VRAM. Tipe spesial dari DRAM yang memungkinkan akses direct high speed memory melalui sirkuit video. Jenis memori ini lebih mahal bila dibandingkan chips DRAM yang konvensional.

Menurut Fachruddin (2012:148) ada Sembilan *shot size* (ukuran gambar), yaitu:

- 1) ***Extreme Long Shot (ELS)***
Ukuran gambar ELS merupakan kekuatan yang ingin menetapkan suatu (peristiwa, pemandangan) yang sangat jauh, panjang, dan luas berdimensi lebar.
- 2) ***Very Long Shot (VLS)***
Pada VLS posisi kamera diletakkan beragam seperti *top angle* dari helikopter, menggunakan *crane* atau *jimmy jib*.
- 3) ***Long Shot (LS)***
Keseluruhan gambar dari pokok materi dilihat dari kepala ke kaki atau gambar manusia seutuhnya.
- 4) ***Medium Long Shot (MLS)***
Pengambilan *angle* MLS yaitu dari lutut sampai ke puncak kepala pokok materi.

5) *Medium Shot (MS)*

Gambar diambil dari pinggul pokok materi sampai pada kepala pokok materi.

6) *Middle Close Up (MCU)*

Angle MCU diambil dari dada pokok materi sampai puncak kepala.

7) *Close Up (CU)*

Pada *Angle* CU pengambilannya meliputi wajah yang keseluruhan dari pokok materi. Objek menjadi titik perhatian utama dalam pengambilan gambar dan latar belakang hanya terlihat sedikit.

8) *Big Close Up (BCU)*

BCU lebih tajam dari CU, yang mampu mengungkapkan kedalaman pandangan mata, kebencian raut muka, dan emosional wajah. BCU juga dapat digunakan untuk objek berupa benda wayang, asap rokok, ataupun makanan.

9) *Extreme Close Up (ECU)*

Kedekatan pada ECU yaitu pada kedekatan dan ketajaman yang hanya fokus pada satu objek.

B. Metode Analisa Data

Analisis data merupakan tahapan yang penting dalam penelitian. Karena, rancangan analisis data adalah tahapan berlangsungnya proses penentuan pengukuhan pendapatan dalam sebuah penelitian. Metode analisis data dalam perancangan ini menggunakan metode 5W1H. W terdiri dari *What* (apa), *Who* (siapa), *Where* (dimana), *When* (kapan), *Why* (mengapa), dan *How* (bagaimana). Metode 5W1H ini digunakan untuk mengumpulkan informasi dan menganalisis permasalahan yang terjadi sehingga kita dapat mengambil solusi yang tepat untuk mengatasinya.

1. *What* (apa)

Bukit Langkisau merupakan salah satu tempat wisata yang lokasinya terletak di kota Painan, Sumatera Barat. Sebuah bukit kecil yang memiliki ketinggian mencapai 400 meter diatas permukaan laut dan terletak di Nagari Salido, Kota Painan, dengan ketinggian 400 meter diatas permukaan laut namun pengunjung kesulitan untuk menempuh ke Bukit Langkisau dan masih banyak belum mengetahui keberadaan Bukit Langkisau tersebut.

2. *Who* (siapa)

Target dari perancangan ini adalah seluruh kalangan masyarakat, baik itu kalangan menengah ke atas maupun menengah ke bawah.

3. *Where* (dimana)

Bukit Langkisau ini terletak di Nagari Salido, Kota Painan, dengan ketinggian 400 meter diatas permukaan laut, permasalahan yang terjadi bagaimana menempuh dan dimana keberadaan dari Bukit Langkisau tersebut.

4. *When* (kapan)

Saat wisatawan memasuki kawasan pantai cerocok, masih banyak yang bertanya dimana keberadaan bukit langkisau tersebut dan bagaimana cara menempuh nya.

5. *Why* (mengapa)

Berdasarkan dari hasil observasi hal ini disebabkan oleh perancangan media promosi sebelumnya belum efektif dan penempatan media promosi pun tidak begitu jelas.

6. *How* (bagaimana)

Bukit Langkisau memiliki tempat yang tinggi dari permukaan laut, sehingga di butuhkan media promosi yang baik, jelas dan padat untuk mengekpose keindahannya.

C. Pembahasan

Dari berbagai proses diatas maka terciptalah sebuah karya utama berupa audio visual yang dikemas dalam bentuk video dan 8 media pendukung yaitu : Kalender, *Leaflet*, Poster, *Sticker*, Spanduk, Pin, Gantungan Kunci dan Baju.

- Media Utama



Gambar 1



Gambar 2



Gambar 3



Gambar 4



Gambar 5



Gambar 6



Gambar 7



Gambar 8



Gambar 9



Gambar 10



Gambar 11



Gambar 12



Gambar 13

- **Media Pendukung**

- **kalender**



Gambar 1

Pada kalender perancang memilih desain alternatif 1, karena pada alternatif 1 desain menarik dan *elegant*, Keseimbangan dari unsur-unsur desain tetap dikedepankan pada media kalender ini.

- **Leaflet**



Gambar 2

Pada leaflet ini perancang memilih alternative 3, karena pada alternative 3 desain leaflet terlihat lebih menarik dan *elegant*, selain itu terdapat keseimbangan (*balance*) simetris dengan mengisi ketiga sisi pada suatu bidang dan proporsi yang menimbulkan keserasian dan keteraturan agar nyaman dipandang mata.

- **Poster**



Gambar 3

Pada poster dipilih alternatif 3, karena pada alternatif 3 karena komposisinya seimbang dan warna yang menarik.

- **Sticker**



Gambar 4

Pada sticker dipilih alternatif 1, karena pada alternatif 1 ini lebih memberikan kesan yang menarik dan *elegant*, namun dalam desain sticker ini tetap komposisinya terlihat seimbang.

- **Spanduk**



Gambar 5

Pada spanduk dipilih alternatif 1, karena pada alternatif 1 ini lebih memberikan kesan yang menarik dan *elegant*, namun dalam desain sticker ini tetap komposisinya terlihat seimbang.

- **PIN**



Gambar 6

Pada pin dipilih alternatif 3, karena pada alternatif 3 komposisi penempatan gambar dan *headline* terlihat seimbang dengan menggabungkan unsur-unsur desain menjadi suatu bentuk yang proposional dan menyatu satu sama lain.

- **Gantungan Kunci**



Gambar 7

Pada gantungan kunci perancang memilih alternatif 3, karena pada alternatif 3 komposisi penempatan gambar dan *headline* terlihat seimbang satu sama lain.

- **Kaos**



Gambar 8

Pada kaos perancang memilih alternatif 3, pada alternatif 3 ini terlihat komposisinya seimbang sehingga tampak menarik, *simple* dan *elegant*.

DAFTAR RUJUKAN

Fachruddin, Andi. 2012. *Dasar-dasar Produksi Televisi*. Jakarta: Kencana Perdana Media Group.

<http://berbaubisnis.blogspot.com/2012/09/pengertian-dan-tujuan-promosi.html> diakses 21 Mei 2013).

<http://rochmatun-naili.blogspot.com/2012/05/media-audio-visual.html>

<http://www.studinews.com/2016/11/pengertian-audio-dan-media-audio-menurut-para-ahli-beserta-jenisnya.html>

<http://drusminto.blogspot.co.id/2011/06/pengertian-media-visual.html>

<http://putraarifxmmb.blogspot.co.id/2011/02/pengertianvideo.html>