

Perancangan Promosi Wisata Negeri Atas Angin Berbasis Videografi Sebagai Upaya Pengenalan Pariwisata kabupaten Bojonegoro

INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA STIKOM SURABAYA

¹⁾Edwind Adryan Siswanto²⁾Siswo Martono³⁾Dhika Yuan Yurisma

- 1) Program Studi Desain Komunikasi Visual STIKOM Surabaya, Email: 12420100005@stikom.edu
- 2) Program Studi Desain Komunikasi Visual STIKOM Surabaya, Email: Siswo@Stikom.Edu
- 3) Program Studi Desain Komunikasi Visual STIKOM Surabaya, Email: Dhika@Stikom.Edu

Abstrak

Bojonegoro Regency is one of regencies in East Java province which is geographically quite unique. This diversity raises exotic nature so that it can be used as a tourist attraction. Therefore, as the introduction of tourism in Bojonegoro, East Java as well as to promote the tourism sector in Bojonegoro, the authors put it in the form of design-based tourism promotion hills videografi. Penelitian uses qualitative methods with data collection technique using observation, interviews, literature, existing studies, and studies competitors. The concept used in the design is the "Discover". That is the concept of "Discover" presented to provide information to the target audience that travel the hills of Bojonegoro, East Java has the beauty and uniqueness of each foothill. The concept will be applied to any design which includes video and supporting media. of video creation and media promotion of travel these hills are as efforts to introduce tourism in Bojonegoro, East Java to attract tourists to visit. Besides promoting tourism hills can be enjoyed in various.

Kata Kunci : Design, Video, Tourism, hills, Bojonegoro, Discover.

Bojonegoro adalah sebuah kabupaten di provinsi Jawa Timur, Indonesia. Ibu kotanya adalah Bojonegoro. Kabupaten ini berbatasan dengan Kabupaten Tuban di utara, Kabupaten Lamongan di timur, Kabupaten Nganjuk, Kabupaten Madiun, dan Kabupaten Ngawi di selatan, serta Kabupaten Blora (Jawa Tengah) di barat. Bagian barat Bojonegoro (perbatasan dengan Jawa Tengah) merupakan bagian dari Blok Cepu, salah satu sumber deposit minyak bumi terbesar di Indonesia dan memiliki jumlah populasi 1.472.805 jiwa (2014) kepadatan 617,78 jiwa/km. dibagi menjadi 28 kecamatan 11 kelurahan 420 desa. Kabupaten Bojonegoro secara geografis cukup unik, dimana selain memiliki banyak tempat agrowisata Bojonegoro juga mempunyai berbagai macam wisata seperti Watu Gandul, Kedung Maor, Kayangan Api, Bendungan Gerak, Waduk Pacal, Negeri Atas Angin



Gambar 1.1 Bukit Cinta

(Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2016)

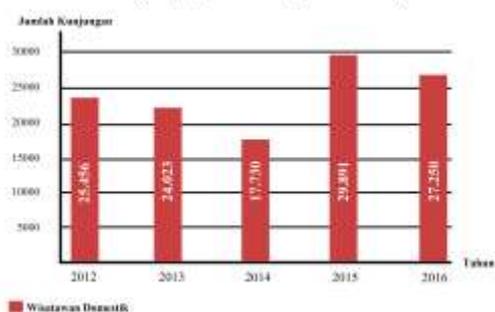
Atas Angin adalah nama sebuah desa di kawasan kecamatan Sekar, Bojonegoro yang berbatasan langsung dengan kabupaten Madiun. Objek wisata ini memberikan pemandangan di atas puncak yang tentunya akan membuat anda terkagum-kagum dan mensyukuri keindahan yang maha kuasa. Untuk mencapai tempat ini, perjalanan yang dilalui cukup mudah karena letaknya hanya di ketinggian 650 Mdpl, dan memiliki luas 984,02 km Untuk bisa menikmati keindahan alam di Negeri Atas Angin ini, anda harus menaiki bukit yang dinamakan bukit cinta oleh warga setempat. Kenapa dinamakan bukit cinta ? dari cerita atau mitos masyarakat terdahulu, bukit cinta ini adalah tempat pertemuan pertama kali Ratu Sekar Sari dengan Raden Atas Aji. Ratu Sekar Sari yang berasal dari Madiun saat itu sedang dikejar-kejar oleh pasukan kerajaan Majapahit sehingga melarikan diri sampai ke wilayah Bojonegoro dan bertemu dengan Raden Atas Aji di puncak bukit cinta tersebut.

Tabel Jumlah Kunjungan Wisata Kabupaten Pasuruan Tahun 2015

No.	Daya Tarik Wisata	2015		Total
		WISMAN	WISNUS	
1.	Danau Ranu Grati	—	9.364	9.364

Sumber : Dinas Kebudayaan dan Pariwisata

Statistik Data Pengunjung Wisata Negeri Atas Angin 2012-2016



Tabel 1.1 Pengunjung wisata Negeri Atas Angin 2012-2016

Sumber : (disparbud.bojonegorokab.go.id)

Pemerintah Kabupaten Bojonegoro melalui Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif telah mengembangkan dan mempromosikannya melalui berbagai media baik media cetak maupun media visual. Media cetak itu sendiri terdiri dari gantungan kunci, x-banner, x-banner mini, sticker, CD. Untuk memperkaya bentuk promosi pariwisata tersebut dirasa perlu untuk menambah video wisata yang lebih update dan menarik agar bisa disebarluaskan keberbagai media seperti, internet, gadget dan lain sebagainya sesuai dengan perkembangan teknologi informasi sekarang ini. Contoh media internet sendiri ialah instagram, youtube, facebook, dan lain-lain.



Tabel 1.2 Statistik Pengguna Internet Indonesia

(Sumber :

[Http://www.slideshare.com/wearsosialigh/2016-digital-yearbook](http://www.slideshare.com/wearsosialigh/2016-digital-yearbook))

Dari gambar 1.2 dijelaskan secara rinci total pengguna gadget, sosial media dan pengguna internet di Indonesia tahun 2016 yang dimana setiap tahunnya meningkat, dengan demikian promosi melalui online sangatlah cocok untuk memperkenalkan pariwisata di Kabupaten Bojonegoro Jawa Timur.

Kekuatan dari video sudah tidak dapat dipungkiri lagi, video menawarkan cara yang menarik bagi perusahaan ataupun wisata dalam

promosi. Video adalah konten pemasaran masa depan, berbagai penelitian menunjukkan lebih dari setengah perusahaan sudah menggunakan media ini. Video online sudah menjadi saluran utama bagi individu untuk mendapatkan informasi. Menggunakan situs seperti YouTube dan situs penyedia video lainnya, karena menyediakan cara yang efektif bagi perusahaan untuk mempromosikan mereknya, menyebarkan konten pendidikan, dan menjelaskan fitur dan layanan lebih kompleks.

Perancangan promosi wisata Negeri Atas Angin berbasis videografi sebagai upaya pengenalan pariwisata Kabupaten Bojonegoro Jawa Timur bagi penulis tepat untuk memajukan sektor pariwisata di Kabupaten Bojonegoro, sekaligus memperkenalkan pada skala nasional bahkan internasional bahwa Kabupaten Bojonegoro mempunyai potensi wisata yang patut dinikmati oleh wisatawan.

METODE

Untuk melakukan metode penelitian kualitatif ini memerlukan pendekatan dengan orang-orang yang ahli di bidangnya, sehingga dapat memperoleh pemahaman yang jelas mengenai kenyataan di lapangan.

Penelitian kualitatif adalah penelitian tentang riset yang bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis. Proses dan makna (perspektif subjek) lebih menonjolkan dalam landasan teori dimanfaatkan sebagai pemandu agar fokus terhadap penelitian tersebut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1.1 Hasil Observasi

Observasi merupakan cara untuk mengumpulkan data dengan pengamatan langsung terhadap suatu obyek dan melakukan pencatatan secara sistematis tentang hal-hal yang menjadi target pengamatan.

1. Berdasarkan hasil observasi setelah berkunjung ke Negeri Atas Angin, ditemukan data bahwa yang berkunjung ke Negeri Atas Angin jarang sekali, melihat potensi tersebut dirasa perlu untuk melakukan promosi sehingga dapat menarik wisatawan lain.
2. Dilihat dari potensi yang ada maka didapat hasil pemilihan media utama yaitu *Perancangan Videografi*. Karena Negeri Atas Angin masih belum memiliki identitas dan media pendukungnya yaitu berupa X-banner, Banner mini, Sticker, Poster, Label cd, Cover cd, Sosial Media.

4.1.2 Wawancara

Wawancara merupakan cara pengumpulan data dengan jalan bertanya baik sepihak maupun

dua belah pihak yang dikerjakan dengan sistematis dan belandaskan kepada tujuan penelitian (Marzuki, 2000: 62). Wawancara memungkinkan untuk mendapatkan data secara lebih tajam dibanding lainnya, karena langsung menuju kepada pelaku atau orang yang berpengalaman dan memang melakukan hal yang berhubungan dengan perancangan tugas akhir ini.

Bapak Iskandar M.si sebagai Kepala Dinas Perhubungan Kabupaten Bojonegoro dan Bapak Amir Syahid, S.Sos, M.Si Kepala Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kabupaten Bojonegoro, yang menjadi target wawancara. Karena hasil wawancara dari beliau-beliau ini dapat dijadikan sebagai referensi untuk penulis agar mempermudah dalam perancangan promosi wisata Negeri Atas Angin berbasis videografi di Kabupaten Bojonegoro Jawa Timur.



Gambar 4.1 Screenshoot Video Wisata Alam Negeri Atas Angin Bojonegoro
Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2016

Keunggulan dari video promosi wisata yang dibuat oleh garapan Dapur Karya ini berisikan informasi wisata Negeri Atas Angina yang ada di Kabupaten Bojonegoro Jawa Timur, sehingga audiens bisa mengetahui informasi tentang wisata tersebut.

Hasil dokumentasi yang diperoleh dari Negeri Atas Angin berupa dokumentasi foto yang berguna dalam pembuatan media promosi yang akan digunakan. Dokumentasi hasil foto sebagai berikut :



Gambar 4.1Foto Dokumentasi

(Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2016)



Gambar 4.2Foto Dokumentasi
(Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2016)

1. Analisis STP (Segmentasi, Targeting, Positioning)

Demografi

Usia : Dewasa 18-40 Tahun
Jenis Kelamin : Laki-laki & Perempuan
Pendidikan : SMA – S2
Ukuran Keluarga : Keluarga

2. Geografis

Wilayah : Pedesaan.
Iklim : Tropis
Ukuran Kota : Sub Urban

3. Psikografis

Gaya Hidup : Rasa keingintahuan tinggi, mencari informasi melalui media, menyukai hal baru, aktifitas padat dan butuh *refreshing*.
Behavior: Orang yang suka ingin Berkumpul dan menikmati panorama alam dari Negeri Atas Angin

Targeting: Target yang dituju dari perancangan promosi wisata perbukitan ini adalah wisatawan pada tahap dewasa (18 – 40 tahun) yang biasanya merupakan usia mahasiswa hingga keluarga. Usia target audiens tersebut merupakan usia dimana seseorang memiliki penghasilan sendiri dan mempunyai hak memuaskan dirinya dan keluarga. Sedangkan usia 18 – 20 tahun sebagai target sekunder yang biasanya merupakan usia sekolah hingga mahasiswa. Usia tersebut adalah usia dimana seseorang sedang mencari jati diri dan bebas berekspresi.

4.2.2 Positoning: Promosi wisata perbukitan berbasis videografi ini akan memberikan visual baru dari video sebelumnya, dengan mengangkat keindahan alam dengan menampilkan penanda visual, yang diharapkan dapat merangkul berbagai calon wisatawan dengan berbagai kelas sosial, gaya hidup, usia, maupun jenis kelamin.

4.2 Analisis SWOT (Strength, Weakness, Opportunities, Threat)

Internal Eksternal	Strenght	Weakness
	<ul style="list-style-type: none"> - Kaya akan keindahan panorama - Air perbukitan yang jernih - Ciri khas yang berbeda pada setiap wisata perbukitan 	<ul style="list-style-type: none"> - Jarak menuju objek wisata yang cukup jauh - Kurangnya fasilitas-fasilitas untuk pariwisata - Kurangnya media promosi obyek wisata
	Opportunity	S – O
<ul style="list-style-type: none"> - Kemajuan teknologi yang dapat dijadikan media promosi 	<ul style="list-style-type: none"> - Memaksimalkan keindahan panorama perbukitan melalui promosi wisata - Mengemas kegiatan promosi menjadi lebih menarik dan mudah di akses - Meningkatkan acara rutin dan mempublikasi kannya dengan baik 	<ul style="list-style-type: none"> - Menjadikan wisata perbukitan Kabupaten Bojonegoro sebagai destinasi wisata di Jawa Timur - Merancang promosi berbasis video dalam upaya pengenalan pariwisata Kabupaten Bojonegoro Jawa Timur
Threat	S – T	W – T
<ul style="list-style-type: none"> - Kurangnya aktifitas di objek wisata - Lama tinggal wisatawan sangat rendah, karena kurangnya fasilitas dasar 	<ul style="list-style-type: none"> - Merancang promosi wisata perbukitan yang memberikan informasi pada setiap obyek wisata - Merancang promosi wisata perbukitan yang memengaruhi wisatawan tetap melestarikan kawasan 	<ul style="list-style-type: none"> - Merancang promosi yang melibatkan masyarakat sekitar - Mengupayakan kesadaran masyarakat dan wisatawan dalam menjaga dan melestarikan objek wisata

wisata
<p>Strategi Utama : Dengan merancang promosi wisata perbukitan berbasis videografi yang tidak hanya mengunggulkan keindahan perbukitan tetapi juga memberikan informasi wisata perbukitan di Kabupaten Bojonegoro Jawa Timur dan dapat dinikmati dalam berbagai media</p>

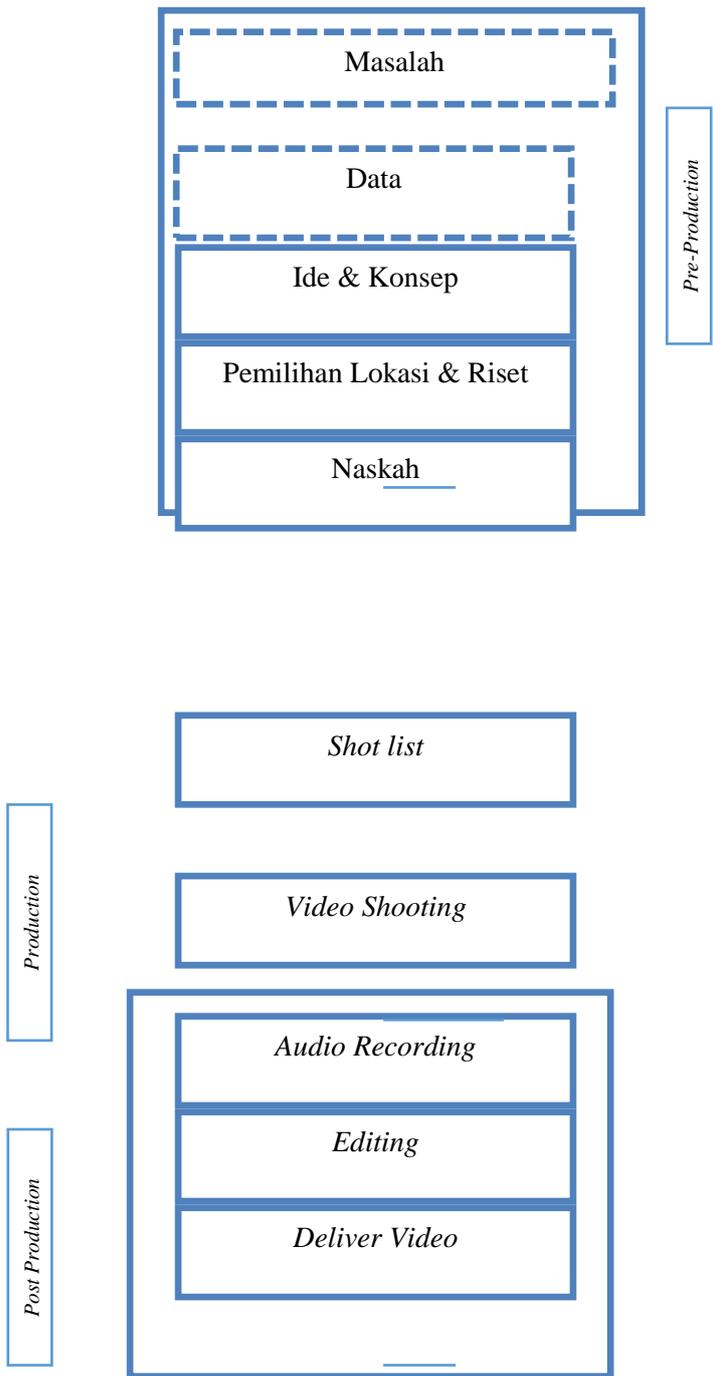
Tabel 4.1 Analisis SWOT Negeri Atas Angin Bojonegoro

Sumber : Hasil Olahan Penelitian, 2016

4.2 Deskripsi Konsep

Konsep untuk perancangan promosi wisata perbukitan berbasis videografi di Kabupaten Bojonegoro Jawa Timur adalah “Discover”. Deskripsi dari “Discover” adalah sebuah penemuan atau menemukan sesuatu hal yang baru belum di temukan di perbukitan lainnya. Konsep “Discover” bertujuan untuk menunjukkan bahwa wisata perbukitan Kabupaten Bojonegoro Jawa Timur merupakan wisata perbukitan yang indah dan patut untuk dikunjungi. Artinya, konsep “Discover” dihadirkan untuk memberikan informasi kepada target audiens bahwa wisata perbukitan Kabupaten Bojonegoro Jawa Timur memiliki keindahan dan keunikan yang berbeda pada perbukitan lainnya. Maka dari itu diharapkan perancangan promosi wisata perbukitan berbasis videografi ini dapat membuat masyarakat tertarik untuk berwisata ke Kabupaten Bojonegoro Jawa Timur. Dengan konsep “Discover”, diharapkan wisata perbukitan Kabupaten Bojonegoro Jawa Timur dapat menarik minat wisatawan untuk berkunjung. Selain itu dapat mempromosikan wisata perbukitan Kabupaten Bojonegoro Jawa Timur yang dapat dinikmati diberbagai media.

4.3.1 Perancangan Karya



Gambar 4.2 Alur Perancangan Karya

(sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2016)

4.3 Keyword

Konsep untuk perancangan promosi wisata perbukitan berbasis videografi di Kabupaten Bojonegoro Jawa Timur adalah “Discover”. Deskripsi dari “Discover” adalah sebuah penemuan atau menemukan sesuatu hal yang baru belum di temukan di perbukitan lainnya. Konsep “Discover” bertujuan untuk menunjukkan bahwa wisata perbukitan Kabupaten Bojonegoro Jawa Timur

merupakan wisata perbukitan yang indah dan patut untuk dikunjungi. Artinya, konsep “Discover” dihadirkan untuk memberikan informasi kepada target audiens bahwa wisata perbukitan Kabupaten Bojonegoro Jawa Timur memiliki keindahan dan keunikan yang berbeda pada perbukitan lainnya. Maka dari itu diharapkan perancangan promosi wisata perbukitan berbasis videografi ini dapat membuat masyarakat tertarik untuk berwisata ke Kabupaten Bojonegoro Jawa Timur.

Dengan konsep “Discover”, diharapkan wisata perbukitan Kabupaten Bojonegoro Jawa Timur dapat menarik minat wisatawan untuk berkunjung. Selain itu dapat mempromosikan wisata perbukitan Kabupaten Bojonegoro Jawa Timur yang dapat dinikmati diberbagai media.

4.3.2 Praproduksi

Ide & Konsep

Merancang sebuah video promosi yang mengekspos segala potensi wisata perbukitan yang dimiliki Kabupaten Bojonegoro Jawa Timur. Dengan ini untuk mewakili konsep “Discover” untuk komposisi video, yang dipakai adalah *camera movement* dominan menggunakan *panning* untuk menampilkan kondisi perbukitan, dan perbedaan lain disekitar perbukitan



Gambar 4.3 Panning

(sumber: [youtube.com/watch?v=ONFrsmAKQeo](https://www.youtube.com/watch?v=ONFrsmAKQeo))

Kemudian mengambil gambar-gambar *close-up* dengan dominan menggunakan *selective focus* yaitu fokus dari 1 objek berganti dengan objek didepan atau belakangnya.



Gambar 4.6 Selective Focus

(sumber: [youtube.com/watch?v=0jWMMmDpk8A](https://www.youtube.com/watch?v=0jWMMmDpk8A))

4.3.5 Pemilihan Lokasi Dan Riset

Dari permasalahan yang ada, ditentukanlah lokasi untuk perancangan ini, lokasi yang dipilih adalah perbukitan Bojonegoro yaitu Negeri Atas Angin ini terpilih berdasarkan hasil observasi yang dilakukan, dimana wisata perbukitan ini mempunyai ciri khas, dari Perbukitan lainnya. Dari keunikan perbukitan sangat cocok untuk menarik wisatawan berkunjung ke Kabupaten Bojonegoro Jawa Timur.

Final ArtWork

Hasil akhir dari *project* ini berupa video promosi yang berjudul “*Discover Bojonegoro*” yang berdurasi 2:23 dengan format *H.264*. Selain itu ada versi 60 detik.



Gambar 4.7 *Sunrise*

(sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2016)

Matahari terbit pada bagian awal video, untuk menunjukkan pembuka dari video ini dan matahari terbit ini juga menjadi fenomena yang indah dan yang terkenal sebagai *Golden Sunrise* dan fenomena ini dapat dilihat pada pukul 05.00 WIB.



Gambar 4.8 **Alun Alun Bojonegoro**

(sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2016)

Alun Alun Bojonegoro adalah ciri khas di Kabupaten Bojonegoro, untuk menunjukkan lokasi berada di Kabupaten Bojonegoro Jawa Timur dan alun-alun ini juga terkenal sebagai tempat berkumpul bagi keluarga ketika malam-malam tertentu sering diadakan event yang bertujuan untuk berkumpulnya warga atau masyarakat sekitar.



Gambar 4.9 **Bukit Cinta**

(sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2016)

Pada *shot* ini menunjukkan Bukit cinta, untuk memberikan ciri khas Perbukitan Negeri Atas Angin itu sendiri, karena Bukit cinta yang identik dengan perbukitan untuk berkumpul pasangan muda mudi yang ingin cinta mereka awet sampe ke jenjang pernikahan.



Gambar 4.10 **Laki Laki Sedang Menikmati Pemandangan Di Atas Bukit Negeri Atas Angin**

(sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2016)

Pada bagian ini berada di Puncak bukit, dimana Negeri Atas Angin adalah Perbukitan yang berada di 650 mdpl , dengan *shot* seorang laki laki yang sedang menikmati pemandangan dan Susana yang hening menambah rasa keingintahuan untuk menjelajah lebih jauh lagi di area sekitar Negeri Atas Angin.



Gambar 4.11 **Batu Jodoh**

(sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2016)

Batu jodoh berada di Bukit Cinta, dan ini sudah menjadi ciri khas dan keunikan disana, dengan menampilkan ini agar dapat menunjukkan bahwa jika menyusun batu di bagian tersebut masyarakat percaya bahwa hubungan mereka akan awet sampai ke pernikahan.

4.3.5 Media Pendukung

Untuk media pendukung publikasi video promosi ini, dibutuhkan beberapa jenis media promosi yang paling efektif menarik perhatian target audiens, yaitu :

1. DVD



Gambar 4.12 Label DVD
(sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2016)



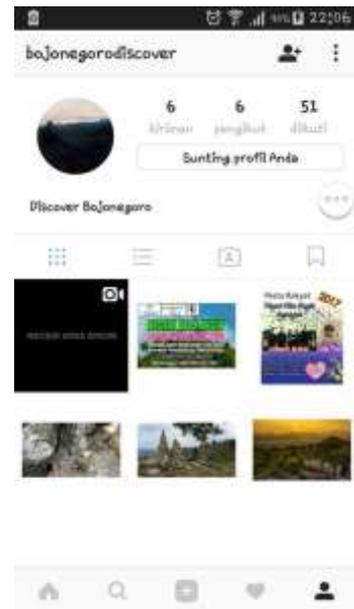
Gambar 4.13 Sampul DVD
(sumber : Hasil Olah Peneliti, 2016)

2. Poster



Gambar 4.14 Poster
(sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2016)

3. Instagram



Gambar 4.15 instagram
(sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2016)

4. Stiker



Gambar 4.16 Stiker
(sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2016)

5. Gantungan Kunci



Gambar 4.17 Gantungan Kunci
(sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2016)

6. Mini Banner



Gambar 4.18 Mini Banner

(sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2016)

7. Facebook



Gambar 4.19 Facebook

(sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2016)

8. Youtube



Gambar 4.20 Youtube

(sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2016)

5.1 Kesimpulan

Dalam mengatasi permasalahan di Sektor Pariwisata Kabupaten Bojonegoro Jawa Timur, perlu dilakukan perancangan sebuah media yang dapat meningkatkan jumlah wisatawan yang berkunjung ke Bojonegoro. Wisata Negeri Atas Angin di Kabupaten Bojonegoro memiliki potensi yang bagus untuk dikunjungi. Oleh karena itu perlu dilakukan sebuah perancangan untuk mempromosikan potensi wisata Negeri Atas Angin

di Kabupaten Bojonegoro. Media yang dipakai dalam mempromosikan wisata Negeri Atas Angin Kabupaten Bojonegoro adalah media audio visual karena media ini cocok digunakan untuk menarik wisatawan. Kategori yang dipilih dalam media audio visual adalah Iklan. Iklan memang diciptakan untuk mensugesti penontonnya. Sedangkan kategori iklan yang dipilih adalah video promosi karena video promosi sangat mudah untuk diaplikasikan. Video promosi yang dipakai akan terfokuskan penyebarannya di media sosial. Media sosial sangat cepat dalam menyebarkan informasi, oleh karena video promosi ini akan disebarakan melalui media sosial. Sehingga para audiens dapat menikmatinya di berbagai media dan dapat disebarakan antar audiens.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, beberapa saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut :

a. Bagi pengelola obyek wisata hendaknya memanfaatkan secara maksimal berbagai media dalam mempromosikan sebuah obyek wisata yang dikelola agar lebih dikenal lagi oleh masyarakat luas. Mengembangkan lagi video promosi yang ada dan dilakukan secara berkala dalam mempromosikan agar dapat meningkatkan kunjungan wisatawan.

b. Dengan adanya media ini maka dapat memicu kecintaan masyarakat banyak terhadap potensi wisata Negeri Atas Angin di Kabupaten Bojonegoro. Karena pengembangan potensi alam lokal akan dapat meningkatkan ekonomi masyarakat setempat.

RUJUKAN

Book :

Pujiyanto. 2003. *Strategi Pemasaran Produk Melalui Media Periklanan*. Jurnal Desain Komunikasi Visual

Setiawan. Dimas. 2012. *Definisi dan Pengertian Wisata Alam*. <http://arimurti-indo.blogspot.co.id/2012/09/definisi-dan-pengertian-wisata-alam.html>. (di akses tanggal 13 November 2016)

