

## PERANCANGAN VIDEO PROMOSI WISATA SEJARAH SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN EKSISTENSI KAMPUNG PENELEH

Christian Bimo Nugroho<sup>1)</sup>, Dhika Yuan Yurisma<sup>2)</sup>, Darwin Yuwono Rivanto<sup>3)</sup>

S1 Desain Komunikasi Visual

Universitas Dinamika Jl. Kedung Baruk No. 98 Surabaya, 60298

Email : 1) 17420100012@dinamika.ac.id, 2) dhika@dinamika.ac.id, 3) darwin@dinamika.ac.id

Surabaya sebagai kota yang kaya akan nilai sejarahnya. Banyak situs memiliki cerita panjang yang masih tersimpan. Kampung Peneleh menjadi salah satu kampung tertua di Kota Surabaya, yang terpilih sebagai salah satu cagar budaya, dikaruniai kekayaan kisah masa lampau yang menarik, diantaranya bahkan berperan cukup besar dalam kondisi perkembangan sosial dan politik bangsa Indonesia, khususnya Surabaya. Namun seiring perkembangan global yang terus berjalan, eksistensi nama besar Peneleh semakin tergerus oleh jaman. Dengan latar belakang tersebut maka merancang sebuah video promosi yang membahas tentang Kampung Peneleh dan menitik terangkan pada sejarah dan kondisi kampung saat ini, dengan tujuan mengangkat kembali eksistensi kampung peneleh sebagai cagar budaya yang mulai meredup. Metode penelitian data yang diambil dalam penelitian ini adalah wawancara, observasi, studi literatur, studi eksisting. Hal tersebut dilakukan untuk mendapatkan data yang lengkap, dan hasil yang akurat. Harapan dari pembuatan video promosi ini adalah agar bermanfaat sebagai edukasi dan sarana informasi bagi masyarakat luas tentang adanya Kampung Peneleh.

Kata Kunci: *Video, Promosi, Kampung Peneleh, Cagar Budaya.*

### Latar Belakang Masalah

Sejarah merupakan rangkaian cerita yang mengikat pada suatu zaman, segala yang terjadi di masa lalu yang mempengaruhi kehidupan di masa sekarang maupun mendatang. Menurut Roeslan Abdulgani sejarah merupakan ilmu yang diibaratkan dengan penglihatan tiga dimensi; pertama melalui penglihatan ke masa silam, kedua masa sekarang, dan ketiga ke masa yang akan datang (Abdulgani, 1964). Dengan kata lain, penyelidikan di masa lampau tidak dapat melepaskan diri dari kenyataan masa sekarang yang sedang dihadapi, dan juga tidak dapat dilepaskan dari perspektif masa depan. Surabaya sebagai kota pahlawan tentunya tidak bisa lepas dari pesona historikal di setiap sudut kotanya. Berbagai cerita menyebar luas mulai dari masa kerajaan, hingga perjuangan kemerdekaan Indonesia semua tersimpan hangat di kota ini. Bangunan-bangunan bersejarah seperti Tugu Pahlawan, Hotel Majapahit, Jembatan Merah masih berdiri kokoh dan tak pernah terkikis oleh jaman. Hal ini tak lepas dari peran masyarakat dan pemerintah untuk turut menjaga warisan leluhur bangsa ini. Kesadaran masyarakat dalam hal pengetahuan sejarah memiliki andil besar dalam eksistensi peninggalan-peninggalan pendahulu kita agar terus tetap terawat dan terjaga.

Peneleh adalah salah satu kampung tertua di Surabaya yang berada di tengah kota yang mulai meredup eksistensinya. Tidak dapat dipungkiri bahwa sebagai kampung tertua peneleh memiliki pengaruh besar dalam kehidupan sosial di Kota

Surabaya. Tidak hanya dari segi pengetahuan, melainkan juga hal apa saja menarik dan layak didatangi di kampung tersebut. Di era modern ini, Kampung Peneleh tumbuh sebagai kampung yang hijau & masih didominasi sang bangunan-bangunan tua meskipun terdapat beberapa bangunan modern. Tidak hanya bangunan tua saja yang mendominasi kampung Peneleh, melainkan juga masyarakatnya yg ramah & rukun dan tentram meski memiliki banyak diferensiasi agama, ras & budaya.

Masyarakat kampung ini terdiri oleh suku Jawa, Bali, Madura & Tionghoa. Tetapi pada kampung Peneleh ini yg tepatnya berada pada era globalisasi ini perbedaan tadi bukanlah penghalang bagi mereka agar bisa tentram bersama menjadi sebuah masyarakat yang rukun. Kampung Peneleh memiliki beberapa lokasi penting dan bersejarah yang layak dijadikan tujuan wisata, antara lain Makam Peneleh yang merupakan kompleks makam tua peninggalan Belanda yang ada sejak tahun 1814, Pasar Peneleh, Masjid Peneleh, Jembatan Peneleh dan jejak Soekarno pun juga ada di kampung Peneleh ini. Dan diantara beberapa situs menarik itu, yang paling mencolok adalah rumah HOS Cokroaminoto yang merupakan rumah dari Raden Hadji Oemar Said Tjokroaminoto, Raden Hadji Oemar Said Tjokroaminoto atau HOS Cokroaminoto dikenal sebagai tokoh nasional dan populer sebagai Pemimpin Sarekat Islam yaitu organisasi politik pertama di Indonesia. Menurut surat KEPUTUSAN WALIKOTA SURABAYA NOMOR : 188.45 / 310 / 436.1.2 / 2009, tentang

PENETAPAN STATUS PENGGUNAAN TANAH DAN BANGUNAN CAGAR BUDAYA YANG TERLETAK DI JL. PENELEH 7 NO. 29-31 SURABAYA DALAM PENGELOLAAN DINAS KEBUDAYAAN DAN PARIWISATA KOTA SURABAYA, rumah HOS Tjokrominoto telah ditetapkan sebagai cagar budaya dan warisan leluhur bangsa. (JDIH Kota Surabaya, 2008).

Rumah ini tak hanya berfungsi sebagai tempat tinggal, namun oleh keluarga Cokroaminoto dijadikan rumah indeks bagi para pelajar *Hogere Burgerlijks School* (HBS). Dalam perjalanannya rumah ini juga seringkali berfungsi sebagai pondok pesantren kecil. dan mereka tidak sekedar belajar ilmu agama, tetapi juga mengembangkan kemampuan berpolitik. Di rumah ini juga tersimpan berbagai koleksi barang-barang antik peninggalan beliau, beberapa masih utuh, beberapa lainnya sudah diduplikasi, karena lapuk dimakan oleh jaman, sehingga Pemerintah Kota Surabaya membuat rumah HOS Cokroaminoto menjadi salah satu cagar budaya Surabaya. Rumah HOS Tjokroaminoto juga telah mendapatkan sertifikat dari Menteri Pendidikan dan Kebudayaan pada tanggal 30 Oktober 2018, sebagai Bangunan Cagar Budaya Peringkat Nasional berdasarkan Keputusan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Nomor: 189/M/2017.

Sebagai salah satu situs yang sudah terdaftar dan bersertifikasi sebagai cagar budaya oleh pemerintah, rumah HOS Cokroaminoto memiliki data kunjungan yang relatif minim. Berdasarkan wawancara penulis kepada Mas Arif selaku salah satu pengurus/pengelola rumah HOS Tjokroaminoto, dan melihat buku daftar kunjungan yang ada pada museum tersebut, didapatkan rata-rata jumlah pengunjung dalam satu hari berkisar 4-8 orang saja sehari biasa, dan sedikit meningkat pada hari tertentu seperti hari libur.

Bisa disimpulkan dari data grafik yang tertera diatas, didapatkan fakta bahwa jumlah kunjungan wisatawan pada museum tersebut mengalami penurunan. Walaupun sempat tutup sementara dikarenakan pandemi, dan tidak ada jumlah kunjungan, namun ketika dibuka kembali, jumlah kunjungan tidak bisa mencapai jumlah yang sebanding dengan tahun sebelum masa pandemi. Hal ini menjadi indikator bahwa brand awarness pada kampung ini mulai menurun.

Sebagai tempat kunjungan wisata dengan harga tiket masuk yang gratis, jumlah ini cenderung sedikit. Mengingat dibanding dengan situs wisata yang serupa, seperti Museum Sepuluh Nopember angka tertinggi kunjungan bisa mencapai 329.778 pada tahun 2019, lalu dengan Museum Surabaya angka tertinggi kunjungan bisa mencapai 320.595 kunjungan pada tahun yang sama.

Ada pula situs lain yang menjadi tempat kunjung favorit orang luar adalah Makam Belanda Peneleh yang merupakan salah satu kompleks

makam tertua di Jawa Timur, biasanya sering didatangi oleh antropolog, sejarawan, arsitek, sosiolog dan fotografer dari dalam negeri maupun luar negeri karena keunikan arsitekturnya (Noviyanto, 2011). Selain itu terdapat situs-situs lain yang juga memiliki nilai sejarah didalamnya seperti rumah kelahiran Ir. Soekarno, Masjid Jami' yang merupakan peninggalan dari sunan Ampel, serta sumur bojong yang merupakan peninggalan dari Majapahit.

Dari latar belakang tersebut memang harus diakui bahwa peneleh merupakan salah satu peninggalan budaya yang harus tetap dijaga dan dilestarikan keberadaannya. Namun keberadaan situs-situs pada kampung ini beberapa jarang terdengar oleh pendatang khususnya para wisatawan. Hanya beberapa kalangan dan dengan tujuan tertentu yang tahu dan ingin mengulik sebagian kecil dari banyaknya kisah yang tersimpan di dalam kampung tersebut. Disertai dengan pembangunan gedung bertingkat yang masive disekitaran kampung, membuat eksistensi kampung ini semakin meredup.

Upaya dari masyarakat sendiri sebenarnya sudah cukup banyak untuk mengusulkan Kampung Peneleh sebagai destinasi wisata sejarah. Mulai dari pemasangan sign pada situs-situs tertentu hingga renovasi ulang beberapa situs yang sudah sedikit rusak. Juga diungkapkan warga dalam reses yang digelar Sekretaris Komisi A DPRD Surabaya Budi Leksono, warga sempat menyampaikan aspirasinya pada forum tersebut. Namun didapati juga fakta yang terjadi di lapangan oleh, pada 15 Mei 2022 penulis berkunjung dan beberapa situs masih belum memiliki pengelola/penjaga pasti. Salah satunya pada Sumur Jobong. Sumur ini terletak ditengah-tengah jalan gang, dan ditutupi oleh lempeng besi. Untuk membukanya dan melihat langsung sumur tersebut harus menghubungi/mendatangi pengurus RT setempat, bukan pengelola/penjaga sumur tersebut. Hal ini dikarenakan menurut warga setempat Sumur Jobong bukan situs yang sering dikunjungi, dikarenakan tempatnya yang cukup tersembunyi, dan eksistensinya masih kalah dengan situs-situs lain. Untuk itu perlu dilakukannya pengenalan secara merata terhadap seluruh situs-situs yang ada di Kampung Peneleh.

Menurut informasi dari warga setempat, beberapa kegiatan sempat dilakukan sebagai upaya pemerataan pengenalan seluruh situs-situs yang ada di Kampung Peneleh, contohnya seperti Peneleh *Heritage Walk* yang diprakasai oleh komunitas Surabaya Urban Track. Kegiatan ini berupa jalan-jalan sekaligus napak tilas ke situs-situs yang ada di Kampung Peneleh, dengan tujuan menghidupkan kembali warisan budaya bangsa. Namun selain diluar event kunjungan/jalan-jalan, tersebut warga sendiri selalu terbuka kepada setiap pengunjung yang ingin datang untuk belajar sejarah ataupun

sekedar berjalan-jalan mengelilingi kampung tersebut.

Mas Kuncarsono yang merupakan penggiat sejarah mengatakan bahwa Kampung Peneleh ini kaya akan potensi wisata dengan situs-situs sejarah yang ada, banyak yang bisa digali dan dipelajari dari kampung ini, mulai dari segi arsitektur, struktur sosial, hingga transisi perkembangan dari masa ke masa. Harapannya adalah jumlah minat kunjung masyarakat dapat meningkat sehingga walaupun kegiatan wisata tersebut belum dapat memberikan kontribusi dalam peningkatan ekonomi masyarakat, setidaknya situs-situs yang ada tetap eksis dan tidak terlupakan dalam jangka waktu yang panjang. Dengan begitu diharapkan dapat menarik perhatian pemerintah untuk lebih mengelola dan mengurus kegiatan wisata di kampung ini dengan lebih optimal dan matang.

Diiringi dengan perkembangan informasi dan teknologi yang terus ada, maka perlu dilakukan suatu penyegaran pada rana promosi, mulai dari bentuk format, media, sampai target pasar yang dituju, agar situs ini tetap dikenal masyarakat dari generasi ke generasi dan namanya tidak meredup. Perlu diingatkan juga bahwa Kampung Peneleh tidak hanya menjual cerita sejarah saja, melainkan banyak bangunan kuno otentik yang masih berdiri kokoh yang bisa dijadikan sebagai spot foto yang menarik. Oleh karena itu penulis merancang sebuah penelitian untuk pembuatan video promosi desa wisata, supaya nantinya dapat dijadikan sebagai sarana promosi, juga edukasi sekaligus arsip digital dari Kampung Peneleh. Di sisi lain, peneleh sendiri belum memiliki video promosi yang optimal di media digital. Situs-situs di Kampung Peneleh belum merata jika diukur dari jumlah kunjungan masing-masing situs. Diharapkan dengan adanya video promosi ini mampu menjawab masalah yang ada dengan membantu memperkenalkan situs-situs Kampung Peneleh yang masih jarang terdengar atau dikunjungi. Peneliti menggunakan sarana media yang paling diminati oleh masyarakat saat ini untuk mencari referensi maupun tontonan video yaitu Youtube, Tiktok, dan Instagram. Maka dari itu video akan dibuat dengan 2 format yang berbeda yaitu portrait dan landscape. Serta menambahkan media pendukung seperti brosur, merchandise x-banner untuk digunakan saat pameran pariwisata di beberapa acara nantinya.

### **Metode Penelitian**

Metode yang digunakan peneliti pada perancangan ini adalah metode penelitian kualitatif. Pada penelitian ini menggunakan metode observasi, wawancara, kuesioner, studi literatur, dan studi eksisting. Penulis menggunakan pendekatan wawancara untuk memperoleh informasi dan data yang diperlukan secara akurat dari narasumber, pada tahap ini metode wawancara dapat sangat membantu peneliti mengetahui

aktivitas, kejadian dan proses secara mendalam. Dalam metode data yang dicari adalah sejarah, keadaan situs, dan nilai jual Kampung Peneleh sebagai tempat kunjungan wisata sejarah.

### **Pengumpulan Data**

Dalam mendapatkan data yang nyata diperlukan juga teknik pengumpulan data di peroleh dengan cara berikut.

#### **a. Observasi**

Observasi adalah suatu cara untuk mengumpulkan data dengan mengamati langsung dan pencatatan secara sistematis terhadap objek yang akan diteliti. Dalam observasi yang dilakukan di Kampung Peneleh untuk mengamati dan memahami secara langsung keadaan Kampung Peneleh mulai dari faktor kehidupan sosial, karakteristik kampung, hingga keadaan bangunan-bangunan situs sejarah yang berada di kampung tersebut.

#### **b. Wawancara**

Wawancara akan dilakukan dengan beberapa narasumber yang memiliki pemahaman yang cukup mengenai kampung peneleh. Beberapa narasumber tersebut adalah warga Kampung Peneleh, perangkat pengurus Kampung Peneleh, serta ahli/pengajar sejarah.

#### **c. Studi Literasi**

Dalam e-book berjudul “5 Cara Membuat Video Promosi yang Dapat Meningkatkan Sales Anda” dijabarkan secara singkat mengenai 5 cara mudah untuk membuat sebuah video yang tidak hanya membantu secara *Selling* tetapi juga *Branding*, meliputi:

- 1) Durasi yang ideal antara 1-5 menit,
- 2) *Copywriting* dan *Voice Over* yang tepat dan menarik,
- 3) Teks yang menarik,
- 4) Kesan Pertama diawal video yang menarik,
- 5) Musik yang tepat.

#### **d. Dokumentasi**

Pada metode dokumentasi bisa dilihat bahwa situs-situs yang ada sudah memiliki plang keterangan nama situs yang ada. Serta di beberapa bagian terdapat informasi narasi deskriptif yang menjelaskan sejarah mengenai situs yang ada.

### **Konsep dan Keyword**

Hasil yang telah ditemukan dari analisis data, Selanjutnya adalah menentukan konsep dan keyword dalam penelitian ini.

### **Analisis Segmentasi, Targeting dan Positioning (STP)**

#### **1. Segmentasi**

Wilayah	: Surabaya, Sidoarjo, Gresik, dan sekitarnya
Negara	: Indonesia

#### **1. Geografis**

Ukuran Kota : Wilayah kota dan kabupaten

## 2. Demografis Primer

Usia : 17 - 40 Tahun  
 Jenis Kelamin : Laki-laki & perempuan  
 Status Keluarga : Belum menikah, menikah, sudah mempunyai anak  
 Profesi : Pelajar, Wiraswasta, Sejarawan, Fotografer  
 Kelas Sosial : Menengah Kebawah

## 3. Psikografis

Segmentasi psikografis pada penelitian ini adalah Orang-orang yang gemar belajar sejarah, berjalan-jalan dan penikmat visual.

## 2. Targeting

Penelitian ini mempunyai 2 target, yang pertama adalah pria dan wanita yang berusia 17 hingga 40 tahun yang memiliki kelas sosial menengah kebawah dan memiliki sebuah sifat psikografis seorang traveler, penikmat ataupun penggemar sejarah, serta orang-orang yang bekerja maupun memiliki kepentingan di bidang visual.

## 3. Positioning

*Positioning* Kampung Peneleh yang ada saat ini adalah desa wisata sejarah untuk berbagai kalangan yang ingin melakukan jalan-jalan di sepanjang gang di Kampung Peneleh sembari belajar sejarah, ataupun sekedar berfoto-foto.

## USP (Unique Selling Proposition)

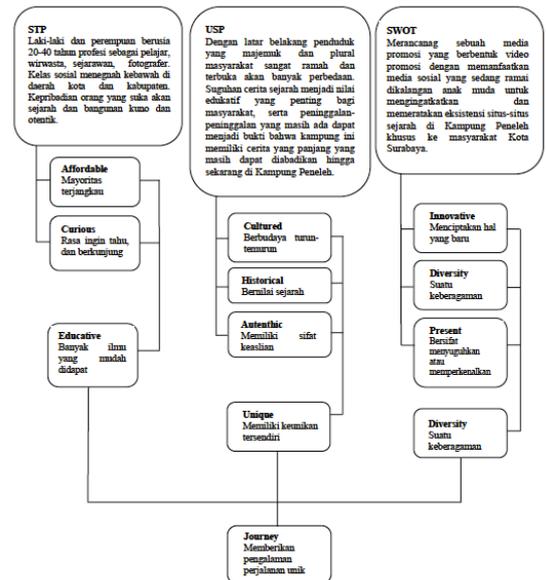
Kampung Peneleh memiliki *Unique Selling Proposition* yaitu Kampung Peneleh menyuguhkan nilai cerita sejarah penting dalam perkembangan kehidupan di Kota Surabaya bahkan Indonesia. Dengan latar belakang penduduk yang majemuk dan plural masyarakat sangat ramah dan terbuka akan banyak perbedaan. 37 Suguhan cerita sejarah menjadi nilai edukatif yang penting bagi masyarakat, serta peninggalan-peninggalan yang masih ada dapat menjadi bukti bahwa kampung ini memiliki cerita yang panjang yang masih dapat diabadikan hingga sekarang.

## Analisis SWOT

Tabel 1 SWOT

	Strengths	Weaknesses
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kampung Peneleh memiliki beragam situs sejarah dalam satu wilayah</li> <li>- Kampung Peneleh memiliki jenis wisata sejarah yang gratis</li> <li>- Kampung Peneleh memiliki bangunan-bangunan yang kuno dan otentik</li> <li>- Tersedia wisata sejarah, religi, dan juga spot foto menarik</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tidak ada media sosial aktif mengenai kegiatan wisata di Kampung Peneleh</li> <li>- Upaya eskavasi dan renovasi situs masih setengah-setengah dan belum maksimal</li> <li>- Belum ada nya media promosi yang layak guna memperkenalkan masing masing situs di Kampung Peneleh</li> </ul>
<b>Opportunities</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Berada ditengah kota, Kampung Peneleh memiliki lokasi yang strategis dan mudah dijangkau</li> <li>- Secara arsitektur bangunan Kampung Peneleh banyak diminati oleh kalangan pengiat visual (fotografer, sutradara film, dsb)</li> <li>- Pemerintah ikut mengupayakan kegiatan wisata di Kampung Peneleh</li> <li>- Nilai cerita sejarah menjadi yang memiliki sasaran potensial dalam dunia wisata edukasi</li> </ul>	<b>Strategi S – O</b> Dengan memiliki aset potensial yang beragam sebagai wisata sejarah dalam satu wilayah, Kampung Peneleh layak berkembang sebagai objek wisata yang edukatif dalam konteks sejarah. Keberagaman bangunan otentik juga dapat memberikan daya dukung dalam ketertarikan wisata dari segi visual.	<b>Strategi W – O</b> Penggunaan sosial media dapat menjadi sarana yang bagus dalam promosi situs sejarah yang ada kepada kalangan generasi yang lebih kekinian. Video promosi yang dipublikasi melalui juga dapat menjadi wadah pengenalan situs secara merata. Dengan begitu setidaknya dapat merangsang kesadaran masyarakat terhadap adanya nilai-nilai dan bangunan sejarah yang tersimpan di Kampung Peneleh.
<b>Threat</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ada destinasi wisata yang jauh lebih menarik dan modern disekitar Kampung Peneleh</li> <li>- Niat masyarakat untuk belajar dan menghargai sejarah masih cukup minim</li> </ul>	<b>Strategi S – T</b> Penguatan identitas dan strategi pengembangan yang baik sangat diperlukan untuk bertahan dalam gempuran kompetitor yang sudah memiliki pesona modern dan lebih menarik. Serta memilih sarana yang lebih modern dalam meningkatkan minat masyarakat untuk belajar mengenai sejarah.	<b>Strategi W – T</b> Kebersamaan antar pengurus dan pengelola pemerintah serta warga setempat harus ditingkatkan agar tercipta upaya yang maksimal dan konsisten dalam pengembangan situs wisata sejarah.
<b>Kesimpulan untuk Strategi Utama</b> Strategi utama : Merancang sebuah media promosi yang berbentuk video promosi dengan memanfaatkan media sosial yang sedang ramai dikalangan anak muda untuk mengingatkan dan memeratakan eksistensi situs-situs sejarah di Kampung Peneleh khusus ke masyarakat Kota Surabaya.		

## Keyword



Bagan 1 Keyword

## Deskripsi Keyword

Berdasarkan dari hasil keyword yang sudah dikembangkan dan dirancang maka konsep yang digunakan dalam video promosi wisata sejarah Kampung Peneleh adalah "*Journey*". Kata

"Journey" didapat dari beberapa *keyword communication* melalui turunan analisa SWOT, STP, dan USP *Journey* memiliki arti pengalaman perjalanan yang cenderung berkesan dan membekas, beberapa hal dapat diambil dari perjalanan tersebut, yang diibaratkan bahwa seluruh situs dirangkai dalam satu perjalanan yang menarik, dan setiap wisatawan yang berkunjung tidak hanya sekedar jalan-jalan biasa namun mendapatkan ilmu dan membawa pulang cerita sejarah yang menarik, serta dapat mengabadikan peninggalan-peninggalan yang masih ada hingga sekarang.

### Strategi Kreatif

Berikut merupakan beberapa unsur yang terdapat pada strategi kreatif dalam penelitian ini:

#### 1. Tagline

Slogan yang ditemukan adalah adaptasi dari keyword yang telah ditemukan melalui kata "Journey", sehingga menghasilkan slogan "Peneleh *Journey of History*" yang berarti bahwa kampung ini memiliki pendekatan yang menyenangkan dalam belajar sejarah yaitu dengan melakukan jalan-jalan menyusuri kampung menuju ke setiap situs-situs yang ada.

#### 2. Tipografi

Pada perancangan video promosi kali ini peneliti menggunakan dua font, yaitu "Long Shot" dan "Sono"



Gambar 1 Long Shot Regular Font  
Sumber: Google.com



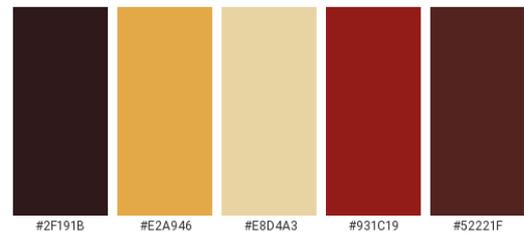
Gambar 2 Sono Variable Regular Font  
Sumber: Google.com

Pada font "Long Shot" diterapkan pada slogan yang dipakai, digunakan agar memberikan kesan tegas dan kuat, hal ini menginterpretasikan sejarah yang panjang dan masih dapat dilihat

hingga sekarang. Kemudian penggunaan font "Sono" digunakan pada teks eksplanatif, font cenderung tipis dan sederhana agar mudah dibaca dan tidak membuat mata lelah. Font ini nantinya akan digunakan pada video dan media pendukung.

#### 3. Warna

Perancangan video promosi ini peneliti menggunakan warna-warna disesuaikan dengan *Key Communication Message* yang telah didapatkan sebelumnya. Journey memiliki arti perjalanan dengan cerita panjang dan berkesan. Dan untuk menggambarkan kesan historis maka didapatkan perpaduan warna sebagai berikut.



Gambar 3 Color Palette  
Sumber: Oleh Peneliti

#### 4. Storyline

Tabel 1 Storyline

FRAME	SCENE
WS	Talent Berjalan Memasuki Gang Dengan Gestur Mengajak masuk
CU	Shoot Plang Jl. Peneleh
WS	Tampak Rumah HOS Tjokroaminoto dari sudut samping
CU	Tulisan HOS Tjokro Aminoto
MW	Talent berjalan memasuki pagar luar
MW	Talent menunjukan tiket masuk kepada petugas museum
MW	Talent berjalan memasuki museum
WS	Talent disapa oleh penjaga museum
MW	Talent berjalan melihat-lihat koleksi museum ditemani oleh penjaga museum
CU	Talent membaca deksripsi koleksi museum
CU	Talent scan QR Code yang ada dimuseum
MC	Talent berjalan mengambil brosur
CU	Talent membaca brosur
WS	Talent berjalan menyusuri gang
MS	Talent melihat tulisan Sumur Jobong
MW	Tampak Sumur Jobong
CU	Talent membanca teks Sumur Jobong
MW	Memperlihatkan Sumur Jobong Terbuka
Mw	Memperlihatkan Isi Sumur Jobong
CU	Memperlihatkan plang bertuliskan Masjid Jami' Peneleh
MC	Memperlihatkan menara Masjid
MW	Talent berjalan sekitar jendela

MC	Masjid Tampak Depan
WS	Talent Memasuki Masjid
WS	Memperlihatkan keseluruhan dan detail detail arsitektur Masjid
WS	Talent sedang sholat
WS	Talent sedang sholat
MC	Memperlihatkan kaligrafi arab
WS	Memperlihatkan Tugu bergambar soekarno dan bertuliskan Rumah kelahiran Soekarno
MC	Talent memasuki gang
MW	Talent berjalan dari kiri ke kanan sambil melihat mural
WS	Tampak depan rumah Ir. Soekarno
CU	Batu peresmian cagar budaya
MC	Jendela
WS	Talent berjalan menyusuri gang
WS	Talent in frame berjalan sampai ke Makam Belanda Peneleh
MC	Memperlihatkan Tulisan Makam Belanda Peneleh
CU	Memperlihatkan detail ornamen makam
MW	Talent berjalan menyusuri makam sambil memfoto makam
MW	CLOSING

### Sinopsis

Pada awal video menampilkan potongan-potongan video singkat mengenai situs-situs yang ada, kemudian ditampilkan sebuah peta lokasi Kampung Peneleh dengan keterangan situs-situs sejarah yang ada. Video dilanjut dengan dibuka oleh salam pembuka dari talent yang berperan sebagai wisatawan sekaligus pembawa acara dalam perjalanan di Kampung Peneleh. Perjalanan dimulai dari Museum HOS Tjokroaminoto yang dimana memiliki jumlah kunjungan yang paling banyak dan menjadi gerbang bagi situs-situs lain.

Pada museum ini wisatawan yang tampil dalam video dipandu dengan penjaga museum belajar akan cerita sejarah HOS Tjokroaminoto, dan di dalam video menampilkan beberapa koleksi dan dokumentasi yang ada. Lalu perjalanan selanjutnya menuju ke Sumur Jobong, sumur yang dipercaya sudah ada sejak jaman Majapahit dan baru ditemukan pada tahun 2018 saat pembangunan jalan. Pada situs ini wisatawan melakukan kegiatan membaca informasi yang tertera sambil melihat-lihat koleksi fosil yang ada. Kemudian talent dipandu oleh pengurus Sumur Jobong untuk mencoba masuk ke dalam Sumur Jobong dan mencicipi air dalam sumur.

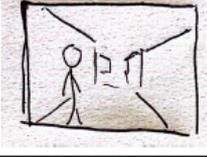
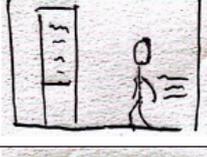
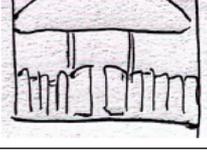
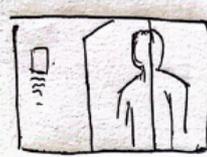
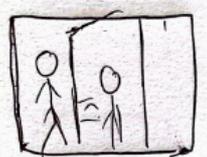
Kemudian perjalanan dilanjut menuju Masjid Jami'. wisatawan melihat keindahan arsitektur masjid yang kuno, dan masih kental akan religiusitas. Hal ini digambarkan dengan ekspresi wajah wisatawan yang kagum. Kemudian perjalanan ditutup dengan mengunjungi Makam Belanda Peneleh. Pada situs ini wisatawan melakukan perjalanan dengan santai sambil menikmati rindangnya pohon dan keindahan ornamen-ornamen yang terdapat pada makam.

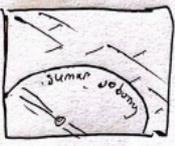
Kemudian perjalanan dilanjut dengan berkunjung ke rumah kelahiran Ir. Soekarno yang dimana cerita sejarah masih berkaitan dengan sosok HOS Tjokroaminoto. Lalu video ditutup dengan kalimat ajakan wisatawan yang telah melakukan perjalanan tadi.

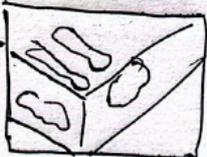
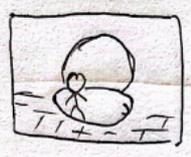
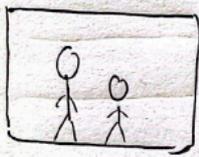
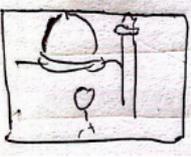
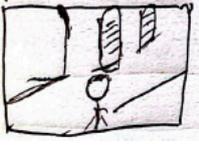
### Storyboard

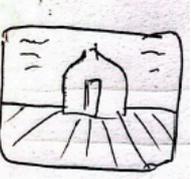
Storyboard merupakan gambaran yang menunjukkan per adegan dengan alur yang sudah di tentukan dalam perancangan video promosi wisata sejarah Kampung Peneleh. Isi dari storyboard meliputi adegan per *scene*, musik dan lainnya yang di perlukan dalam proses produksi.

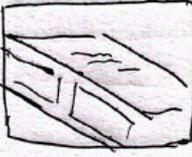
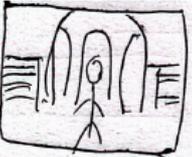
Tabel 2 Storyboard

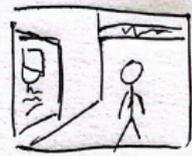
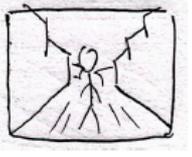
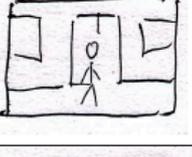
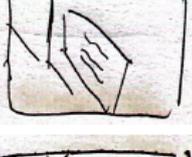
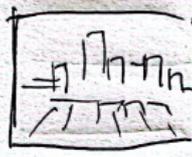
1		Menampilkan aerial shoot drone Kampung Peneleh
2		Memperlihatkan gang peneleh, dan adegan talent opening video
3		Memperlihatkan plang tulisan Museum HOS Tjokroaminoto dan talent berjalan melewatinya untuk menuju museum
4		Menampilkan Rumah HOS Tjokroaminoto secara keseluruhan dan tampak depan
5		Adegan talent dan penjaga museum bercengkrama sambil menjelaskan isi koleksi museum
6		Menampilkan beberapa koleksi museum
7		Talent melakukan adegan berpamitan dengan penjaga museum untuk mengunjungi situs selanjutnya

8		Menampilkan detail Sumur Jobong
9		Talent berjalan menuju kawasan situs sumur jobong dan melihat koleksi penemuan fosil Sumur Jobong

10		Memperlihatkan koleksi penemuan fosil pada saat eskavasi sumur
11		Talent dan penjaga sumur melakukan adegan turun ke sumur untuk merasakan air sumur
12		Talent berpamitan untuk berpindah ke situs selanjutnya
13		Menampilkan masjid dan talent, melihat masjid dari kejauhan
14		Talent berjalan di sekitaran masjid

15		Menampilkan interior masjid secara keseluruhan
16		Shoot berganti ke situs selanjutnya dengan menampilkan salah satu makam ikonik yang ada di Makam Belanda Peneleh

17		Menampilkan detail salah satu makam
18		Talent berjalan lalu berhenti didepan salah satu makam dan meremung
19		Talent berjalan kembali menikmati kesejukan di kompleks makan tersebut

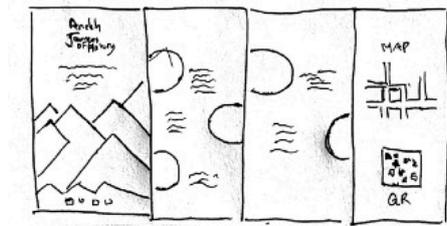
20		Menampilkan tugu situs Rumah Kelahiran Soekarno serta talent berjalan memasuki gang
21		Menampilkan suasana gang Pandean
22		Talent berhenti didepan ruman
23		Menampilkan marmer peresmian cagar budaya dari Pemkot
24		Talent berfoto-foto di depan rumah
25		Menampilkan aerial kampung peneleh serta VO kalimat penutup

## Perancangan Media

Perancangan media pendukung dilakukan untuk menunjang keberhasilan mencapai tujuan pembuatan karya, pada kasus ini peneliti menggunakan media pendukung berupa brosur, souvenir, dan x-banner

### Perancangan Desain

#### 1. Brosur

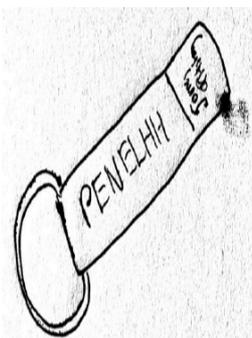


Gambar 4 Sketsa Brosur

Brosur nantinya akan diletakan pada museum HOS Tjokroaminoto, yang dimana menjadi salah satu situs yang paling banyak dikunjungi oleh wisatawan, diharapkan Museum HOS Tjokroaminoto bisa menjadi gerbang bagi pengunjung untuk berjalan-jalan di Kampung Peneleh. Brosur akan berisi sejarah singkat Peneleh, daftar situs, dan juga QR Code yang akan muncul video promosi jika dipindai oleh smartphone.

#### 2. Merchandise

Merchandise yang dipilih penulis untuk media pendukung dalam perancangan ini adalah berupa gantungan kunci, yang nantinya akan dicetak dan dibagikan kepada setiap pengunjung yang berkunjung.



Gambar 5 Sketsa Desain Merchandise

#### 3. X-banner

X-banner diperuntukan sebagai media pendukung untuk menarik atensi audience pada kesempatan tertentu seperti pameran-pameran atau

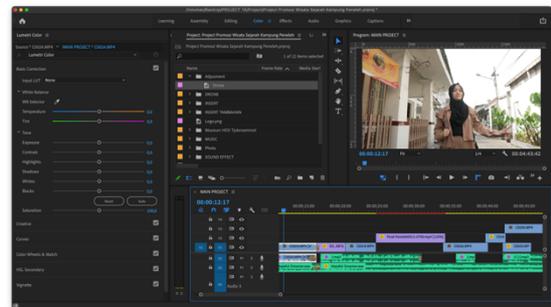
pun acara besar. Nantinya x-banner ini juga diletakan pada museum HOS Tjokroaminoto.



Gambar 6 Sketsa Desain x-Banner

## Implementasi Karya

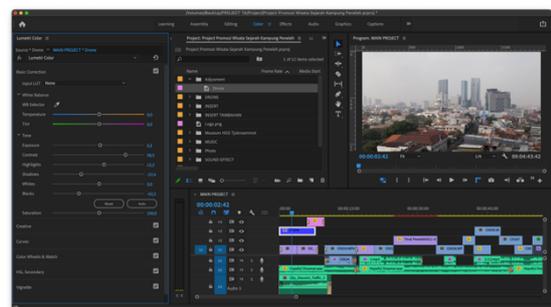
### 1. Proses Editing



Gambar 7 Proses Editing

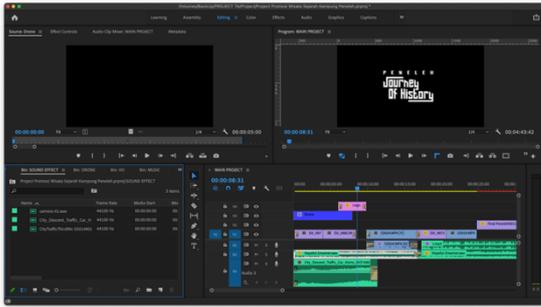
Proses diatas merupakan proses menyatukan semua video yang sudah direkam kemudian menambahkan lagu, dan *Voice Over* agar video menjadi lebih menarik dan bisa dinikmati oleh penonton.

Setelah melakukan penggabungan gambar/video, kemudian peneliti melakukan penyesuaian warna agar video yang dihasilkan memiliki warna yang senada dan enak ditonton.



Gambar 8 Proses Editing

Penyesuaian warna atau biasa yang disebut coloring dilakukan dengan menggunakan program dasar yang dimiliki oleh Adobe Premiere Pro 2021 yaitu Lumetri Color. Setelah warna diselaraskan, proses selanjutnya adalah penambahan materi grafis seperti tipografi pada judul, logo-logo, dsb.



Gambar 9 Proses Editing

## 2. Media Utama

Media utama pada perancangan ini adalah berupa video promosi yang berkonsep seperti vlog tour pada Kampung Peneleh. Pada pembukaan video berisikan judul dan *tagline* video. Kemudian disambut oleh pembukaan *talent* yang berperan sebagai pengunjung.



Gambar 10 Salah Satu Scene Pembuka

Kemudian video dilanjutkan dengan tour situs-situs dikampung peneleh yang dimulai dari Museum HOS Tjokroaminoto. Disini menjelaskan bahwa isi dari koleksi museum. Serta pemandu bagaimana jika ingin berkunjung ke museum.



Gambar 11 Salah Satu Scene Mengunjungi museum HOS Tjokroaminoto

Selanjutnya video dilanjutkan dengan berkunjung ke Sumur Jobong. Scene ini menunjukkan koleksi fosil yang ditemukan pada saat eskavasi Sumur Jobong. Pada situs ini pengunjung dapat turun ke bawah dan merasakan kesegaran air Sumur Jobong.



Gambar 12 Salah satu scene mengunjungi Sumur Jobong

Situs yang ketiga adalah Masjid Jami'. Masjid yang merupakan peninggalan dari Sunan Ampel, yang masih memiliki arsitektur kuno dan ontentik pada beberapa bagian.



Gambar 13 Salah satu scene mengunjungi Masjid Jami'

Perjalanan selanjutnya adalah mengunjungi Makam Belanda Peneleh. Ornamen-ornamen unik dan tidak biasa pada makam ini sangat menarik bagi para penggiat visual khususnya fotografer. Makam juga tidak terkesan menyeramkan, malah justru sejuk, indah, dan nyaman.



Gambar 14 Salah satu scene mengunjungi Makam Belanda Peneleh

Dan yang terakhir adalah rumah kelahiran Ir. Soekarno. Disini pengunjung dapat melihat bangunan Rumah Kelahiran Soekarno dari depan, serta dapat mengabadikan momen di depan rumah.



Gambar 15 Salah Satu Scene Mengunjungi Rumah Kelahiran Ir. Soekarno

Bagian penutup video diisi dengan salam penutup dan kalimat ajakan untuk berkunjung dan jalan-jalan di Kampung Peneleh.



Gambar 16 Salah Satu Scene Penutup.

### 3. Media Pendukung

#### a. Brosur



Gambar 17 Desain Brosur Depan



Gambar 18 Desain Brosur Belakang

Brosur akan dipajang pada beberapa situs yang memiliki tempat yang memadai untuk dipajang. Brosur ini berisi tentang informasi situs apa saja yang ada di Kampung Peneleh, serta denah lokasi situs.

#### b. Desain X-Banner



Gambar 19 Desain X-Banner

X-banner digunakan untuk menarik atensi setiap audience yang melewatinya. X-banner akan diletakkan pada Museum HOS Tjoroaminoto. Selain itu dapat juga digunakan pada saat pameran atau kegiatan tertentu.

#### c. Merchandise



Gambar 20 Desain Merchandise

Merchandise yang dipilih pada rancangan ini untuk menjadi media pendukung adalah gantungan kunci. Mengapa gantungan kunci, karena gantungan kunci bisa dipakai dimana saja ataupun dibawah dimana saja. Secara tidak langsung bisa menjadikan sebuah media iklan pasif yang efektif.

### Kesimpulan

Setelah dilakukan penelitian mengenai perancangan video promosi wisata sejarah sebagai upaya meningkatkan eksistensi Kampung Peneleh, peneliti dapat membuat menyimpulkan bahwa

dalam perancangan sebuah video promosi ini memiliki tujuan untuk memperkenalkan kembali potensi-potensi situs-situs di Kampung Peneleh yang memiliki nilai edukasi yang tinggi dan nilai jual sebagai tempat wisata. Penelitian dilakukan dengan mendapatkan data dari hasil observasi, wawancara, dokumentasi, studi literatur, dan studi kompetitor hingga didapatkan sebuah keyword communication message “*Journey*” yang artinya sebuah perjalanan, mengunjungi kampung ini seperti melakukan perjalanan waktu. Keyword tersebut yang nantinya akan dipakai sebagai acuan dalam perancangan karya mulai dari penulisan sinopsis, *story line*, *storyboard*, tipografi, sampai kepada media pendukung. Sehingga terbentuklah sebuah video promo berjudul “Peneleh *Journey of History*” yang berdurasi 4 menit. Tidak lupa dilengkapi dengan media pendukung yang terdiri dari x-banner, gantungan kunci, dan brosur.

### Saran

1. Peneliti berharap potensi yang ada di desa Puhsarang dapat digali lebih dalam sehingga dapat mewakili desa Puhsarang dengan baik dikemudian hari.
2. Peneliti selanjutnya dapat menggunakan media promosi dengan cakupan masyarakat yang lebih luas dengan mempertimbangkan penggunaan sosial media yang sedang trend.

### Daftar Pustaka

#### Buku

- Abdulgani, R. (1964). *Penggunaan Ilmu Sejarah*. Bandung: Prapanca.
- Noviyanto. (2011, 10 27). *Makam Peneleh jadi Jujugan Antropolog, Sejarahwan, Arsitek dan Sosiolog*. Retrieved from Lensa Indonesia: <http://www.lensaIndonesia.com/2011/10/27/makam-peneleh-jadi-jujugan-antropolog-sejarahwan-arsitek-dan-sosiolog.htm>
- JDIH Kota Surabaya. (2008). *Surat Keputusan Walikota Surabaya*. Retrieved Maret 2022, from [https://jdih.surabaya.go.id/pdfdoc/kepwali\\_26.pdf](https://jdih.surabaya.go.id/pdfdoc/kepwali_26.pdf)
- Ayawaila, G. R. (2008). *Dokumenter Dari Ide Sampai Produksi*. Jakarta: FFTVIKJ.
- JDIH BPK RI. (1992). *Undang-undang (UU) tentang perfilman*. Retrieved Maret 2022, from <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/46600>

Amos Arya, P. W. (2014). *PERANCANGAN FILM DOKUMENTER KAMPUNG PENELEH SURABAYA*. Surabaya: Universitas Kristen Petra.

Tanzil, C. (2010). *Pemula Dalam Film Dokumenter: Gampang-gampang Susah*. Jakarta Pusat.

Effendy, H. (2014). *Mari Membuat Film*. Jakarta: Kepustakaan Populer Gramedia.

Beaver, F. E. (1994). *Dictionary of Film Terms*. Macmillan: New York : An imprint of Simon & Schuster.

Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.

Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.

### Sumber Internet

- [www.surabaya.go.id](http://www.surabaya.go.id) (Diakses pada 4 Maret 2022)
- [tiketwisata.surabaya.go.id](http://tiketwisata.surabaya.go.id) (Diakses pada 5 April 2022)
- [kbbi.kemdikbud.go.id](http://kbbi.kemdikbud.go.id) (Diakses pada 5 Maret 2022)