

PERANCANGAN VIDEO PROMOSI YUSSAR FISHING AND PLAYGROUND DI SIDOARJO DENGAN TEKNIK *NATURAL FRAMING* SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN MINAT PENGUNJUNG

Endy Ratomi Firmansyah¹⁾, Muh. Bahruddin²⁾, Darwin Yuwono Riyanto³⁾

Fakultas Desain dan Industri Kreatif, Universitas Dinamika

E-mail: 1) 18420100081@dinamika.ac.id

Fakultas Desain dan Industri Kreatif, Universitas Dinamika

E-mail: 2) Bahrudin@dinamika.ac.id

Fakultas Desain dan Industri Kreatif, Universitas Dinamika

E-mail: 3) Darwin@dinamika.ac.id

ABSTRAK: Yussar Fishing and Playground merupakan salah satu tempat wisata yang berada di Desa Kalidawir Kecamatan Tanggulangin Kabupaten Sidoarjo. Tempat wisata ini memiliki luas 4 hektar dan diresmikan pada bulan Juni tahun 2021 dengan menyuguhkan suasana alam yang asri dan memiliki beragam wahana serta fasilitas. Hasil wawancara dengan pengelola Yussar Fishing and Playground, diperoleh data yang menunjukkan naik turunnya jumlah pengunjung pada tahun 2022. Pada bulan Januari jumlah pengunjung mengalami kenaikan karena libur tahun baru, namun turun signifikan pada bulan Februari hingga April. Jumlah pengunjung kembali meningkat pada bulan Mei hingga September namun mulai turun pada bulan Oktober. Selain karena minimnya *event*, penurunan jumlah pengunjung disebabkan karena kurangnya media promosi. Yussar Fishing and Playground hanya mengandalkan sebuah *website* dan Instagram sebagai media promosinya. Oleh karena itu, dengan tujuan untuk meningkatkan jumlah wisatawan yang berkunjung ke Yussar Fishing and Playground, perlu adanya sebuah rancangan promosi sebagai upaya meningkatkan minat pengunjung. Video promosi merupakan salah satu media promosi yang cukup baik dalam penerapannya sebagai upaya meningkatkan minat pengunjung karena berbentuk audio visual sehingga lebih mudah dipahami oleh *audience*. Metode yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif. Hasil dari penelitian ini berupa video promosi Yussar Fishing and Playground yang di-*upload* di platform YouTube dan TikTok serta media pendukung berupa *x-banner*, *t-shirt*, mug, dan gantungan kunci.

Kata Kunci : *Yussar Fishing and Playground, Video Promosi, Pengunjung.*

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Jawa Timur merupakan provinsi dengan banyak sekali kekayaan alam yang dapat dimanfaatkan dan berpotensi dijadikan sebagai tempat wisata. Berbicara mengenai wisata, Jawa Timur tentu memiliki beragam objek wisata yang dapat dikunjungi seperti wisata alam, wisata kuliner, wisata edukasi, dan masih banyak lagi. Wisata tersebut tersebar di beberapa kota di Jawa Timur salah satunya di Sidoarjo.

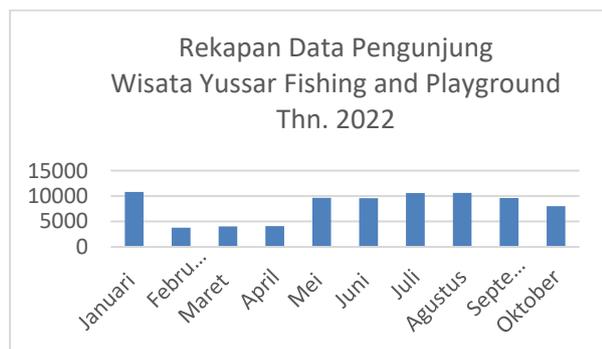
Sidoarjo sendiri memiliki tempat wisata yang cukup banyak, salah satu contohnya adalah Wisata Lumpur Lapindo, Lesehan Legok Asri, Wisata Alas Prambon. Diantara nama tersebut ada satu tempat wisata yang tergolong baru karena berumur satu tahun, yakni Yussar Fishing and Playground yang berada di Desa Kalidawir Kecamatan Tanggulangin. Menurut hasil wawancara dengan Yeri selaku salah satu pengurus wisata, sebelum berdirinya tempat wisata ini, tanahnya dulu adalah rawa-rawa. Lalu rawa-rawa tersebut sekarang telah berubah menjadi sebuah tempat tujuan wisata di Sidoarjo.

Wisata Yussar Fishing and Playground ini diresmikan dan dibuka pada bulan Juni 2021. Wisata ini

buka setiap hari dari pukul 08:00 sampai 22:00. Untuk tiket masuknya dikenakan biaya Rp. 5.000/orang pada hari biasa, sedangkan pada akhir pekan Rp. 8.000/orang. Wisata Yussar Fishing and Playground ini dikelola oleh pihak swasta dengan pendanaan dari investor.

Manfaat didirikannya tempat wisata ini juga sebagai pemberdayaan masyarakat sekitar, jadi dengan adanya wisata ini masyarakat dapat membuka usaha dan mendapatkan pekerjaan. Wisata ini menawarkan panorama alam yang asri dan berbagai macam objek wisata seperti spot memancing, spot foto, gazebo, food court, wahana bebek air, dan juga wahana bermain anak.

Tabel 1.1 Data kunjungan wisatawan Yussar Fishing and Playground 2022



(Sumber: Pengurus Wisata Yussar Fishing and Playground)

Pada tabel diatas dapat dilihat jumlah kunjungan wisata Yussar Fishing and Playground ini mengalami naik turun dalam tahun 2022. Pada bulan Januari, minat pengunjung yang datang sangatlah banyak karena bertepatan dengan libur tahun baru, tetapi pada bulan Februari hingga April mengalami penurunan yang drastis. Lalu mengalami kenaikan lagi pada bulan Mei hingga September dan menurun kembali pada bulan Oktober karena kurangnya event dan promosi. Dari segi media promosi sendiri, Yussar Fishing and Playground hanya mengandalkan *website* dan media sosial Instagram. Berdasar hal tersebut, dirasa perlu untuk merancang sebuah media promosi sebagai upaya meningkatkan minat pengunjung di Yussar Fishing and Playground.

Video promosi merupakan salah satu media promosi yang cukup baik dalam penerapannya sebagai upaya meningkatkan minat pengunjung. Alasannya karena berbentuk audio visual sehingga lebih mudah dipahami oleh *audience*. Kurniawan, H & Dwi Wahyurini, O. (2016: 221) memaparkan bahwa video promosi memiliki beberapa kelebihan dibanding media promosi konvensional lainnya, yakni memiliki daya jangkau yang luas, menampilkan realita objek, dan dapat diaplikasikan di berbagai macam media digital, televisi, Youtube, website travel, media sosial, dan sebagainya.

Berdasarkan permasalahan di atas, peneliti mengangkat tugas akhir yang berjudul "Perancangan Video Promosi Yussar Fishing and Playground dengan Teknik Natural Framing sebagai upaya Meningkatkan Minat Pengunjung." Diharapkan dengan adanya video promosi ini dapat membantu meningkatkan minat pengunjung di Yussar Fishing and Playground.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data kualitatif. Menurut (Gunawan, 2013) menjelaskan bahwa penelitian dengan pendekatan kualitatif menekankan analisis proses dari proses berpikir secara induktif, berkaitan dengan dinamika hubungan antarfenomena yang diamati, dan menggunakan logika ilmiah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Reduksi Data

Reduksi data merupakan struktur untuk memilah, memusatkan, dan menyederhanakan data. Setelah data

yang dibutuhkan terkumpul dari metode observasi, wawancara, dokumentasi dan studi literatur, maka selanjutnya data tersebut dianalisa untuk dibuat sebagai perancangan video promosi.

1. Observasi

Yussar Fishing and Playground yang terletak di Desa Kalidawir, Kecamatan Tanggulangin, Kabupaten Sidoarjo merupakan sebuah destinasi wisata yang memiliki banyak fasilitas dan menawarkan suasana alam yang asri. Fasilitas di dalamnya yakni seperti, spot memancing, wahana bermain anak, wahana bebek air, spot foto, foodcourt, gazebo, resto, dan musholla. Jalan menuju tempat wisata juga cukup mudah diakses dengan motor maupun mobil dan memiliki lahan parkir yang cukup luas. Terdapat gerai makanan kecil di depan pintu masuk wisata serta pengunjung juga dapat menikmati pemandangan sawah di sebelah pintu masuk wisata.

2. Wawancara

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik wisata yang dalam hal ini diwaliki oleh Yeri selaku Supervisor di Yussar Fishing and Playground, berdirinya tempat wisata ini diinisiasi oleh Bapak Zahlul Yussar dan dibantu oleh Pokdarwis desa setempat. Tujuan dibangunnya tempat wisata ini sebagai upaya pemberdayaan warga desa sehingga berimbas pada peningkatan perekonomian. Memiliki luas lahan 4 hektar dengan biaya masuk yang murah dan terjangkau segala jenis usia. Biaya tiket masuknya dikenakan Rp.5000/orang pada hari biasa sedangkan pada weekend Rp.8000/orang dan untuk usia dibawah 5 tahun tidak dikenakan biaya. Pengunjung umumnya berasal dari Sidoarjo namun ada juga pengunjung dari luar kota seperti, Surabaya, Malang, dan Pasuruan. Selain itu, data yang didapat menunjukkan penurunan kunjungan wisata pada bulan oktober. Dari segi media promosi sendiri hanya terdapat *website* dan Instagram.

Wawancara kedua dengan pengunjung wisata Yussar Fishing and Playground yakni dengan Bapak Candra yang berasal dari Candi, Sidoarjo. Beliau sering berkunjung bersama dengan keluarganya untuk sekedar refreshing dan bermain bersama anaknya. Alasan sering mengunjungi karena biayanya yang murah dan lokasinya juga dekat dengan rumah. Wawancara ketiga dengan orang tua yang berkunjung di Yussar Fishing and Playground yakni dengan Bapak Effendi yang berasal dari Kludan, Tanggulangin. Beliau sudah tiga kali datang berkunjung bersama dengan anaknya untuk memancing serta menikmati suasana alam yang asri. Alasan memilih berkunjung ke tempat wisata ini karena biaya yang murah dan lokasi yang dekat dengan rumah.

3. Dokumentasi

Hasil dokumentasi yang dilakukan di tempat wisata Yussar Fishing and Playground berupa foto saat proses pembangunan tempat wisata dan foto tempat wisata setelah dibangun. Foto ini didapat dari hasil wawancara dengan Yeri selaku pengurus wisata Yussar Fishing and Playground

4. Studi Literatur

Dalam buku yang berjudul Merancang Media

Promosi Unik dan Menarik oleh Ardhi, Y. (2013). Peneliti mendapat informasi terkait media promosi dan bagaimana merancang media promosi yang tepat tujuan untuk suatu produk atau jasa. Lalu dalam jurnal yang berjudul Perancangan Video Promosi Pasar Seni Tradisional Kumbasari Sebagai Pusat Busana Khas Bali di Denpasar oleh Kurniawan, H. & Dwi Wahyurini, O. (2017). Peneliti memperoleh informasi terkait pemilihan video promosi sebagai media yang cocok digunakan karena berbentuk audio visual sehingga memudahkan *audience*. Durasi ideal dalam video adalah 1-3 menit menyesuaikan dengan kepadatan konten atau informasi yang disampaikan dalam video. Dalam website Studio Antelope mendapatkan informasi terkait dengan pemilihan angle kamera dan shot yang akan digunakan dalam perancangan video promosi.

5. Studi Kompetitor

Berdasarkan konten video berjudul Video Promosi Wisata Kedung Pengilon Bantul Yogyakarta yang diunggah oleh channel YouTube Roy Vacation. Isi video berfokus pada objek wisata Kedung Pengilon Bantul yang dikemas dengan baik dengan voice over sebagai penjelas dan diiringi musik.

Penyajian Data

Setelah melakukan reduksi data, maka dibuatlah penyajian data yang akan digunakan dalam rancangan video promosi Yussar Fishing and Playground, sebagai berikut :

1. Yussar Fishing and Playground merupakan sebuah destinasi wisata yang tergolong baru dan terletak di Desa Kalidawir, Kecamatan Tanggulangin, Kabupaten Sidoarjo.
2. Akses jalan yang cukup mudah dengan menggunakan mobil maupun motor.
3. Tiket masuk sebesar Rp.5000/orang pada hari biasa dan Rp.8000/orang pada hari weekend. Usia dibawah 5 tahun tidak dikenakan biaya.
4. Wisatawan yang berkunjung umumnya berasal dari Sidoarjo dengan rentang usia 5-50 tahun.
5. Memiliki fasilitas yang cukup banyak seperti, spot memancing, wahana bebek air, wahana bermain anak, spot foto, gazebo, foodcourt, dan musholla serta menawarkan suasana alam yang asri.
6. Pada bulan oktober mengalami penurunan jumlah kunjungan wisata karena kurangnya promosi.
7. Menggunakan video promosi sebagai upaya meningkatkan minat pengunjung.

Penarikan Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari penyajian data sebelumnya, maka dapat disimpulkan Yussar Fishing and Playground merupakan sebuah destinasi wisata yang tergolong baru dan terletak di Desa Kalidawir, Kecamatan Tanggulangin, Kabupaten Sidoarjo. Memiliki berbagai fasilitas didalamnya dan menawarkan suasana alam yang asri. Tiket masuk yang murah sebesar Rp.5000/orang pada hari biasa dan Rp.8000/orang pada weekend. Wisatawan yang datang memiliki rentang usia 5-50 tahun. Berdasarkan data yang didapat dari wawancara dengan pengurus wisata, jumlah kunjungan Yussar Fishing and Playground

mengalami penurunan pada bulan Oktober karena kurangnya promosi. Maka dari itu, peneliti bertujuan untuk merancang video promosi sebagai upaya meningkatkan minat pengunjung.

Konsep dan Keyword

Segmentasi, Targeting dan Positioning

1. Segmentansi

- a. Geografis
 - Wilayah : Sidoarjo, Surabaya
 - Negara : Indonesia
 - Ukuran Kota : Kota besar / kabupaten
- b. Demografis
 - Usia : 5 – 50 tahun
 - Jenis Kelamin : Laki-laki dan perempuan
 - Pekerjaan : Pelajar, karyawan swasta, wiraswasta
 - Kelas Sosial : Semua kalangan
 - Pendidikan : SD – Sarjana
- c. Psikografis
 - Memiliki aktifitas yang padat dan membutuhkan *refreshing*
 - Mempunyai hobi *travelling*
 - Memiliki rasa ingin tahu

2. Targeting

Target pengunjung Yussar Fishing and Playground mulai dari usia 5-50 tahun, laki-laki dan perempuan, kelas sosial semua kalangan, memiliki aktifitas yang padat dan membutuhkan *refreshing*, serta menikmati suasana alam yang asri dengan beragam wahana dan kuliner di *foodcourt*.

3. Positioning

Yussar Fishing and Playground memposisikan diri sebagai destinasi wisata yang memiliki beragam wahana & fasilitas serta menawarkan suasana alam yang asri berupa persawahan. Wisatawan dimanjakan dengan berbagai wahana seperti spot pemancingan, wahana bebek air, wahana bermain anak, dan spot foto.

Unique Selling Proposition

Unique Selling Proposition yang dimiliki oleh Yussar Fishing and Playground adalah sebuah wisata yang memiliki beragam wahana dan menyuguhkan suasana alam yang asri kepada pengunjung. Hal yang menjadi pembeda diantara tempat wisata yang lain adalah dari segi wahana dan fasilitasnya seperti adanya spot pemancingan, wahana bebek air, playground, spot foto, dan foodcourt. Selain itu, tiket masuknya juga sangat terjangkau yakni sebesar Rp.5000/orang pada hari biasa dan Rp.8000/orang pada weekend.

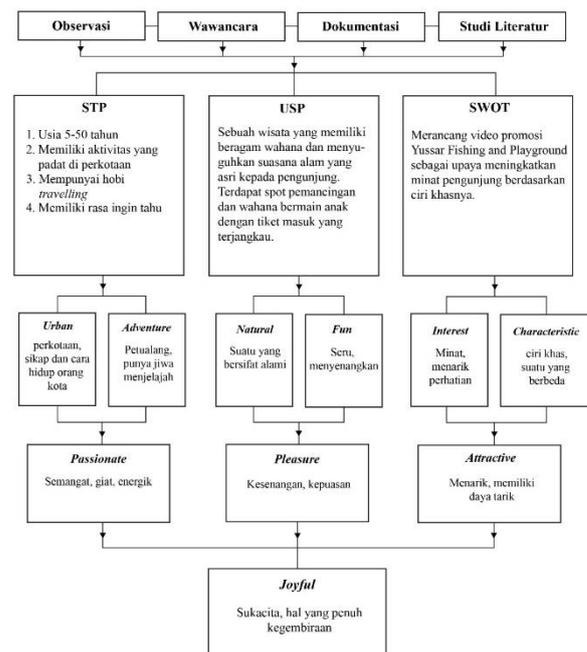
Analisa SWOT

Tabel 4.1. Analisis SWOT

	STRENGTH	WEAKNESS
INTERNAL	<ul style="list-style-type: none"> - Memiliki beragam wahana serta fasilitas. - Wisata dengan tiket masuk yang murah 	<ul style="list-style-type: none"> - Kurangnya media promosi terkait wisata Yussar Fishing and Playground.

<p>EKSTERNAL</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Menyuguhkan suasana alam yang asri. - Wisata yang cocok dikunjungi bersama keluarga atau pasangan. 	<ul style="list-style-type: none"> - Belum memiliki video promosi yang maksimal/.
<p>OPPORTUNITIES</p> <ul style="list-style-type: none"> - Perkembangan teknologi yang dapat dijadikan sebagai media promosi - Mendapat dukungan dari investor untuk mengembangkan wisata. - Kabupaten Sidoarjo yang memiliki potensi sebagai tempat wisata 	<p>S – O</p> <ul style="list-style-type: none"> - Memaksimalkan media online untuk mempromosikan Yussar Fishing and Playground - Mendapat dukungan dari investor untuk dapat mengembangkan wisata menjadi lebih baik lagi. 	<p>W – O</p> <ul style="list-style-type: none"> - Membuat media promosi wisata Yussar Fishing and Playground. - Merancang video promosi Yussar Fishing and Playground agar lebih dikenal oleh wisatawan luar..
<p>THREATS</p> <ul style="list-style-type: none"> - Terdapat wisata lain yang dekat dengan Yussar Fishing and Playground. - Banyaknya tempat wisata di Kabupaten Sidoarjo yang telah dikenal masyarakat. 	<p>S – T</p> <ul style="list-style-type: none"> - Menggunakan media promosi yang menampilkan keunggulan wisata. - Menggunakan media video yang menarik untuk wisata Yussar Fishing and Playground. 	<p>W – T</p> <ul style="list-style-type: none"> - Menggunakan promosi melalui media online. - Merancang video promosi yang berbeda dengan para kompetitornya.
<p>Strategi Utama: Merancang video promosi Yussar Fishing and Playground di Sidoarjo sebagai upaya meningkatkan minat pengunjung berdasarkan ciri khasnya.</p>		

Key Communication Message



Gambar 4.1 Key Communication Message

Deskripsi Konsep

Dari hasil analisa *Key Communication Message* diperoleh sebuah *keyword* “*Joyful*” yang nantinya akan digunakan sebagai konsep dalam perancangan video promosi Yussar Fishing and Playground sebagai upaya meningkatkan minat pengunjung.. *keyword* “*Joyful*” memiliki arti suka cita, hal yang penuh kegembiraan. Kata *Joyful* pada perancangan ini, berarti memperlihatkan kesan suka cita dan kegembiraan kepada audiens saat mengunjungi wisata Yussar Fishing and Playground. Dengan konsep tersebut, harapannya dapat mempersuasi audiens dan meningkatkan minat pengunjung di Yussar Fishing and Playground.

Perancangan Kreatif

Tujuan Kreatif

Konsep yang akan digunakan adalah berdasarkan *keyword* yang telah didapat sebelumnya. *Keyword* “*Joyful*” bertujuan memberikan sebuah makna bahwa Yussar Fishing and Playground merupakan tempat wisata yang membawa suka cita dan hal yang penuh kegembiraan. Melalui video promosi akan di-visualkan dengan menampilkan fasilitas, wahana, dan suasana Yussar Fishing and Playground yang menyenangkan sehingga menimbulkan kesan tempat wisata yang membawa suka cita dan kegembiraan.

Strategi Kreatif

1. Sinopsis

Memperlihatkan panorama Yussar Fishing and Playground yang indah pada sore hari. Seorang perempuan muda membayar tiket masuk dan berjalan memasuki tempat wisata Yussar Fishing and Playground. Dia melangkahhkan kaki lalu berhenti sambil tersenyum melihat panorama tempat wisata lalu melihat denah. Perempuan muda tersebut mencoba mengelilingi di dalam tempat

wisata dan berjalan di atas jembatan. Selanjutnya, memperlihatkan wahana seperti perahu bebek dan dua anak yang bermain di playground lalu perempuan muda duduk di gazebo. Suasana berganti menjelang malam, memperlihatkan foodcourt lalu perempuan muda berjalan masuk foodcourt dan membeli makanan. Memerlihatkan panorama Yussar Fishing and Playground pada malam hari, terdapat seorang laki-laki memancing di kolam lalu memperlihatkan keadaan playground pada malam. Perempuan muda lalu berjalan masuk ke spot foto lalu terlihat tertawa dan senang berpose di spot foto. Perempuan muda tersebut membalikkan badan lalu tersenyum dan diakhiri dengan memperlihatkan panorama Yussar Fishing and Playground pada malam hari.

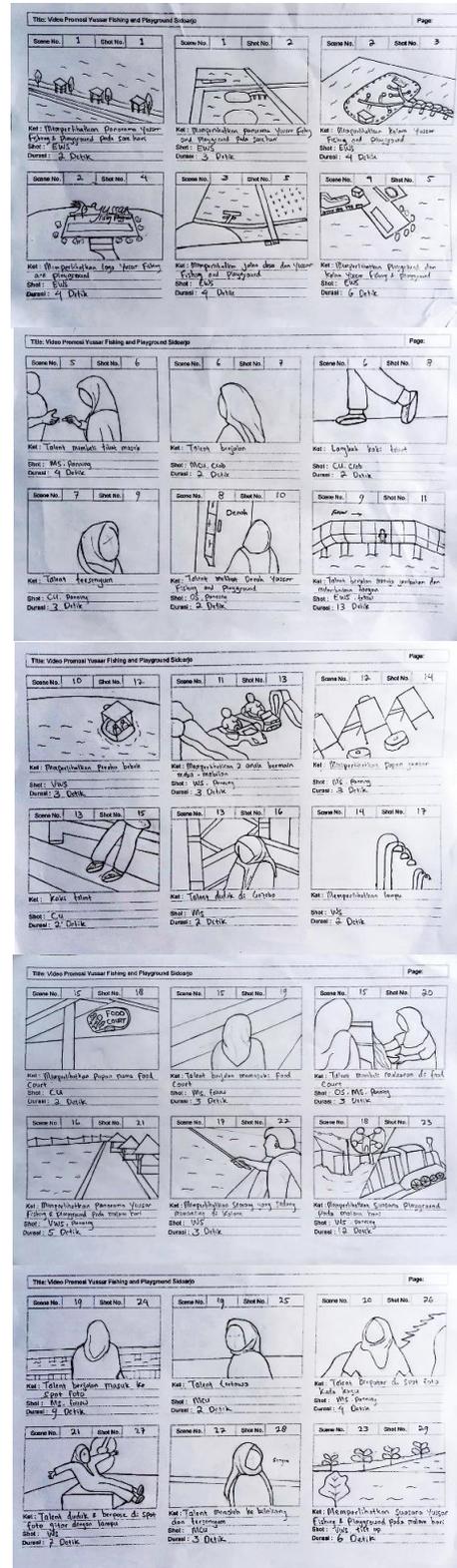
2. Storyline

No	Shot size	Scene	Audio
1	EWS	Aerial shot pemandangan Yussar Fishing and Playground pada sore hari	Background Aggpy cinematic
2	EWS	Pemandangan drone kolam Yussar Fishing and Playground	Background Aggpy cinematic Voice over
3	EWS	Logo Yussar Fishing and Playground dari atas	Background Aggpy cinematic Voice over
4	EWS	Pemandangan jalan desa dan Yussar Fishing and Playground	Background Aggpy cinematic Voice over
5	EWS	Pemandangan playground dan kolam dari atas	Background Aggpy cinematic Voice over
6	MS	Talent membeli tiket masuk dan berjalan menuju tempat wisata	Background Aggpy cinematic Voice over
7	MCU	Talent berjalan	Background Aggpy cinematic Voice over
8	CU	Langkah kaki talent	Background Aggpy cinematic Voice over
9	CU	Talent tersenyum melihat pemandangan di tempat wisata	Background Aggpy cinematic
10	OS	Talent melihat desain Yussar Fishing and Playground	Background Aggpy cinematic
11	EWS	Talent berjalan menuju jembatan dan meletakkan tangan	Background Aggpy cinematic Voice over
12	VWS	Perahu bebek diatas kolam	Background Aggpy cinematic Voice over
13	WS	Dua anak bermain di playground	Background Aggpy cinematic Voice over
14	MS	Papan gambar di playground	Background Aggpy cinematic Voice over
15	CU	Kaki talent	Background Aggpy cinematic Voice over
16	MS	Talent duduk di gazebo	Background Aggpy cinematic Voice over
17	WS	Memperlihatkan lampu dengan latar belakang langit	Background Aggpy cinematic
18	CU	Memperlihatkan papan nama foodcourt	Background Aggpy cinematic Voice over
19	MS	Talent berjalan memasuki foodcourt	Background Aggpy cinematic Voice over
20	OS/MS	Talent membeli makanan	Background Aggpy cinematic Voice over
21	VWS	Memperlihatkan panorama Yussar Fishing and Playground pada malam hari	Background Aggpy cinematic Voice over
22	WS	Seorang yang sedang memancing di kolam pancing	Background Aggpy cinematic Voice over
23	WS	Memperlihatkan suasana playground pada malam hari	Background Aggpy cinematic
24	MS	Talent berjalan menuju spot foto	Background Aggpy cinematic Voice over
25	MCU	Talent tertawa	Background Aggpy cinematic Voice over
26	MS	Talent berputar di spot foto kuda	Background Aggpy cinematic
27	WS	Talent duduk dan berpose di spot foto gitar dengan lampu	Background Aggpy cinematic
28	MCU	Talent menoleh kebelakang dan tersenyum	Background Aggpy cinematic Voice over
29	VWS	Memperlihatkan panorama Yussar Fishing and Playground pada malam hari	Background Aggpy cinematic Voice over

Gambar 4.2 Storyline

3. Storyboard

Storyboard merupakan suatu rangkaian yang menunjukkan adegan per adegan disertai dengan teks & gambar sebagai penjelas. Storyboard ini digunakan dalam perancangan video promosi Yussar Fishing and Playground.



Gambar 4.3 Storyboard

4. Pengambilan Gambar

Pada video ini, mengambil beberapa objek wisata di Yussar Fishing and Playground agar pesan yang ingin disampaikan kepada audiens dapat tercapai. Agar tidak terjadi kesalahan dan berjalan dengan baik, maka sebelum pengambilan gambar dilakukan observasi dan konsultasi ke pengurus wisata Yussar Fishing and Playground.

5. Baksound

Baksound atau latar suara yang digunakan dalam video promosi Yussar Fishing and Playground berjudul *happy cinematic background music*. Musik ini di-upload oleh *channel* YouTube Michael Nik Music dan tanpa hak cipta (Non-Copyrighted Music).

6. Tipografi

Tipografi yang digunakan dalam video promosi Yussar Fishing and Playground serta media pendukungnya adalah font Bebas dan Montserrat yang keduanya berjenis sans serif. Font berjenis sans serif memiliki karakter yang solid, bersih, dan lebih mudah dibaca. Font Bebas digunakan sebagai teks judul dan font Montserrat sebagai body text.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789 (!@#\$%&.,?;:)

Gambar 4.4 Font Bebas

abcdefghijklmnopqrstuvwxy
abcdefghijklmnopqrstuvwxy
0123456789 (!@#\$%&.,?;:)

Gambar 4.5 Font Montserrat

7. Warna

Warna merupakan salah satu elemen penting dalam aspek visual karena dapat memberikan impresi dan menggambarkan suasana. Pada perancangan video promosi Yussar Fishing and Playground, pemilihan warna akan disesuaikan dalam editing video melalui keyword yang telah didapat yaitu *Joyful*. Warna tersebut juga akan diterapkan ke dalam media pendukung.



Gambar 4.6 Pemilihan Warna

8. Editing

Pada proses *editing* menggunakan aplikasi *editing* video Adobe Premiere Pro CC 2015. Format video adalah H.264 dengan resolusi 1080p. *Frame rate per second* 30 dengan keseluruhan durasi video 2 menit 10 detik. Berikut tahap dalam proses *editing* video :

- 1) Menentukan format video dan lokasi penyimpanan *project* video.
- 2) Membuat *sequence* lalu import clip video, musik, dan *voice over*.
- 3) Menyeleksi clip video yang disesuaikan dengan

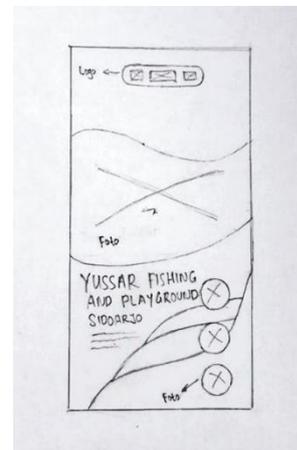
storyboard lalu diletakkan ke dalam *timeline* dan meletakkan juga musik serta *voice over*.

- 4) Menggabungkan beberapa video yang telah dipilih dengan musik dan *voice over*. Selanjutnya diberikan efek *time remapping* pada video.
- 5) Video yang telah disusun kemudian akan dilakukan *color grading* melalui fitur *Lumetri color* yang terdapat di Adobe Premiere Pro CC 2015
- 6) Memeriksa ulang video dan disesuaikan dengan *storyboard*, setelah itu melakukan export video.

Perancangan Media Pendukung

Perancangan media pendukung bertujuan untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat terkait dengan objek wisata Yussar Fishing and Playground. Dengan adanya media pendukung, diharapkan dapat membantu menyampaikan informasi sekaligus sebagai bagian dari promosi wisata.

1. X-Banner



Gambar 4.2 Sketsa X-Banner

X-Banner merupakan media yang praktis dan dapat menarik perhatian khalayak umum. Isi yang akan ditampilkan dalam *x-banner* ini berupa foto dan nama tempat wisata Yussar Fishing and Playground.

2. T-Shirt



Gambar 4.3 Sketsa T-Shirt

T-Shirt menjadi media yang dapat menarik perhatian serta minat masyarakat luas. Desain *T-Shirt* ini melambangkan tempat wisata Yussar Fishing and Playground.

3. Mug

Gambar 4.4 Sketsa Mug

Pemilihan mug selain sebagai media promosi, dapat dijadikan sebagai oleh-oleh dari tempat wisata. Desain mug melambangkan tempat wisata Yussar Fishing and Playground.

4. Gantungan Kunci



Gambar 4.5 Media Promosi

Gantungan kunci sebagai media pendukung memiliki tujuan untuk menarik perhatian masyarakat dan juga sebagai oleh-oleh dari tempat wisata Yussar Fishing and Playground.

Implementasi Karya

Karya Video

Karya utama berbentuk video promosi berdurasi 2 menit 10 detik yang diunggah melalui *platform* Youtube dan TikTok. Berikut beberapa scene dalam video serta penjelasannya.



Gambar 4.6 Panorama Yussar Fishing and Playground pada sore hari

Scene pertama video memperlihatkan panorama Yussar Fishing and Playground pada sore hari yang diambil menggunakan *drone*.



Gambar 4.12 Logo Yussar Fishing and Playground

Memperlihatkan kolam serta logo Yussar Fishing and Playground dari atas dengan menggunakan *drone*.



Gambar 4.13 Membayar tiket masuk

Seorang perempuan muda sedang membayar tiket masuk wisata Yussar Fishing and playground.



Gambar 4.14 Berjalan memasuki tempat wisata

Memperlihatkan perempuan muda sedang berjalan memasuki tempat wisata Yussar Fishing and Playground.



Gambar 4.15 Melihat denah

Perempuan muda sedang melihat papan denah wisata Yussar Fishing and Playground.



Gambar 4.16 Berjalan di jembatan

Memperlihatkan perempuan muda yang sedang berjalan di jembatan yang berada di dalam tempat wisata Yussar Fishing and Playground.



Gambar 4.17 Wahana perahu bebek

Memperlihatkan perahu bebek yang berada di kolam Yussar Fishing and Playground.



Gambar 4.18 Wahana bermain anak

Memperlihatkan dua orang anak yang sedang bermain di wahana bermain anak Yussar Fishing and Playground.



Gambar 4.19 Duduk di gazebo

Memperlihatkan perempuan muda yang sedang duduk di gazebo.



Gambar 4.20 Logo *foodcourt*

Memperlihatkan logo *foodcourt* di tempat wisata Yussar Fishing and Playground.



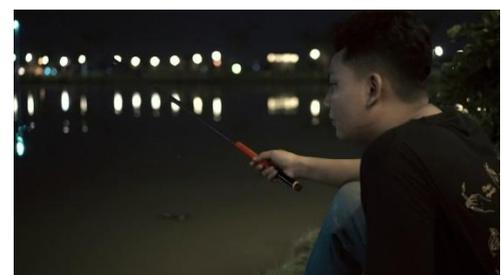
Gambar 4.21 Membeli makanan

Memperlihatkan perempuan muda yang sedang membeli makanan di *foodcourt*.



Gambar 4.22 Yussar Fishing and Playground pada malam hari

Memperlihatkan Yussar Fishing and Playground pada malam hari.



Gambar 4.23 Memancing

Memperlihatkan pemuda yang sedang memancing di spot pemancingan.



Gambar 4.23 Duduk di gazebo

Memperlihatkan wahana bermain anak Yussar Fishing and Playground pada malam hari.



Gambar 4.24 Memasuki spot foto

Perempuan muda sedang berjalan memasuki spot foto Yussar Fishing and Playground.



Gambar 4.25 Duduk di spot foto

Memperlihatkan perempuan muda duduk di spot foto dan terlihat tersenyum.

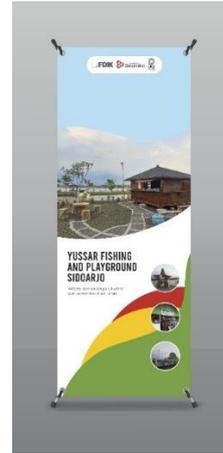


Gambar 4.26 Panorama malam hari

Memperlihatkan panorama Yussar Fishing and Playground pada malam hari dengan terlihat lampu-lampu.

Implementasi Media Pendukung

1. X-Banner



Gambar 4.27 Desain X-Banner

Desain *x-banner* ini berukuran 160 cm x 60 cm dengan menampilkan nama serta foto fasilitas yang terdapat di Yussar Fishing and Playground.

2. T-Shirt



Gambar 4.28 Desain T-Shirt

Desain *t-shirt* dibuat agar menarik perhatian kepada masyarakat dengan menampilkan nama dan ilustrasi yang menyimbollkan Yussar Fishing and Playground.

3. Mug



Gambar 4.29 Desain Mug

Mug sebagai salah satu media pendukung dibuat semenarik mungkin dengan desain berupa ilustrasi ikan dan kail yang menyimbollkan Yussar Fishing and Playground.

4. Gantungan Kunci



Gambar 4. 7 Desain Gantungan kunci

Gantungan kunci menjadi salah satu media pendukung yang dapat digunakan sebagai oleh-oleh. Gantungan kunci ini berukuran 5 cm x 3 cm dengan desain yang menyimbolkan wisata Yussar Fishing and Playground.

KESIMPULAN

Berdasarkan pada pembahasan peneliti terkait perancangan video promosi Yussar Fishing and Playground di Sidoarjo dengan teknik natural framing sebagai upaya meningkatkan minat pengunjung. Perancangan video promosi ini diharapkan dapat membantu meningkatkan minat wisatawan yang datang di wisata Yussar Fishing and Playground. Konsep dari perancangan video promosi Yussar Fishing and Playground adalah “Joyful”. Joyful sendiri merupakan kata kunci yang mempresentasikan bahwa Yussar Fishing and Playground merupakan tempat wisata yang membawa suka cita dan hal yang penuh kegembiraan bagi pengunjung. Hasil penelitian ini diimplementasikan ke dalam media video promosi dan media pendukung berupa x-banner, t-shirt, mug, dan gantungan kunci.

SARAN

Berdasarkan hasil dari penelitian video promosi Yussar Fishing and Playground yang telah dilakukan, adapun saran yang dapat diberikan antara lain :

1. Pihak Dinas Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Sidoarjo diharapkan dapat memaksimalkan kegiatan kepariwisataan dengan tujuan mengenalkan dan menarik minat para wisatawan untuk berkunjung ke Yussar Fishing and Playground.
2. Diharapkan pada penelitian selanjutnya dapat menggunakan media promosi yang berbeda dengan mempertimbangkan perkembangan teknologi.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Aminudin. 2017. *About Storyline*. Bandung: Sinar Baru.
- Ardhi, Y. 2013. *Merancang Media Promosi Unik dan Menarik*. TAKA Publisher.
- Gunawan, I. 2013. *Metode Penelitian Kualitatif: Teori dan Praktik*. PT Bumi Aksara.
- Hamidi. 2005. *Metode Penelitian Kualitatif*. UMM press.
- Nugroho, S. 2014. *Teknik Dasar Videografi*. Penerbit

ANDI.

- Rossy, C., & dkk. 2007. *Student Guide Series Adobe Premiere Pro*. PT Elex Media Komputindo.
- Semedhi, B. 2011. *Sinematografi-Videografi Suatu Pengantar*. Ghalia Indonesia.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Jurnal:

- Febrian, A. I., & Aryanto, H. 2022. Perancangan Media Promosi Nanistika Homemade Bakery. *Jurnal Barik*, 3(3), 208–220.
- Kurniawan, H., & Dwi Wahyurini, O. 2016. Perancangan Video Promosi Pasar Seni Tradisional Kumbasari Sebagai Pusat Busana Khas Bali Di Denpasar. *Jurnal Sains dan Seni ITS*, 5(2), 221-226.
- Mey Ariyanto, K., Sugiarta, R., & Yoga, R. M. (n.d.). 2021. Media Video Informasi Pariwisata Dinas Budaya Pemuda Dan Olahraga Kabupaten Purwakarta. *MAVIB Journal*, 2(2): 187-201.
- Suparni. 2016. Metode Pembelajaran Membaca Doa Berbasis Multimedia Untuk Anak Usia Dini. *IJSE – Indonesian Journal on Software Engineering*. 2(1): 57-63.
- Istiqomah., & Andriyanto, I. 2017. Analisis SWOT Dalam Pengembangan Bisnis (Studi pada Sentra Jenang di Desa Kaliputu Kudus). *Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*. 5(2): 363-382.

Website:

- Akbar, A. 2017. Komposisi Gambar Teknik Sinematografi Untuk Video yang Lebih Oke. <https://haho.co.id/Media/Tutorial/Productioncrew/4-Komposisi-Gambar-Teknik-Sinematografi-Yang-Bikin-Video-Kamu-Lebih-Oke/>. Diakses tanggal 11 Oktober 2022.
- Studio Antelope. (n.d.). Istilah Shot dalam Film yang Perlu Kamu Ketahui. <https://studioantelope.com/Istilah-Shot-Dalam-Film/> Diakses tanggal 16 November 2022.