

**PERANCANGAN VIDEO PROFIL  
DESA WISATA KARANGBANJAR PURBALINGGA  
DAN MEDIA PENDUKUNG LAINNYA**



**KARYA DESAIN**

**Agung Sulistiono Mabruon**

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL  
JURUSAN DESAIN  
FAKULTAS SENI RUPA  
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA  
2008**

**PERANCANGAN VIDEO PROFIL  
DESA WISATA KARANGBANJAR PURBALINGGA  
DAN MEDIA PENDUKUNG LAINNYA**



**KARYA DESAIN**



**Agung Sulistiono Maburron**

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL  
JURUSAN DESAIN  
FAKULTAS SENI RUPA  
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA  
2008**

**PERANCANGAN VIDEO PROFIL  
DESA WISATA KARANGBANJAR PURBALINGGA  
DAN MEDIA PENDUKUNG LAINNYA**



Tugas Akhir ini diajukan kepada Fakultas Seni Rupa  
Institut Seni Indonesia Yogyakarta sebagai  
salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana S-1 dalam bidang  
Desain Komunikasi Visual  
2008

Tugas Akhir Disain berjudul:

**PERANCANGAN VIDEO PROFIL DESA WISATA KARANGBANJAR  
PURBALINGGA DAN MEDIA PENDUKUNG LAINNYA** diajukan oleh  
Agung Sulistiono M., NIM 021 1241 023, Program Studi Disain Komunikasi  
Visual, Jurusan Disain, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta,  
telah disetujui Tim Pembina Tugas Akhir pada tanggal 2 Juli 2008 dan dinyatakan  
telah memenuhi syarat untuk diterima.

Pembimbing I/ Anggota

Drs. Wibowo M.Sn.  
NIP 131 661 172

Pembimbing II/ Anggota

Drs. Prayanto Widyo H, M.Sn.  
NIP 132 230 373

Cognate/ Anggota

Drs. Basuro Suryo Banindro  
NIP. 131996632

KPS. Disain Komunikasi Visual  
/ Anggota

Drs. Lasman, M.Sn.  
NIP. 131773135

Ketua Jurusan Disain/ Ketua  
/ Anggota

Drs. Ant. Hendro Purwoko  
NIP. 131284654

Dekan Fakultas Seni Rupa  
Institut Seni Indonesia Yogyakarta

Dr. M. Agus Burhan, M. Hum  
NIP. 131567129



## PERSEMBAHAN



### **Karya ini dipersembahkan untuk :**

Papa dan Mama, yang telah dengan tulus mencurahkan segalanya kepadaku, dukungan moral dan materi, kepercayaan serta kasih sayang yang selalu diberikan kepadaku...

Nenekku, Adik Uling dan Mas Agus, yang dengan sabar menunggu kelulusanku di rumah...

## KATA PENGANTAR

Kalimat syukur senantiasa kita panjatkan kepada Allah SWT, karena dengan rahmat dan berkahNya perjalanan panjang ini telah selesai. Meskipun penulis akui, masih banyak kekurangan di berbagai aspek baik dalam hal penulisan maupun penyajian karya. Akan tetapi paling tidak hal ini merupakan sebuah akhir dari perjalanan panjang yang telah dilalui dalam menempuh studi di kampus kita tercinta ini.

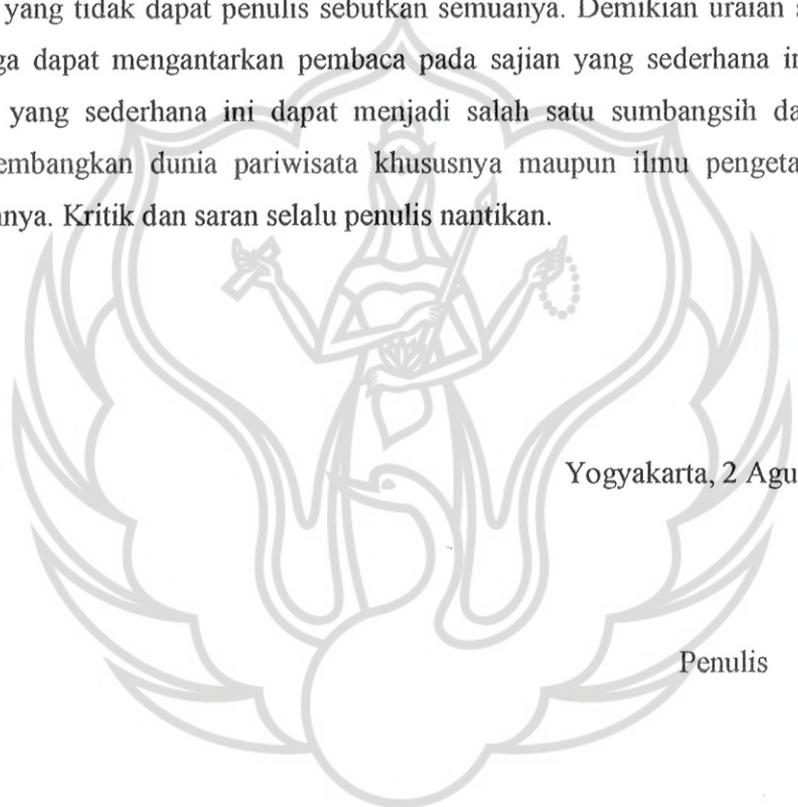
Tugas akhir ini merupakan syarat utama untuk meraih kelulusan strata satu. Dalam tugas akhir ini disajikan sebuah tema mengenai desa wisata Karangbanjar, sebuah desa di daerah Purbalingga yang penuh dengan keunikan dan kealamian. Wajar apabila Karangbanjar menjadi tujuan para wisatawan dari berbagai penjuru daerah.

Keunikan dan kealamian desa wisata Karangbanjar menjadi sebuah potret yang menarik apabila kita menelusuri satu persatu kekayaan daya tariknya. Di sana kita dapat menemui bermacam keunikan baik dari kelihaihan tangan-tangan terampil masyarakatnya maupun dari keelokan pesona alamnya. Karangbanjar kaya akan pesona, mulai dari kesenian rakyatnya seperti calung, thek-thek, hadrah, home industri berbahan dasar rambut, sapu, gula nira yang mampu menopang ekonomi masyarakatnya. Hal inilah yang menjadi sumber inspirasi tugas akhir ini.

Komunikasi visual yang disajikan sebagai media promosi dan sosialisasi kepada masyarakat secara umum tentang desa wisata karangbanjar. Usaha ini dilakukan mengingat pentingnya sebuah aset wisata. Secara ekonomis tentu saja aset wisata memiliki pengaruh yang sangat penting untuk menopang dan meningkatkan perekonomian masyarakat sekitar selain sebagai salah satu sumber pemasukan daerah setempat. Oleh karenanya penulis mencoba menyajikannya menjadi sebuah paket promosi mulai dari video profil yang menggambarkan Desa Wisata Karangbanjar. Video profil ini memuat deskripsi tentang semua obyek yang terdapat di Desa Wisata Karangbanjar dan obyek wisata menarik di

sekitarnya. Ditambah dengan dukungan media promosi yang lain seperti poster, iklan media cetak, *folder*, *standing banner* serta beberapa *merchandise* yang bisa dibawa pulang sebagai kenang-kenangan seperti, pin, mug dan kaos. Semoga dengan sedikit usaha ini dapat membantu pada usaha-usaha promosi yang lebih bersifat besar.

Akhir kata tidak lupa penulis ucapkan kepada semua pihak yang telah membantu terselesaikannya Tugas Akhir ini. Penulis ucapkan banyak terima kasih kepada Rektor, Dekan, Dosen, Orang tua, teman-teman seperjuangn, dan semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan semuanya. Demikian uraian singkat ini, semoga dapat mengantarkan pembaca pada sajian yang sederhana ini. Semoga karya yang sederhana ini dapat menjadi salah satu sumbangsih dalam usaha mengembangkan dunia pariwisata khususnya maupun ilmu pengetahuan pada umumnya. Kritik dan saran selalu penulis nantikan.



Yogyakarta, 2 Agustus 2008

Penulis

## UCAPAN TERIMAKASIH

Puji syukur kehadiran Allah SWT, berkat Rahmat dan berkah-Nya maka penyusunan Karya Tugas Akhir sebagai penutup masa studi walau melalui berbagai perjuangan, godaan dan rintangan, akhirnya Karya Tugas Akhir ini terselesaikan. Walaupun masih terdapat berbagai kekurangan yang membuatnya jauh dari sempurna. Semoga usaha terbaik dari penulis ini dapat berguna bagi penulis sendiri maupun pihak lain.

Sebagai manusia yang lemah dan banyak dosa, ternyata Tuhan masih mau mengulurkan tangannya berupa bantuan dari banyak pihak yang telah membantu penyelesaian Karya Tugas Akhir ini.

Berdosa rasanya bila penulis tidak mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu. Dengan segala kerendahan hati, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Drs. Wibowo, M.Sn. selaku Pembimbing I.
2. Bapak Drs. Prayanto Widyo H, M.Sn. selaku Pembimbing II.
3. Bapak Drs. Baskoro Suryo Banindro selaku Cognate
4. Bapak Drs. Lasiman, M.Sn. selaku Ketua program Studi Diskomvis ISI Yogyakarta
5. Bapak Drs. Ant. Hendro Purwoko selaku Ketua Jurusan Desain ISI Yogyakarta
6. Bapak Dr. M. Agus Burhan, M. Hum selaku Dekan Fakultas Seni Rupa
7. Segenap keluarga besar dosen Program Studi Diskomvis ISI Yogyakarta dan Staf atas ilmu yang bermanfaat dan telah diberikan begitu banyaknya.
8. Bu Atingah, Kepala Desa Karangbajar, yang telah merestui penulis untuk melakukan penelitian.
9. Bapak Kuwat, selaku Pembina, penuntun, penasehat sekaligus sebagai induk semang selama penulis melakukan kegiatan penelitian
10. Bapak Slamet Riyadi selaku Carik Desa Karangbanjar.

11. Temenku Alm Bagus Setya Wardana, yang telah menebar keceriaan di Pos KKN Karangsempu, dan terima kasih untuk semua bantuanmu. Semoga semua amal ibadahmu diterima oleh Allah SWT.
12. Teman-teman KKN ISI Yogyakarta Angkatan XXVII tahun 2006/2007 Desa karangbanjar, yang telah banyak sekali membantu dalam pengerjaan Tugas Akhir ini. Dian Primawarta, Andriansyah Firdaus, Agus Putu, Eddy, Putra Eko, Waluyo, Kak Joe, Himawan, Andra, Kak Tri, Joko, Rifai, Rendra, Oviria, Isnu, Deasy, Ismed, Auli, dan Nova Well.
13. Dinas Perhubungan dan Pariwisata Kabupaten Purbalingga
14. Papa dan Mama atas kasih sayang, perhatian, semangat, kesabaran, do'a, dan dukungannya baik moral maupun materiil yang tidak terbatas.
15. Nenekku dan serta Mas Agus atas do'a, kasih sayang dan ketulusannya selama ini.
16. Adikku Uling tersayang.
17. Teman-teman TA seperjuangan yang masih menyempatkan waktu untuk membantuku.
18. Tim suksesku, Funny *minus one* untuk semuanya, Ibu Dian, Markus, Bram, Munir Kriya, Kirjo, Dean, Gema & Dani, Kunto *my friend*, Indra, Miko dan Ike serta Kayla, Catur, Nina, Dimas Basu, Atma, Ipung, Moko, Arifian, Imam atas pigura-piguranya, Novena untuk dokumentasinya, dan Kismi buat doanya.
19. Keluarga besar Yogyes.com, Mas Agus dan Mbak Indah, terimakasih untuk dukungan dan waktunya, Nanang untuk tulisanmu, Dimas *the stunt man*, Vica, Riska, Sigit 'Bob', Dewi, Yunanto, Novi, Bu asih dan mbak Umi, serta Rachel yang luwucu.
20. Keluarga Besar Mahasiswa Diskomvis ISI Yogyakarta.
21. Serta orang-orang orang yang pernah singgah dalam kehidupanku, dan teman-temanku yang tidak bisa ku sebutkan satu persatu..

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN LEMBAR PENGESAHAN .....	i
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	ii
KATA PENGANTAR .....	iii
UCAPAN TERIMAKASIH .....	v
DAFTAR ISI .....	vii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	4
C. Tujuan Perancangan .....	4
D. Batasan Lingkup Perancangan .....	4
E. Manfaat Perancangan .....	5
F. Metode Perancangan .....	6
G. Orisinalitas Perancangan .....	8
H. Skematika Perancangan .....	9
BAB II IDENTIFIKASI DAN ANALISIS DATA .....	10
A. TENTANG PARIWISATA .....	10
1. Pengertian Pariwisata .....	11
2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Berwisata ..	11
B. PENGERTIAN DESA WISATA .....	14
C. DESA WISATA KARANGBANJAR .....	17
1. Kondisi Fisik Desa Wisata Karangbanjar .....	17
2. Fasilitas Umum .....	20
3. Fasilitas Penunjang .....	24
4. Kegiatan Industri Kecil .....	28
5. Obyek Wisata Menarik di Sekitar Desa Wisata Karangbanjar .....	34
D. PEMERINTAH DAERAH TINGKAT II PURBALINGGA .....	41
	vii

1. Arti Logo Kabupaten Purbalingga .....	41
2. Visi dan Misi Kabupaten Purbalingga .....	44
3. Semboyan Kabupaten Purbalingga .....	45
4. Dinas Perhubungan dan Pariwisata Kabupaten Purbalingga .....	45
E. USAHA PROMOSI DESA WISATA KARANGBANJAR .....	46
F. METODE ANALISA DATA .....	49
G. METODE ANALISA MEDIA .....	51
H. KESIMPULAN ANALISIS DATA .....	52
I. KESIMPULAN ANALISIS MEDIA .....	53
BAB III KONSEP PERANCANGAN .....	54
A. Sintesis .....	54
1. Tujuan dan Strategi Pemasaran .....	54
2. Tujuan dan Strategi Promosi .....	55
3. Tujuan dan Strategi Periklanan .....	56
B. Tujuan Komunikasi .....	58
C. Strategi Komunikasi .....	58
D. Konsep Media .....	59
1. Tujuan Media .....	59
2. Strategi Media .....	61
3. Program Media .....	69
4. Biaya Media .....	73
E. Konsep Kreatif .....	78
1. Tujuan Kreatif .....	78
2. Strategi Kreatif .....	78
3. Program Kreatif .....	84
a. Tema Pokok .....	88
b. Pendukung Tema .....	88
1. Logo .....	88
2. Slogan .....	91
3. Warna .....	92

4. <i>Copywriting</i> / Penulisan Naskah .....	93
5. Tipografi .....	100
6. Ilustrasi .....	102
c. Pedoman Bentuk Kreatif (Creative guide line) .....	103
1) Pesan Verbal .....	103
2) Pesan Visual .....	103
3) Penyajian .....	104
4) Penulisan Teks dan Pengarahan Visual .....	104
5) Biaya Kreatif .....	111
 BAB IV VISUALISASI DESAIN .....	 114
A. Tujuan Tata Desain .....	114
B. Strategi Tata Desain .....	114
C. Program Tata Desain .....	119
1. <i>Idea Lay Out</i> (Lay Out Gagasan) .....	120
2. <i>Comprehensive Lay Out</i> (Pilihan Akhir) .....	124
4. <i>Final Design</i> .....	149
 BAB IV PENUTUP.....	 165
DAFTAR PUSTAKA .....	167
 LAMPIRAN .....	 168

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Desa Karangbanjar merupakan satu dari desa di Kabupaten Purbalingga yang memiliki aset wisata yang cukup potensial. Karena itu tidak dapat dipungkiri jika desa ini selalu dipadati pengunjung. Pengunjung yang datang tidak sebatas dari wilayah kabupaten Purbalingga saja tetapi juga dari luar Kabupaten Purbalingga, terutama wilayah Propinsi Jawa Tengah, bahkan dari luar negeri.

Secara geografis Desa Wisata Karangbanjar terletak di Kecamatan Bojongsari, Kabupaten Purbalingga. Desa Karangbanjar sebelah utara berbatasan dengan Desa Beji dan Desa Sumingkir, sebelah timur dengan Desa Bojongsari dan Desa Kajongan, sebelah selatan dengan Desa Munjul, dan sebelah barat berbatasan dengan Desa Kutasari.

Masyarakat Desa Karangbanjar sadar akan kehidupan tradisionalnya yang masih harus dipertahankan, Mereka juga sadar wisata, apalagi desa mereka telah diresmikan menjadi Desa Wisata pada tahun 1992, yang sekarang termasuk obyek wisata andalan Kabupaten Purbalingga. Desa Karangbanjar memiliki potensi yang tinggi untuk menjadi sebuah desa wisata, terutama dengan dukungan masyarakatnya yang dinamis. Selain panorama alam pedesaan yang mampu memberikan daya pesona tersendiri bagi setiap orang yang berkunjung disana, juga dapat disaksikan berbagai macam cabang

kesenian, kerajinan rakyat, pertanian dan perkebunan sampai makanan tradisional. Selain tempat wisata yang menarik untuk dikunjungi, Desa Karangbanjar juga memiliki beberapa Home Industry. Home Industri yang paling menonjol adalah home industri berbahan dasar rambut, baik itu rambut asli maupun sintetis. Hasil dari industri ini adalah wig, sanggul, dan bulu mata palsu. Hasil dari industri ini dikirim ke kota-kota besar di Indonesia, seperti Jakarta, Bandung, Yogyakarta, dan Surabaya. Home industri yang lain adalah industri makanan ringan, seperti kue satu dan kue ampyang (rengginang). Makanan khas dari Desa Karangbanjar ini juga merajai pasaran Kabupaten Purbalingga. Selain itu, juga terdapat home industri kerajinan sapu, cat tembok, bubut tradisional dan Industri gula nira. Di desa Karangbanjar juga terdapat beberapa seni budaya tradisional, antara lain Thek-thek, Calung Banyumasan, Hadroh, dan Wayang Kulit. Sehingga tidak bisa dipungkiri, bahwa desa ini adalah desa yang lengkap dan siap untuk dijadikan obyek wisata alternatif.

Tempat wisata lain yang terdapat di sekitar Desa Karangbanjar antara lain, Taman Buah Kutasari, Reptile and Insect Park, Gurame dan Koy Centre, Kolam Pancing Mina Fair, Bumi Perkemahan Munjul Luhur, Adventure Zone, Camping Ground, Obyek Wisata Air Bonongsari (Owabong), Pemandian Walik, dan Aquarium Pancuran Mas.

Dilihat dari berbagai jenis obyek wisatanya, Desa Wisata Karangbanjar ideal untuk dikunjungi wisatawan remaja, wisatawan lanjut usia, wisatawan dagang, maupun wisatawan penelitian. Para siswa sekolah dapat dibiasakan

untuk menjadi wisatawan domestik untuk melakukan penelitian mengenai sentra-sentra industri rumahan.

Promosi wisata yang selama ini dilakukan, adalah melalui pameran pembangunan daerah lain. Seperti pernah dilakukan di Sala, Bandung dan Lampung, serta melalui Anjungan Jawa Tengah TMII di Jakarta. Promosi dengan media cetak maupun elektronik, termasuk menggunakan selebaran masih minim, karena minimnya dana promosi. Namun dalam berbagai kesempatan, upaya promosi selalu dilakukan sesuai dengan cara dan kemampuan yang ada.

Oleh karena itu, Desa Wisata Karangbanjar memerlukan promosi yang lebih tergarap dan terencana, untuk mendukung promosi yang sudah dilakukan oleh Pemerintah Daerah Purbalingga yang dianggap masih minim. Bentuk video profil adalah media yang sangat cocok untuk menampilkan semua potensi wilayah desa dalam bentuk video. Ditambah dengan dukungan media promosi yang lain seperti iklan advertorial, iklan media cetak, poster, *folder*, *standing banner* serta beberapa merchandise yang bisa dibawa pulang sebagai kenang-kenangan seperti, pin, mug, stiker dan kaos. Dengan adanya profil dalam bentuk video, diharapkan dapat menjadi media promosi dan informasi untuk para wisatawan, terutama wisatawan yang mengikuti program tour ke Desa Wisata Karangbanjar, dan para siswa sekolah yang akan mengadakan penelitian di Desa Wisata Karangbanjar.

## **B. Rumusan Masalah**

1. Bagaimana menciptakan video profil yang komunikatif dan menarik sehingga dapat menyampaikan informasi yang dibutuhkan wisatawan tentang Desa Wisata Karangbanjar, sekaligus sebagai media promosi desa.
2. Bagaimana menciptakan media pendukung (iklan advertorial, iklan media cetak, poster, *folder*, *standing banner*, pin, kaos, mug dan stiker) semenarik mungkin (warna-warna, tipografi dan bentuk unik) sehingga menjadi ciri tersendiri dalam menunjang strategi promosi Desa Wisata Karangbanjar.

## **C. Tujuan Perancangan**

1. Menghasilkan video profil yang komunikatif dan menarik sehingga dapat menyampaikan informasi yang dibutuhkan wisatawan tentang Desa Wisata Karangbanjar dan sekaligus bisa menjadi media promosi yang baik bagi desa.
2. Menciptakan media pendukung (iklan advertorial, iklan media cetak, poster, *folder*, *standing banner*, pin, kaos, mug dan stiker) yang semenarik mungkin (warna-warna, tipografi dan bentuk unik) sehingga menjadi ciri tersendiri dalam menunjang strategi promosi Desa Wisata Karangbanjar.

## **D. Batasan Lingkup Perancangan**

1. Batasan dari perancangan video profil Desa Wisata Karangbanjar ini adalah meliputi peta wilayah, liputan mengenai home industri, liputan

tentang kesenian tradisi, fasilitas desa, dan obyek-obyek yang menarik untuk dikunjungi.

2. Batasan untuk media pendukung lainnya (iklan advertorial, iklan media cetak, poster, *folder*, *standing banner*, pin, kaos, mug dan stiker) adalah pada bentuk media, warna, dan ukuran, serta unsur kebaruan ide atau gagasan sesuai dengan konsep promosi Desa Wisata Karangbanjar.

#### **E. Manfaat Perancangan**

1. Manfaat bagi Desa Wisata Karangbanjar:
  - Memperoleh sebuah media promosi untuk desa.
  - Menyampaikan informasi kepada khalayak luas tentang Desa Wisata Karangbanjar.
2. Manfaat bagi Mahasiswa:
  - Menghasilkan video profil dan media pendukung lainnya (iklan advertorial, iklan media cetak, poster, *folder*, *standing banner*, pin, kaos, mug dan stiker) yang komunikatif dan menarik sehingga dapat menyampaikan informasi yang dibutuhkan wisatawan tentang Desa Wisata Karangbanjar dan sekaligus bisa menjadi media promosi yang baik bagi desa.
3. Manfaat bagi Institusi:
  - Memperoleh sumbangsih berupa pembahasan dan karya yang bisa digunakan oleh dosen dan mahasiswa sebagai bahan kajian untuk meneliti ilmu yang bertitik tolak tidak jauh dari bidang pariwisata.

## **F. Metode Perancangan**

### 1. Metode pengumpulan data.

Mengumpulkan data tentang Desa Wisata Karangbanjar, baik itu peta wilayah, data statistik, maupun data tentang obyek yang akan ditampilkan.

### 2. Metode analisa data.

Analisa data dengan menggunakan teknik metode analisis SWOT (Strength, Weakness, Opportunity dan Threatment), untuk mengetahui tingkat kekuatan, kelemahan, potensi dan ancaman yang menjadi kendala dalam perancangan.

### 3. Metode Perancangan.

#### **a. Perancangan Media Utama (Video Profil)**

##### 1) Perencanaan Media

Tujuan Media adalah target yang ditentukan oleh media.

##### 2) Strategi Media

Strategi media adalah langkah-langkah atau kebijakan-kebijakan yang dilakukan untuk mencapai tujuan media.

##### 3) Biaya Media

Biaya media adalah rincian biaya media yang dikeluarkan dalam perencanaan media.

##### 4) Konsep Perancangan

Tahap ini merupakan tahap *layout*, *artwork* dan final desain, antara lain:

##### a) Pengelompokan materi

Data yang telah diperoleh disusun berdasarkan jenisnya, dan dikelompokkan sesuai bagian yang ada pada video profil. Yaitu introduction, home industri, Fasilitas desa, Kesenian Tradisional, dan obyek wisata menarik di sekitar Karangbanjar.

b) Membuat Naskah

Sebagai panduan untuk produksi video profil, yang menjadi acuan atau referensi dalam proses produksi dan pengisian narasi.

c) Pengambilan Gambar (syuting).

Merupakan langkah selanjutnya, yang merupakan proses pengambilan gambar bergerak maupun gambar diam. Waktu dan lokasi disesuaikan dengan naskah yang telah dibuat.

d) Visualisasi desain

Pembuatan *layout* untuk opening, bumper dan caption, sekaligus pemilihan warna dan huruf yang sesuai dengan tema. Sehingga dihasilkan desain yang artistik sekaligus komunikatif.

e) Animasi

Merupakan langkah selanjutnya dalam menggerakkan hasil desain opening, bumper dan caption yang telah dibuat.

f) Perekaman Suara Narasi

Merekam suara narator berdasarkan naskah yang telah dibuat

g) Editing

Penggabungan hasil animasi dengan hasil syuting yang terpilih.

h) Audio Mixing

Penggabungan suara narasi kedalam video yang telah jadi, berikut juga musik latar.

**b. Perancangan Media Pendukung**

Perancangan Media Pendukung meliputi:

1. Penyusunan materi yaitu: pengelompokan data-data berdasarkan karakteristiknya; teks, foto, dan lain-lain.
2. Perancangan layout untuk iklan advertorial, iklan media cetak, poster, *folder*, *standing banner*, pin, kaos, mug, dan stiker.
3. Desain Final untuk iklan advertorial, iklan media cetak, poster, *folder*, *standing banner*, pin, kaos, mug, dan stiker.

**G. Orisinalitas Perancangan**

Perancangan Tugas Akhir yang berjudul "Perancangan Video Profil Desa Wisata Karangbanjar Purbalingga dan Media Pendukung Lainnya" sejauh yang diketahui oleh penulis, belum pernah diangkat oleh mahasiswa atau lembaga manapun. Konsep dalam penulisan ini adalah orisinal. Oleh karena itu apabila dikemudian hari diketahui ternyata judul topik perancangan ini diketahui sama atau menjiplak maka siap menjadi tanggung jawab saya sebagai penulis.

## H. Skematika Perancangan

