

**PERANCANGAN VIDEO BLOG SEBAGAI MEDIA PROMOSI DESA
WISATA KREBET**



PENCIPTAAN

oleh:

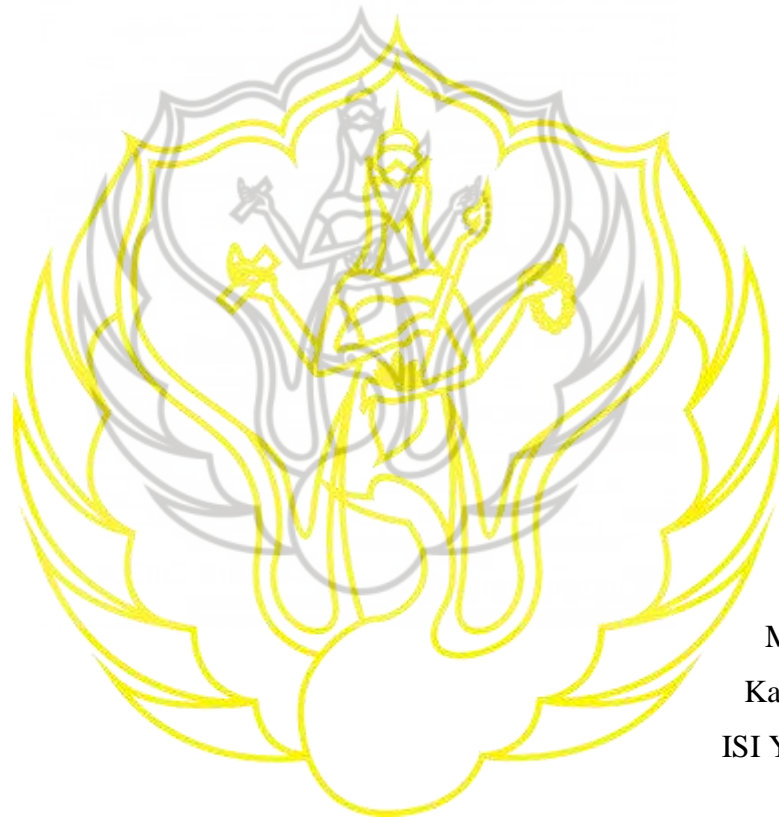
Annisa Nuurfhatier

NIM 1212214024

**PROGRAM STUDI DISAIN KOMUNIKASI VISUAL
JURUSAN DESAIN FAKULTAS SENI RUPA
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
2017**

Tugas Akhir Karya Desain berjudul:

PERANCANGAN VIDEO BLOG SEBAGAI MEDIA PROMOSI DESA WISATA KREBET diajukan oleh Annisa Nuurfhatier, NIM 1212214024, Program Studi Desain Komunikasi Visual, Jurusan Desain, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta, telah disetujui Tim Pembimbing Tugas Akhir pada tanggal 20 Juni 2017 dan telah memenuhi syarat untuk diterima.



Mengetahui,
Kaprodi DKV
ISI Yogyakarta,

Indiria Maharsi, M.Sn.

NIP. 19720909 200812 1 001

ABSTRAK

Perancangan Video Blog Sebagai Media Promosi Desa Wisata Kreet

Perancangan video blog untuk memperkenalkan Kreet sebagai desa wisata yang memiliki ciri khas batik kayu kepada wisatawan asing maupun dalam negeri. Perancangan video blog ini ditujukan untuk memperkenalkan salah satu desa wisata yang berada di Kabupaten Bantul yang keberadaannya masih kurang populer. Terlebih lagi masih kurangnya media promosi yang digunakan

Dalam bab 1 akan membahas tentang permasalahan di atas, dari sini akan mendapatkan rumusan masalah yang membantu merancang vide blog untuk dapat digunakan sebagai media informasi dan promosi desa wisata ini. Bab 2 akan membahas tentang teori yang berkaitan dengan perancangan video blog, analisis SWOT, serta referensi yang digunakan. Pada chapter berikutnya akan dibahas mengenai bagaimana video blog ini dibuat dan dipublikasikan ke masyarakat terutama turis asing.

Kata kunci : Desa wisata, Video Blog, dan Promosi.

ABSTRACT

Designing Video Blog For Promotion Media of Krebet Tourism Village

This designing video blog is about introducing Krebet as tourism place where there have some the uniqueness one of them is Wood Batik for foreign or local tourist. The purpose of designing this video blog is introduce one of village as tourism place in Bantul where the place still less popular. Moreover, there is still lack promotion media to expose this place.

In first bab will discuss about issues above, where from here will be get the problem formulation that helping designing the Video Blog so it will can be used as information media and promoting this village tourism village. Chapter 2 will discuss theories relate to video blog design, SWOT analysis, also the references that is used. In next chapter will discuss more how this video blog is made and publicated to people especially for foreign tourist.

Keyword: Tourism Village, Video Blog, Promotion

I. Pendahuluan

A. Latar Belakang

Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta mempunyai lima kabupaten dan satu kotamadya, salah satu kabupaten tersebut adalah Kabupaten Bantul yang terletak tepat di sebelah selatan kota Yogyakarta. Apabila dilihat dari bentang alamnya, wilayah Kabupaten Bantul terdiri dari daerah dataran yang terletak pada bagian tengah dan daerah perbukitan yang terletak pada bagian timur dan barat, serta kawasan pantai di sebelah selatan. Kondisi bentang alam tersebut relatif membujur dari utara ke selatan. Secara geografis, Kabupaten Bantul terletak antara 07°44'04" 08°00'27" Lintang Selatan dan 110°12'34" - 110°31'08" Bujur Timur. Di sebelah timur berbatasan dengan Kabupaten Gunungkidul, di sebelah utara berbatasan dengan Kota Yogyakarta dan Kabupaten Sleman, di sebelah barat berbatasan dengan Kabupaten Kulon Progo, dan di sebelah selatan berbatasan dengan Samudra Indonesia. Luas wilayah Kabupaten Bantul 506,85 Km² (15,905 dari Luas wilayah Provinsi DIY) dengan topografi sebagai dataran rendah 140% dan lebih dari setengahnya (60%) daerah perbukitan yang kurang subur. Secara administratif terdiri dari 17 kecamatan, 75 desa dan 933 pedukuhan. Desa-desa di Kabupaten Bantul dibagi lagi berdasarkan statusnya menjadi desa pedesaan (*rural area*) dan desa perkotaan (*urban area*).

Terdapat sekitar 32 desa wisata yang terdapat di Kabupaten Bantul diantaranya adalah Desa Wisata Kasongan, Desa Wisata Manding, Desa Wisata Tembi, Desa Wisata Kreet dan Desa Wisata Kebon Agung, Desa Wisata Karang Tengah, Desa Wisata Wukir Sari, Desa Wisata Imogiri, Desa Wisata Sendangsari, Desa Wisata Goa Cemara, Desa Wisata Panjangrejo dan lain-lain. Diantara desa-desa wisata tersebut, Desa Wisata Kreet memiliki keunikan yaitu desa wisata pertama yang mengembangkan batik kayu serta didukung dengan wisata alam, budaya, dan kulinernya.

Desa Wisata Kreet berada di Desa Sendangsari Kecamatan Pajangan sekitar 12 km barat daya kota Yogyakarta. Bersebelahan dengan

Wisata Goa Selarong sebagai tempat bersejarah perjuangan Pangeran Diponegoro. Secara geografis dusun Krebet terletak di Bukit Selarong, di sisi paling ujung utara kecamatan Pajangan tersebut berbatasan langsung dengan Desa Guwosari, Triwidadi dan Bangunjiwo. Saat ini Dusun ini berpenduduk kurang lebih 800 jiwa dengan luas wilayah kurang lebih 104 Ha yang berupa tanah kapur dan terdiri dari tegalan dan pekarangan. Luas wilayah dan penduduk yang ada di bagi dalam 5 Rukun tetangga.

Asal mula Desa Wisata Krebet ini merupakan hutan di atas Bukit Selarong yang tidak bisa ditinggali karena berupa semak perdu dan beberapa pohon kayu yang tidak berharga. Lama kelamaan banyak warga di sekitar bukit membuka lahan hutan tersebut sebagai lahan pertanian. Salah satunya adalah keturunan warga mangir yakni mangir bedhah yang tersebar di daerah utara sampai ke Desa Sedayu dan Triwidadi, salah satu diantaranya adalah Nenek Kasem yang mencoba membuka lahan di perbukitan tersebut. Untuk memudahkan nenek ini menjawab pertanyaan tetangga dimana beliau membuka lahan atau menggarap ladang maka nenek ini menyebut satu nama pohon yang paling besar dan mudah dipandang dan pohon tersebut adalah pohon krebet.

Sebagian besar penduduk Desa Krebet menjadi pengrajin batik kayu maka tak heran desa ini menjadi Desa Wisata Batik Kayu Krebet. Kerajinan tersebut diaplikasikan dalam berbagai media antara lain topeng kayu, miniatur bintang, dan pernik hiasan lainnya. Selain menjual pernik-pernik dari batik kayu, desa ini juga membuka paket wisata berkeliling sanggar-sanggar batik kayu yang ada Krebet serta turut mengajarkan kepada wisatawan bagaimana cara membatik pada media kayu.

Selain kerajinan batik kayu, wisatawan juga dapat diantarkan ke lokasi wisata alam yaitu Bukit Pajangan, Air Terjun Jurang Pulosari, serta Sendang Tirta Waluyo. Wisatawan juga dapat menyaksikan beberapa kesenian yang disuguhkan oleh para warga yaitu kesenian macapat, shalawat gending, karawitan, tarian tradisional serta jatilan.

Desa Krebet juga didukung dengan fasilitas penunjang lainnya seperti pengunjung dapat menginap di beberapa *homestay* yang disediakan

penduduk setempat dan merasakan atmosfer pedesaan yang jauh dari hiruk-pikuk kota. Dengan bangunan bergaya tradisional Jawa. *Homestay* tersebut dilengkapi dengan kamar tidur, kamar mandi dan layanan tradisional khas daerah itu. Ditambah lagi dengan suguhan khas setempat yaitu gudeg manggar.

Banyak hal dan aktivitas menarik yang bisa dilakukan di Desa Wisata Krebet ini apalagi desa wisata ini juga menawarkan suasana khas pedesaan sehingga sayang untuk dilewatkan. Namun Desa Wisata Krebet belum begitu populer bila dibandingkan dengan desa-desa wisata lainnya di D.I.Yogyakarta. Maka dari itu perlu diadakannya suatu pengenalan serta promosi desa wisata ini bagi masyarakat domestik maupun mancanegara. Salah satunya melalui media video blog.

Video blog adalah sebuah catatan dalam media video. Vlog biasanya berisi konten-konten yang disukai oleh pembuatnya atau konten-konten yang mereka kuasai dapat pula berisi konten tentang pengalaman mereka dalam melakukan suatu aktivitas sehingga vlog dapat lebih menarik karena penonton dapat ikut merasakan apa yang benar-benar terjadi pada vlog tersebut. Video blog pada perancangan ini nantinya akan memberikan informasi yang dibutuhkan serta diperlukan bagi wisatawan. Selain memperkenalkan wisata yang ada di Desa Wisata Krebet tersebut, video profil ini nantinya juga dilengkapi hal-hal seputar akomodasi, transportasi, aktivitas dan penginapan. Penggunaan video karena dirasa sebagai media yang fleksibel (dapat diputar kapan saja dan di mana saja) serta jangkauan wilayahnya luas. Video dirasa menarik karena menampilkan audio maupun visual. Selain itu sifatnya yang praktis dan ringkas dengan durasi yang tidak begitu panjang membuat video blog tidak membosankan dan mudah dipahami.

B. Rumusan Masalah

Bagaimana merancang video blog Desa Wisata Krebet sebagai media promosi yang unik dan mampu menarik minat *target audience* ?

C. Tujuan Perancangan

Perancangan ini adalah sebagai salah satu alternatif upaya pengenalan potensi Desa Wisata Krebet bagi *target audience* guna menarik minat *target audience* untuk berkunjung ke Desa Wisata Krebet.

D. Pembatasan Masalah

Perancangan video ini berjumlah 3 video dengan masing-masing video memiliki durasi maksimal 5 menit. Video promosi ini dibuat dengan media video blog (vlog) dan dikemas dengan unsur *reality game show* agar lebih menarik bagi *target audience*.

E. Metode Perancangan

1. Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data diperoleh dengan berbagai metode, antara lain :

a. Wawancara

Wawancara dilakukan kepada orang berkepentingan di bidang pariwisata, kepala desa setempat, komunitas setempat, serta warga sekitar untuk memperkuat data literatur yang diperoleh.

b. Pengamatan/ observasi

Observasi dilakukan di Desa Wisata Krebet Kabupaten Bantul yang memiliki daya tarik wisata unggulan batik kayu serta wisata pendukung lainnya.

c. Dokumentasi

Mengumpulkan data melalui dokumen (literatur) yang berisi tentang pariwisata, sejarah, teori, dalil dan berbagai informasi yang menyangkut tentang objek penelitian.

F. Analisis Data

Pada metode penelitian analisis data ini merupakan bagian yang pokok dalam kegiatan penelitian, sebab analisa yang akan dilakukan dapat memberikan makna yang diperlukan terhadap data yang dikumpulkan

dalam penelitian tersebut, kemudian disusun dan dianalisa berdasarkan metode yang dipilih yaitu dengan menggunakan teknik analisis SWOT (*strengths*, *Opportunities*, *Weaknesses*, *Threats*).

II. Hasil Penelitian

A. Identifikasi

1. Pariwisata

E Guyer Fleuler dalam Yoeti (1996: 115) merumuskan bahwa pariwisata dalam artian modern adalah merupakan fenomena dari jaman sekarang yang didasarkan atas kebutuhan akan kesehatan dan pergantian hawa, penilaian yang sadar dan menumbuhkan (cinta) terhadap keindahan alam dan pada khususnya disebabkan oleh bertambahnya pergaulan berbagai bangsa dan kelas masyarakat manusia sebagai hasil daripada perkembangan perniagaan, industri, perdagangan serta penyempurnaan dari pada alat-alat pengangkutan.

2. Destinasi Wisata

Pengertian Destinasi wisata menurut Daryanto (1997: 167) dalam kamus Bahasa Indonesia lengkap, destinasi diartikan sebagai tempat tujuan atau daerah tujuan wisata. Sedangkan menurut Hadinoto (1996: 15) destinasi wisata merupakan suatu kawasan spesifik yang dipilih oleh seseorang pengunjung, ia dapat tinggal dalam waktu tertentu.

3. Desa Wisata

Menurut Wiendu (1993), desa wisata merupakan suatu bentuk integrasi antara atraksi, akomodasi dan fasilitas pendukung yang disajikan dalam suatu struktur kehidupan masyarakat yang menyatu dengan tata cara dan tradisi yang berlaku. Desa wisata biasanya memiliki kecenderungan kawasan pedesaan yang memiliki kekhasan dan daya tarik sebagai tujuan wisata.

Suatu kawasan dikatakan dapat menjadi desa wisata harus memperhatikan faktor-faktor sebagai berikut (Syamsu dalam Prakoso, 2008):

- a. Faktor kelangkaan adalah sifat dari atraksi wisata yang tidak bias dijumpai atau langka di tempat lain.
 - b. Faktor kealamiahannya adalah sifat atraksi wisata yang belum pernah mengalami perubahan akibat campur tangan manusia.
 - c. Keunikan, yakni sifat atraksi wisata yang memiliki keunggulan komparatif dibanding objek wisata lain.
 - d. Faktor pemberdayaan masyarakat yang mampu menghimbau agar masyarakat ikut serta dan diberdayakan dalam pengelolaan objek wisata di daerahnya.
4. Promosi

Promosi ialah usaha yang dilakukan oleh marketer, berkomunikasi dengan calon audiens. Komunikasi adalah sebuah proses membagi ide, informasi, atau perasaan audiens. (Alma, 2011: 179)

5. Video Blog

Video blog didefinisikan sebagai produksi dan berbagi video buatan pengguna (Molyneaux et al., 2008). Vlog adalah bentuk blog yang menampilkan video pendek bukan teks. Alat yang digunakan untuk video blogging berbeda dengan yang digunakan untuk blog teks. Sedangkan teks blogging hanya membutuhkan alat pengeditan teks, video blogging juga membutuhkan alat perekaman video dan upload.

Pada hari-hari awal blogging, vlog disebut *podcast*, sebuah istilah yang umumnya digunakan untuk menggambarkan *posting* blog audio dan video; Sekarang mereka sering disebut vlogs. Menurut Dean (2005), sebuah situs berita teknologi populer, sebagian besar blog video memiliki nuansa eksperimental rumahan, seringkali termasuk klip kegiatan sehari-hari penulis. Posting blog video biasanya tidak lebih dari lima menit. Menurut Luers (2007), video blogger (vlogger) membuat video mereka dapat diakses oleh publik

dalam upaya untuk mendorong percakapan dan mendapatkan umpan balik di antara teman sebayanya.

6. Media Sosial

Media sosial menurut Chris Brogan (2010: 11) dalam bukunya yang berjudul *Social media 101 Tactic and Tips to Develop Your Business Online*, mendefinisikan bahwa media sosial adalah satu set baru komunikasi dan alat kolaborasi yang memungkinkan banyak jenis interaksi yang sebelumnya tidak tersedia untuk orang biasa.

B. Analisis Data

1. Analisis SWOT

Analisis SWOT dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi obyek wisata sehingga dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki desa wisata tersebut.

a. *Strength* (kekuatan)

- 1) Desa krebet adalah desa yang mengembangkan batik kayu pertama kali.
- 2) Kondisi alam yang mendukung sebagai kawasan destinasi salah satunya seperti adanya air terjun jurang pulosari.
- 3) Dilengkapi dengan atraksi wisata yaitu berupa pertunjukan berbagai kesenian.
- 4) Desa Wisata Krebet dikelola oleh pokdarwis (kelompok sadar wisata) yang di dalamnya adalah masyarakat dari Desa Krebet itu sendiri sehingga Desa Wisata Krebet merupakan desa wisata yang terkelola.
- 5) Terdapat sekitar 57 sanggar batik kayu yang terdapat di desa tersebut.

b. *Weakness* (kelemahan)

- 1) Tidak adanya transportasi umum menuju lokasi Desa Wisata Krebet.
- 2) Akses yang cukup jauh dari pusat Kota Yogyakarta.
- 3) Lokasi yang tidak strategis.

- 4) Kondisi akses jalan yang tidak begitu baik dan nyaman untuk dilalui wisatawan.
 - 5) Promosi ataupun pemasaran yang dilakukan oleh pengelola Desa Wisata Krebet masih kurang.
- c. *Opportunity* (kesempatan)
- 1) Belum ada desa wisata lain yang menawarkan paket wisata membatik kayu, wisata alam dan wisata budayanya.
 - 2) Banyak wisatawan (terutama wisatawan asing) yang ingin merasakan kehidupan di desa beserta aktivitasnya.
- d. *Threat* (ancaman)
- 1) Terdapat sekitar 32 desa wisata yang ada di Kabupaten Bantul menjadikan semakin banyaknya pesaing.
 - 2) Belum adanya kerjasama dengan *agent tour* maupun travel.
 - 3) Lebih populernya desa wisata lainnya.

Dari analisis SWOT di atas menunjukkan kesimpulan hasil perumusan yang memaksimalkan kekuatan dan peluang serta meminimalisir ancaman dan kelemahan yang ada pada Desa Wisata Krebet. Berikut adalah strategi SWOT yang didapat :

a. *Strength-Opportunity*

Desa Krebet adalah desa yang pertama kali mengembangkan kerajinan batik kayu di Yogyakarta. Terdapat sekitar 57 sanggar kerajinan batik kayu, ditambah dengan kondisi alam yang mendukung sebagai kawasan destinasi salah satunya dengan adanya air terjun, berbagai atraksi wisata yang berupa pertunjukan kesenian serta dilengkapi dengan fasilitas penunjang lainnya yang dikelola oleh pokdarwis setempat membuat banyak wisatawan ingin merasakan kehidupan dan beraktivitas di Desa Krebet.

b. *Weakness-Opportunity*

Dengan lokasi Desa Krebet yang cukup jauh dari pusat Kota Yogyakarta membuat wisatawan ingin mencoba suatu hal baru untuk dinikmati ditunjang dengan perbaikan akses jalan serta promosi yang cukup.

c. *Strenght-Threat*

Berbagai keunggulan yang ada di Desa Krebet sangat berpotensi besar untuk mendatangkan wisatawan-wisatawan dari berbagai wilayah namun perlu adanya kerjasama yang baik antara pihak Desa Krebet dengan *agent tour and travel* yang membuat Desa Krebet semakin dikenal dan populer sehingga tidak kalah populernya dengan desa wisata lainnya yang ada di kawasan Yogyakarta khususnya Kabupaten Bantul .

d. *Weakness-Treath*

Memperbaiki kelemahan-kelemahan yang ada pada desa tersebut serta ditunjang dengan media promosi yang memadai ditambah dengan kerjasama dengan pihak lain akan membuat Desa Krebet tidak kalah populer dengan desa-desa wisata lainnya.

2. Analisis SWOT media

Analisis SWOT dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi sehingga dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan dari media perancangan ini yaitu video blog tersebut.

a. *Strenght* (kekuatan)

- 1) Video dapat menampilkan suara dan gambar.
- 2) Video lebih menarik dan cepat dipahami ketimbang foto atau buku
- 3) Informasi dikemas secara ringkas sehingga mudah dipahami.
- 4) *Target* langsung menikmati tayangan.
- 5) Mudah untuk di *share* di media sosial
- 6) *Target* dapat lebih merasakan situasi dan kondisi yang ada di desa melalui pengalaman yang dibagi melalui vlog.

b. *Weak* (kelemahan)

- 1) Biaya produksi yang tinggi.
- 2) Informasi yang disuguhkan tidak begitu lengkap karena durasi terbatas.

c. *Opportunity* (kesempatan)

- 1) Banyak masyarakat (*target audience*) yang sering mengakses media sosial sehingga cukup mudah untuk mengakses video tersebut.
- 2) Banyaknya orang yang mengakses internet terutama youtube.
- 3) Mulai berkembangnya vlog di Indonesia.

d. *Threat* (ancaman)

- 1) Banyak informasi-informasi dengan bahasan obyek yang sama dengan materi yang lebih detail.
- 2) Terdapat banyak video tentang promosi suatu wilayah yang terdapat di youtube maupun instagram.

Dari analisis SWOT di atas menunjukkan kesimpulan hasil perumusan yang memaksimalkan kekuatan dan peluang serta meminimalisir ancaman dan kelemahan yang ada pada Desa Wisata Krebet. Berikut adalah strategi SWOT yang didapat :

a. *Strength-Opportunity*

Media video adalah salah satu media yang cukup mudah diterima oleh masyarakat karena didalamnya terdapat unsur suara dan gambar. Melalui media sosial, video semakin mudah untuk ditonton dan di *share*.

b. *Weakness-Opportunity*

Sudah banyak masyarakat dengan mudahnya mengakses internet dan menghabiskan waktunya di dunia maya sehingga biaya produksi yang cukup tinggi dapat terbayar dengan berapa seringnya vlog tersebut ditonton

c. *Strenght-Threat*

Media video terutama vlog sudah cukup baik digunakan sebagai media promosi Desa Kreet. Disajikan dengan konten yang menarik serta informasi yang padat dan jelas dapat menarik orang untuk melihat vlog tersebut.

d. *Weakness-Treat*

Mengemas video dengan semenarik dan seinformatif mungkin sehingga video mudah mendapat perhatian khususnya pengguna internet.

3. Kesimpulan Analisis

Desa Wisata Kreet memiliki wisata yang cukup potensial untuk menarik minat pengunjung. Ditambah lagi dengan beberapa kekhasan yang terdapat dalam desa tersebut sebenarnya mampu mengundang banyak wisatawan. Tetapi karna kurangnya media promosi sehingga pengunjung Desa Kreet masih didominasi oleh pengunjung dari sekolah.

Video Blog adalah media yang cenderung memiliki konten berbagi pengalaman sehingga penonton dapat ikut merasakan apa yang sedang dilakukan vlogger atau berpotensi untuk membagi emosi kepada penonton. Dikemas melalui format *game* karena *game* memiliki alur sehingga mampu menarik keterkaitan *audience* secara *continue*. Dengan media *game*, *host* lebih mampu berinteraksi langsung dengan objek yang ada selain itu *game* dirasa lebih seru dan asik terbukti dengan pencapaian *rating* pertama 2 Days 1 Night sebagai program *variety show* yang sedang tayang saat ini.

III. Hasil perancangan



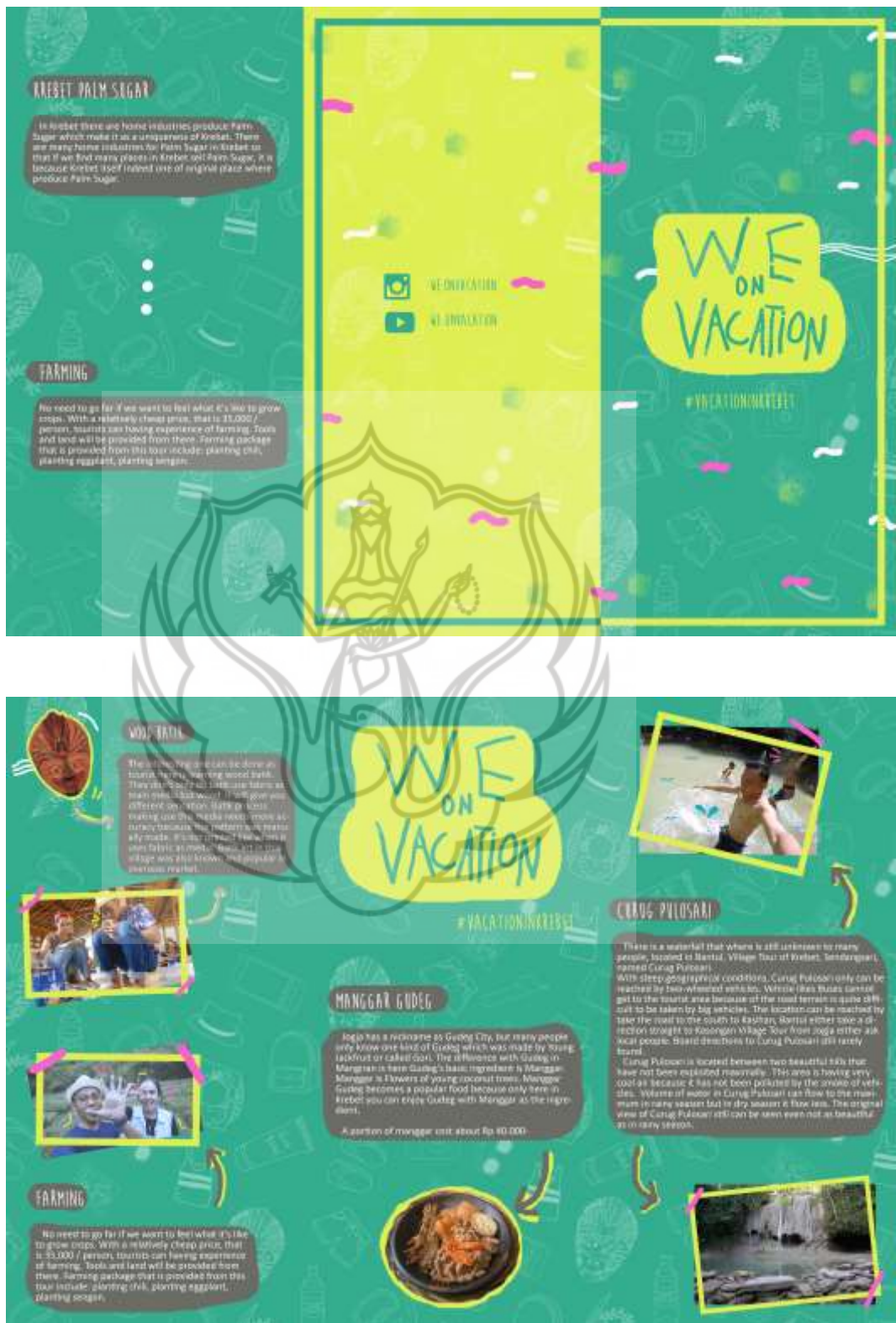
Gambar 1. Hasil Perancangan: Screenshoot Vlog 1 Air Terjun



Gambar 2. Hasil Perancangan: Screenshoot Vlog 2 Membuat Kayu



Gambar 3. Hasil Perancangan: Screenshoot Vlog 3 Gudeg Manggar



Gambar 4. Media Pendukung : Brosur



Gambar 5. Media pendukung: *Notebook*

IV. Kesimpulan

Promosi dapat diartikan sebagai sebagai sebuah upaya untuk memperkenalkan suatu produk maupun jasa. Promosi adalah suatu langkah penting untuk memperkenalkan ataupun menjual suatu produk karena promosi memiliki strategi tersendiri untuk mendekati calon targetnya. Produk yang baik sekalipun dengan segala keunggulannya yang dimiliki, jika tidak dengan promosi maka upaya pengenalan atau penjualannya pun tidak akan semaksimal jika dengan menggunakan promosi. Promosi dapat dilakukan dengan berbagai media.

Promosi dilakukan dengan terlebih dahulu menentukan *target audience* nya dan menentukan media yang tepat pula supaya promosi yang dilakukan dapat tepat sasaran. Konten yang menarik dan mudah dipahami juga sangat berpengaruh dalam proses promosi. Cara-cara yang persuasif juga dapat menjual barang dan jasa atau ide. Media yang digunakan dalam promosi adalah surat kabar, majalah, email, televisi, radio, bioskop, papan reklame, katalog, media sosial dan lain-lain. Saat ini media sosial merupakan alat promosi yang cukup banyak digemari, selain karna kemudahannya, konten yang bisa dimasukkanpun dapat beragam salah satunya melalui media video blog atau vlog yang sekarang semakin marak.

Semakin berkembangnya teknologi komunikasi maka cara berpromosipun semakin banyak. Salah satu bentuk promosi nya adalah video blog atau sering disingkat vlog. Hal inilah yang kemudian mendasari penulis untuk melakukan penelitian lebih jauh mengenai vlog terutama vlog sebagai media promosi suatu wilayah.

Vlog dapat dijadikan salah satu media promosi karena sifat nya yang lebih cenderung membagikan suatu pengalaman pribadi kepada masyarakat sehingga masyarakat dengan mudahnya menangkap pesan tersebut. Selain itu video mudah untuk disimpan serta dibagi sehingga proses promosinya dapat semakin lebih dimudahkan.

Peneliti mencoba menggunakan media vlog dalam mempromosikan Desa Wisata Krebet karena dirasa itu merupakan salah satu cara yang tepat berdasarkan *target audience* yang sudah dipilih. Selain itu, Vlog ini juga

dikemas melalui format *game* karena *game* memiliki alur sehingga mampu menarik keterkaitan *audience* secara *continue*. Dengan media *game*, *host* lebih mampu berinteraksi langsung dengan objek yang ada selain itu *game* dirasa lebih seru dan asik terbukti dengan pencapaian *rating* pertama 2 Days 1 Night sebagai program *variety show* yang sedang tayang saat ini.

Dalam prosesnya, penulis melakukan penelitian dengan melakukan pengamatan di Desa Wisata Kreet dengan mengunjungi berbagai objek yang ada disana, baik wisata edukasi, wisata alam maupun wisata kulinernya. Penelitian tersebut menjadi hal utama yang dilakukan dalam mempertimbangan perancangan.

Lewat perancangan ini, penulis berharap nantinya proyek ini dapat benar-benar menjadi media promosi bagi Desa Wisata Kreet. Semoga karya ini nantinya bisa diterima dan bermanfaat bagi masyarakat umum khususnya masyarakat Desa Kreet.



DAFTAR PUSTAKA

BUKU :

Aditya, A. 2013. Social Media Nation. Jakarta: Prasetya Mulya Publishing.

Arikunto, S. 2010. Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik. Jakarta : PT Rineka Cipta

Buchari, Alma. 2011. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung : Alfabeta

Daryanto S.S. 1997. Kamus Bahasa Indonesia Lengkap. Surabaya : Apollo

Hadinoto, Kusudianto. 1996. Perencanaan Pengembangan Destinasi Pariwisata. Jakarta : Penerbit Universitas Indonesia

Juju, dan Feri Sulianta. 2010. Branding Promotion With Social Network. Jakarta : PT.Elex Media Komputindo

Moleong J.Lexy. 2011. Metode Penelitian Kualitatif Edisi Revisi. Bandung : PT. Remaja Rosdakary Offset

Rangkuti, Freddy. 2013. Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama

Sugiyono. 2013. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D. Bandung : Alfabeta

Soekadijo, R. G. 2000. Anatomi Pariwisata. Jakarta: Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama

Wiendu, N. 1993. Concept, Perspective and Challenges, makalah bagian dari Laporan Konferensi Internasional mengenai Pariwisata Budaya. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press. Hal. 2-3

Yoeti, A, Oka. 1996. Pengantar Ilmu Pariwisata. Bandung : Angkasa

TAUTAN :

- [http://freepdfdrive.com/#gsc.tab=0&gsc.q=video%20blog&gsc.sort](http://freepdfdrive.com/#gsc.tab=0&gsc.q=video%20blog&gsc.sort=)
= (diakses pada tanggal 7 Juni 2017)
- <http://jembatan4.blogspot.co.id/2013/10/faktor-pendorong-dan-penarik-perjalanan.html>
(diakses pada tanggal 8 Februari 2017)
- <http://www.kaiamedia.com/pengertian-vlog>
(diakses pada tanggal 3 April 2017)
- <http://www.it.uu.se/edu/course/homepage/avint/vt09/1.pdf>
(diakses pada tanggal 7 Juni 2017)
- <http://net.educause.edu/ir/library/pdf/ELI7005.pdf>
(diakses pada tanggal 13 Februari 2017)
- <https://www.scribd.com/doc/306320210/Pengertian-Sosial-Media-Menurut-Para-Ahli>

(diakses pada tanggal 14 Februari 2017)

- <http://techcrunch.com/2010/01/05/mefedia-state-of-the-vlogosphere-2010/>

(diakses pada tanggal 7 Juni 2017)

- <http://www.wired.com/entertainment/music/news/2005/07/68171>

(diakses pada tanggal 7 Juni 2017)

