

TUGAS AKHIR

**PERANCANGAN *WEB SERIES* KAWASAN WISATA
KABUPATEN KARANGANYAR SEBAGAI
MEDIA PROMOSI WISATA**



**Pandu Budi Prakosa
NIM 131 2255 024**

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
2018

Tugas Akhir Penciptaan/Perancangan berjudul:

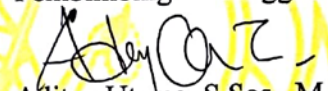
PERANCANGAN *WEB SERIES* KAWASAN WISATA KABUPATEN KARANGANYAR SEBAGAI MEDIA PROMOSI WISATA diajukan oleh Pandu Budi Prakosa, NIM. 1312255024. Program Studi S-1 Desain Komunikasi Visual, Jurusan Desain, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta, telah dipertanggungjawabkan di depan tim penguji Tugas Akhir pada tanggal 17 Januari 2018 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima.

Pembimbing I / Anggota


Andi Haryanto, M.Sn.


NIP. 19801125 200812 1 003

Pembimbing II / Anggota


Aditya Utama, S.Sos., M.Sn.

NIP. 19840909 201404 1 001

Cognate / Anggota


Drs. Arif Agung S., M.Sn.

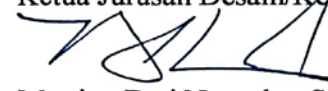
NIP. 19671116 199303 1 001

Ketua Program Studi/Ketua/Anggota


Indiria Maharsi, S.Sn., M.Sn.

NIP. 19720909 200812 1 001

Ketua Jurusan Desain/Ketua


Martino Dwi Nugroho, S.Sn., M.A.

NIP. 19770315 200212 1 005



Tugas Akhir ini dipersembahkan untuk :

Allah SWT

Kedua Orang Tua

Bapak H. Budiarmo dan Ibu Hj. Purwantiningsih

Kakak dan Adikku terkasih

Sean Budi Prabowo dan Daffa Budi Fakhruddin

Teman Berdebat dan Bertukar Pikiran

Nesya Khisti

Saudara, Sahabat, Teman-Teman,
dan Dosen Desain Komunikasi Visual

Kampus ISI Yogyakarta



LEMBAR MOTIVASI

Kekurangan pasti dimiliki oleh setiap individu, namun Tuhan selalu memberikan kelebihan pada setiap kekurangan. Terus berkarya dengan sepenuh hati dan pikiran, jangan lupa teruslah berbuat baik dan bermanfaat bagi orang-orang di sekitarmu.

-Pandu Budi Prakosa-



PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Saya yang bertanda tangan dibawah ini dengan nama:

Nama : Pandu Budi Prakosa
NIM : 1312255024
Fakultas : Seni Rupa
Jurusan : Desain Komunikasi Visual

Menyatakan bahwa laporan Karya Tugas Akhir berjudul “PERANCANGAN *WEB SERIES* KAWASAN WISATA KABUPATEN KARANGANYAR SEBAGAI MEDIA PROMOSI WISATA” yang dibuat untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Seni pada Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta, merupakan karya asli hasil penelitian, pemikiran, dan pemaparan dari penulis sendiri, baik dari naskah laporan maupun kegiatan yang tercantum sebagai bagian dari laporan Tugas Akhir ini. Apabila terdapat karya orang lain, penulis akan mencantumkan sumber secara jelas.

Apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan atau ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini

Yogyakarta, Februari 2018

Pandu Budi Prakosa
NIM1312255024

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmatnya sehingga Tugas Akhir yang berjudul Perancangan *Web Series* Kawasan Wisata Kabupaten Karanganyar Sebagai Media Promosi Wisata ini dapat diselesaikan dengan baik

Perancangan tugas akhir ini adalah salah satu syarat memperoleh gelar sarjana seni pada Program Studi Desain Komunikasi Visual, Jurusan Desain, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta. Tugas akhir ini menjadi mata kuliah terakhir untuk mengaplikasikan ilmu-ilmu yang telah diperoleh selama masa perkuliahan. Tentunya, masih banyak kekurangan dalam karya tugas akhir ini. Keterbatasan wawasan, ketidaklengkapan isi, dan kekurangan santun dalam bertutur yang ditemukan pada karya ini. Menyadari kekurangan ini saya sebagai penyusun dengan senang hati menerima segala kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan tugas akhir ini.

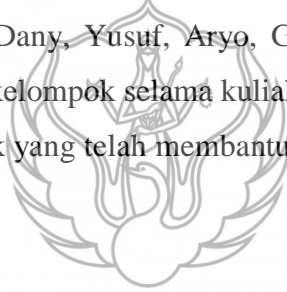


UCAPAN TERIMA KASIH

Tugas akhir ini juga tidak dapat terwujud tanpa peran serta dari berbagai pihak yang membantu baik secara langsung maupun tidak langsung. Untuk itu penyusun ucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu kelancaran pelaksanaan tugas akhir ini. Semoga karya ini dapat bermanfaat bagi seluruh civitas akademika ISI Yogyakarta maupun masyarakat luas. Penulis secara khusus mengucapkan terimakasih kepada :

1. Allah SWT yang telah memberikan ridho, kemudahan, dan kelancaran selama proses pengerjaan Tugas Akhir ini, sehingga dapat diselesaikan dengan baik.
2. Prof. Dr. Agus Burhan, M.HUM, selaku rektor ISI Yogyakarta
3. Ibu Dr. Suastiwi, M.Des., selaku Dekan Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
4. Ibu Wiwik Sri Wulandari, M.Sn., selaku Pembantu Dekan 1 Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta
5. Bapak Martino Dwi Nugroho, S.Sn., MA., selaku Ketua Jurusan Desain Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
6. Bapak Indiria Maharsi, S.Sn., M.Sn., selaku Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual.
7. Bapak Andi Haryanto, M.Sn., selaku Dosen Pembimbing I sekaligus Dosen Wali, atas segala dukungan, bantuan, waktu, dan motivasi sehingga tugas akhir ini dapat terselesaikan.
8. Mas Aditya Utama, S.Sos., M.Sn., selaku Dosen Pembimbing II, atas segala dukungan, bantuan, waktu, dan motivasi sehingga tugas akhir ini dapat terselesaikan
9. Seluruh Dosen Desain Komunikasi Visual dan Staff, atas semua bantuan dan ajaran ilmu pengetahuan yang telah diberikan selama masa kuliah
10. Ibuk dan Bapak saya yang sudah memberi motivasi, kasih sayang tiada henti, doa, kesabaran, dukungan penuh secara finansial pengerjaan tugas akhir ini.

11. Mas Sean dan Daffa, serta keluarga besar yang sudah memberi dukungan selama menempuh studi.
12. Wanita yang selalu sabar, mendukung, setia menemani dan menjadi tempat bertukar pikiran meski selalu terdapat perselisihan, Nesya Khisti, terimakasih.
13. Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Karanganyar yang sudah memberi ijin dan penginapan selama proses produksi.
14. Kontrakan Sewonderland Pro yang menjadi tempat persinggahan selama pengerjaan tugas akhir ini.
15. Teman-teman prodi Televisi 2013 dan 2015: Adam, Nura, Irvan, Upik, Nesya, Titin, Chacha, Ali, Aul, Pika, Tiara, Topik yang sudah membantu sekuat tenaga dan pikiran selama proses produksi film ini hingga selesai.
16. Teman-teman DKV ISI 2013.
17. Tim Jahat : Dany, Yusuf, Aryo, Gilang yang menjadi teman setia dalam tugas kelompok selama kuliah.
18. Seluruh pihak yang telah membantu dan tidak dapat disebutkan satu-persatu.



**LEMBAR PERNYATAAN
PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Pandu Budi Prakosa
Nomor Mahasiswa : 1312255024
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni Rupa
Jenis : Tugas Akhir Perancangan

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya menyerahkan karya ilmiah berupa Tugas Akhir dengan judul “Perancangan *Web Series* Kawasan Wisata Kabupaten Karanganyar Sebagai Media Promosi Wisata”

Dengan ini menyatakan bahwa saya menyetujui untuk :

1. Memberikan hak bebas royalti kepada perpustakaan ISI Yogyakarta atas penulisan karya ilmiah saya, demi pengembangan ilmu pengetahuan.
2. Memberi hak menyimpan, mengalih mediakan atau mengalih formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, serta menampilkannya dalam bentuk *softcopy* untuk kepentingan akademis kepada Perpustakaan ISI Yogyakarta, tanpa perlu meminta ijin dari saya, selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis atau pencipta.
3. Bersedia dan menjamin untuk menanggung secara pribadi tanpa melibatkan pihak Perpustakaan ISI Yogyakarta dari semua bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran hak cipta dalam karya ilmiah ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan semoga dapat digunakan semestinya.

Yogyakarta, Februari 2018

Pand u Budi Prakosa
NIM 1312255024

ABSTRAK

Kabupaten Karanganyar merupakan sebuah kabupaten yang berada di Provinsi Jawa Tengah. Kabupaten Karanganyar memiliki banyak objek wisata alam yang menarik untuk dikunjungi, namun hanya beberapa objek wisata yang dikenal oleh masyarakat seperti Grojogan Sewu dan Gunung Lawu. Masih banyak objek wisata alam lain yang tidak kalah menarik untuk dikunjungi. Medan yang cukup sulit untuk menuju obyek-obyek wisata tersebut serta kurangnya promosi dari pemerintah terhadap obyek-obyek wisata menjadikan obyek-obyek wisata tersebut masih jarang diketahui oleh masyarakat.

Melihat masalah tersebut, perancangan *web series* kawasan wisata Kabupaten Karanganyar sebagai media promosi wisata dirancang untuk memberikan informasi mengenai obyek-obyek wisata Kabupaten Karanganyar dan dapat menjadi tontonan yang menghibur. Melalui pendekatan emosional, penonton diajak untuk lebih dekat dan merasakan sensasi berwisata melalui cerita di dalam film.

Kata kunci : Kabupaten Karanganyar, *Web series*, Promosi



ABSTRACT

Karanganyar Regency is a Regency in the province of Central Java. Karanganyar Regency has a lot of interesting natural tourism objects to visit, but only some are known by the community as Grojogan Sewu and Mounth Lawu. There are still many other natural tourism objects that are not less interesting to visit. The terrain is hard enough to go to such tourism objects as well as the lack of promotion from the Government against tourism objects make the tourism objects still rarely known by the people.

See the problem, designing web series the tourist area of Karanganyar Regency as media promotion to ur designed to give information on tourism objects Karanganyar Regency and can become an entertaining spectacle. Through emotional approach, audience members are invited to get closer and experience the sensation of travelling through the story film

Keywords : Karanganyar Regency, Web series, Promotion



DAFTAR ISI

COVER	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iii
LEMBAR MOTIVASI	iv
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA	v
KATA PENGANTAR	vi
UCAPAN TERIMA KASIH	vii
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH	ix
ABSTRAK	x
<i>ABSTRACT</i>	xi
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Batasan Masalah	5
D. Tujuan Perancangan	5
E. Manfaat Perancangan	5
F. Metode Perancangan	6
G. Metode Analisis Data	7
H. Referensi Visual	8
I. Sistematika Perancangan	10

BAB II. IDENTIFIKASI DAN ANALISA DATA	11
A. Tinjauan Teori.....	11
1. Kabupaten Karanganyar.....	11
2. Pariwisata	13
3. Daerah Tujuan Wisata.....	14
4. Tipologi Wisatawan	14
5. Motivasi Wisatawan.....	15
6. Dampak Sosial Budaya Pariwisata.....	16
7. Media.....	18
8. Media Sosial.....	18
9. Media Sosial dan <i>Marketing</i>	19
10. <i>Web Series</i>	21
11. <i>Product Placement</i> / Penempatan Produk.....	24
12. Film	25
B. Tinjauan Permasalahan	27
C. Fakta-Fakta di lapangan.....	28
D. Data Visual.....	29
E. Analisa Masalah.....	33
F. Simpulan	35
G. Usulan Pemecahan Masalah	35
 BAB III. KONSEP PERANCANGAN.....	 37
A. Konsep Kreatif	37
B. Tujuan Kreatif.....	37
C. Strategi Kreatif.....	38
D. Materi Program	43
E. Sinopsis / Ringkasan Cerita	43
F. Konsep Penyuntingan	44
 BAB IV. PROGRAM PERANCANGAN	 45
A. Pra Produksi	45
1. <i>Treatment</i>	45

2. <i>Storyboard</i>	49
3. <i>Shooting Script</i>	63
4. <i>Shoot List</i>	105
5. <i>Master Breakdown</i>	112
6. <i>Floor Plan</i>	117
B. Produksi	123
1. Peralatan.....	123
2. Lokasi / Aktris / Aktor	125
3. <i>Shooting Schedule</i>	126
4. <i>Budgeting</i>	139
C. Kerabat Kerja Produksi.....	139
D. Pasca Produksi	140
E. Karya Jadi	142
F. Poster.....	168
BAB V PENUTUP.....	167
A. Kesimpulan	169
B. Saran	170
DAFTAR PUSTAKA	172
LAMPIRAN.....	173



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Media promosi wisata Kabupaten Karanganyar	2
Gambar 1.2 Media promosi wisata Kabupaten Karanganyar	2
Gambar 1.3 Media promosi wisata Kabupaten Karanganyar	3
Gambar 1.4 Media promosi wisata Kabupaten Karanganyar	3
Gambar 1.5 <i>Web series Axelerate the series</i>	8
Gambar 1.6 <i>Web series Axelerate the series</i>	8
Gambar 1.7 <i>Web series Axelerate the series</i>	8
Gambar 1.8 <i>Web series Axelerate the series</i>	8
Gambar 1.9 <i>Web series Move on Trip</i>	9
Gambar 1.10 <i>Web series Move on Trip</i>	9
Gambar 1.11 <i>Web series Ekspedisi Menebus Janji</i>	9
Gambar 1.12 <i>Web series Ekspedisi Menebus Janji</i>	9
Gambar 2.1 Daftar Kunjungan Wisatawan Kabupaten Karanganyar Tahun 2017.....	28
Gambar 2.1 Grojogan Sewu	29
Gambar 2.2 Grojogan Jumog	29
Gambar 2.3 Bumi Perkemahan Sekipan	30
Gambar 2.4 Kebun Buah Strawberry	30
Gambar 2.5 Kebun Teh Kemuning	31
Gambar 2.6 Rumah Teh Ndoro Dongker	32
Gambar 2.7 Cemara Kandang	32
Gambar 2.8 Telaga Madirda	33

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia adalah negara yang kaya akan potensi wisata alam. Banyaknya objek wisata yang menjadi daya tarik tersebar di seluruh Indonesia. Mulai dari pantai, gunung, air terjun, dan lain-lain banyak tersebar di seluruh penjuru nusantara. Seperti dikutip dari laman atobasahona.com (2017) Wisata alam adalah bentuk kegiatan rekreasi dan pariwisata yang memanfaatkan potensi sumberdaya alam, baik dalam keadaan alami maupun setelah ada usaha budidaya, sehingga memungkinkan wisatawan memperoleh kesegaran jasmaniah dan rohaniah, mendapatkan pengetahuan dan pengalaman serta menumbuhkan inspirasi dan cinta terhadap alam (Anonymous, 1982 dalam Saragih, 1993). Wisata alam digunakan sebagai penyeimbang hidup setelah melakukan aktivitas yang sangat padat, dan suasana keramaian kota. Sehingga dengan wisata ke alam, tubuh dan pikiran kita memperoleh kesenangan jasmani dan rohani. Dalam melakukan wisata alam kita harus melestarikan area yang masih alami, memberi manfaat secara ekonomi dan mempertahankan keutuhan budaya masyarakat setempat.

Salah satu kawasan yang mempunyai banyak objek wisata alam yang menarik adalah Kabupaten Karanganyar, Jawa Tengah. Seperti dikutip dari laman suaramerdeka.com pada tanggal 2 Februari 2016, sebanyak 1,138 juta turis lokal dan mancanegara mengunjungi Kabupaten Karanganyar selama tahun 2015. Mereka mendatangi 21 tempat tujuan wisata yang ada di sekeliling Lereng Lawu. Di antaranya terdapat turis asing sebanyak 7.700-an yang mengunjungi Candi Sukuh dan Ceto. Data dari Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga, Grojogan Sewu masih menjadi favorit dengan jumlah pengunjung 314.963 orang. Namun demikian terjadi penurunan salah satunya dimungkinkan karena tarif masuk yang tinggi, sebesar Rp 15.000/orang. Tahun sebelumnya pengunjung mencapai 417.127 orang. Dari sisi pendapatan, para turis ini menyettor pendapatan daerah sebesar Rp 1,116 miliar. Jumlah ini memang belum sesuai target karena tahun 2015 semestinya bisa dicapai paling tidak Rp 1,150 miliar pendapatan sektor wisata.

Untuk wisata Grojogan Sewu memang data pengunjungnya yang paling banyak dibanding daerah sekitarnya, namun harapankedepan jumlah wisatawan yang berkunjung ke tempat-tempat wisata yang ada di Kabupaten Karanganyar bisa lebih ditingkatkan dari tahun ke tahun. Karenamasihbanyakpotensiwisata alam yang masihbelumterekspose dan terkoordinasi dengan maksimal. Banyak jugadampak positif yang akan ditimbulkan jika wisatawan makin bertambah dari tahun ke tahun. Pertama, tentunya akan menaikkan pendapatan daerah pemerintah setempat yang dapat digunakan untuk pembangunan infrastruktur dan fasilitas umum untuk meningkatkan kesejahteraan warganya. Kedua, bisa lebih mempromosikan objek wisata lain yang ada di Kabupaten Karanganyar yang belum banyak diketahui oleh masyarakat / wisatawan. Ketiga, akan menambah pengetahuan masyarakat luas tentang Kabupaten Karanganyar yang kaya akan potensi wisata alamnya.

Saat ini solusi untuk meningkatkan jumlah pengunjung yang berwisata di daerah Kabupaten Karanganyar masih dilakukan secara konvensional, belum ada alternatif media promosi untuk lebih meningkatkan minat wisatawan untuk berwisata di Kabupaten Karanganyar. Media promosi tersebut berupa poster dan media audio visual dengan konsep narasi untuk menjelaskan tiap objek-objek wisata yang ada di Kabupaten Karanganyar. Berikut adalah beberapa contoh media promosi wisata Kabupaten Karanganyar.



Gambar 1.1 Media promosi wisata Kabupaten Karanganyar



Gambar 1.2 Media promosi wisata Kabupaten Karanganyar

(Sumber: facebook Kabupaten Karanganyar) (Sumber: facebook Kabupaten Karanganyar)



Gambar 1.3 Media promosi wisata
Kabupaten Karanganyar

(Sumber:facebook Kabupaten Karanganyar)

Gambar 1.4 Media promosi wisata
Kabupaten Karanganyar

(Sumber:facebook Kabupaten Karanganyar)

Banyak media yang bisa digunakan sebagai promosi kawasan wisata Kabupaten Karanganyar, salah satunya yaitu *Web series*. *Web series* mampu menjadi alternatif media promosi wisata untuk menyampaikan pesan dan membangun *brand* dalam hal ini objek-objek wisata yang ada di Kabupaten Karanganyar terhadap *target audience*. Promosi terbagi menjadi dua, yaitu *hard selling* dan *soft selling*. Promosi *hard selling* mengkomunikasikan *campaign* secara langsung atau frontal. Melalui pendekatan *hard selling*, *target audience* tidak perlu memikirkan nilai-nilai dari sebuah produk, karena sudah dipaparkan secara jelas. Promosi *soft selling* mengkomunikasikan *campaign* dengan memberikan nilai-nilai yang didapatkan dari *brand*. Pendekatan ini digunakan untuk menyampaikan pesan tersirat tentang sebuah *brand*. Promosi *soft selling* dalam mengkomunikasikan *campaign*, pendekatan ini tidak langsung mempromosikan sebuah produk secara langsung atau frontal, namun *target audience* diajak untuk memikirkan kembali nilai-nilai yang didapatkan dari sebuah produk. *Web series* punya solusi sebagai media promosi *soft selling* dalam promosi kawasan wisata Kabupaten Karanganyar pada kalangan anak muda sebagai *target audience*. Media *Web series* juga dekat dengan kalangan anak muda saat ini, karena jaringan internet kini merupakan suatu kebutuhan primer bagi anak muda untuk mencari informasi dan hiburan. Dengan menggunakan pendekatan *soft selling*, *target audience* akan menangkap pesan-pesan tersirat yang ada di dalam *web series* melalui visual yang bernilai informasi objek-objek wisata alam yang ada di Kabupaten Karanganyar.

Web series adalah salah satu bentuk tontonan audio visual di internet. *Web series* juga dikenal sebagai *Webpisode*. Konsep *Web series* ini mirip dengan program acara televisi namun dengan durasi tayang yang relatif pendek, sekitar 5 – 15 menit. Format acaranya bisa bermacam-macam, seperti sinetron atau FTV

(Film Televisi), talkshow, tips dan trik, tutorial, berita maupun serial video blog/vlog. Suatu *Web series* biasanya terbagi dalam episode-episode dimana waktu penayangannya atau lebih tepatnya: upload, biasanya mengikuti pola yang ada di televisi. Misalkan episode baru akan muncul sekali seminggu, tiap hari Senin. Namun patokan itu tidak selalu baku, bisa saja berubah tergantung dari situasi kondisi yang terjadi di lapangan, misalkan ada kendala.

Penonton dapat mengakses *Web series* melalui internet dengan menggunakan komputer, baik desktop maupun laptop, dan juga telepon seluler. *Web series* ini merupakan suatu produk atau bagian dari Televisi Web, suatu bentuk media Teknologi Informasi baru. Umumnya orang meng-upload atau menampilkan *Web series* di situs penyedia layanan video *streaming*, seperti YouTube atau Vimeo. Keuntungan yang diberikan situs semacam ini adalah diberikannya akun khusus yang dinamakan *channel*, seperti halnya sebuah *channel* televisi eksklusif.

Pasar pemirsa tontonan internet di Indonesia mulai tumbuh. Memang pada umumnya masih terkendala koneksi internet yang lambat, namun bertahap, akses internet akan semakin cepat dan biaya internet semakin murah. Tren orang yang semula menonton televisi sedikit demi sedikit akan bergeser ke Tontonan Internet. Acara televisi yang cenderung membosankan akan ditinggalkan dengan adanya alternatif hiburan baru.

Potensi wisata yang cukup banyak dan menarik di Kabupaten Karanganyar diperlukan adanya strategi promosi wisata untuk meningkatkan jumlah pengunjung, meningkatkan ekonomi warga sekitar, dan memajukan pariwisata Kabupaten Karanganyar, salah satunya dengan menggunakan media audio visual *web series* sebagai media promosi wisata Kabupaten Karanganyar. *Web series* mampu mengkomodifikasi lokasi wisata kawasan Kabupaten Karanganyar dengan baik secara visual maupun audio. Pada akhirnya di akhir tahun 2017 pemerintah daerah Karanganyar ingin benar-benar mempromosikan kawasan wisata Kabupaten Karanganyar dengan lebih serius. Dengan adanya *Web series* diharapkan mampu menjadi media promosi yang mampu meningkatkan jumlah wisatawan yang berkunjung ke lokasi wisata alam yang ada di Kabupaten Karanganyar, yang mampu memberikan

dampak positif bagi pemerintah daerah sekitar dan tentunya masyarakat daerah Kabupaten Karanganyar.

B. Rumusan Masalah

Bagaimana merancang *web series* sebagai media promosi bagi obyek-obyek wisata yang ada di Kabupaten Karanganyar ?

C. Tujuan Perancangan

Tujuan dari perancangan *Web series* ini adalah untuk mempromosikan obyek-obyek wisata yang ada di Kabupaten Karanganyar

D. Batas Lingkup Perancangan

1. Batas pokok bahasan

- a. Agar perancangan ini tidak melebar, maka dibuat batasan masalah pada seputar kawasan wisata Kabupaten Karanganyar
- b. Perancangan ini fokus pada perancangan *Web series*
- c. *Audience Web series* ini adalah *Netizen* yang berusia 18 - 25 tahun yang suka mencari informasi dan menonton video di sosial media seperti *YouTube, MeTube* dan lain-lain

2. Batasan visual yang akan dirancang mencakup :

- a. *Web series*
- b. Video yang diupload di media sosial

E. Manfaat Perancangan

Manfaat perancangan ini di antaranya adalah :

1. Bagi Target Audience

- a. Sebagai media untuk memperoleh informasi tentang kawasan wisata yang ada di Kabupaten Karanganyar sebagai kawasan wisata alam yang menarik, sehingga dapat menjadi tujuan wisata bagi para kaum muda yang suka *travelling*

- b. Menyadarkan bahwa masih banyak potensi objek wisata di Kabupaten Karanganyar yang memiliki kekayaan alam yang indah, perlu dikunjungi, dan wajib dijaga kelestariannya.

2. Bagi Mahasiswa

- a. Dapat dijadikan referensi dan menambah pengetahuan tentang daerah Kabupaten Karanganyar yang mempunyai banyak objek wisata yang tak sekedar indah namun terdapat informasi lebih yang bisa diamati
- b. Menambah wawasan tentang *Web series* yang bisa digunakan sebagai media promosi suatu product barang, jasa, *city branding* dan lain-lain

3. Bagi Institusi

Sebagai tambahan sumber referensi kepustakaan dan acuan riset mengenai *Web series*.

F. Metode Perancangan

Agar tujuan dari perancangan ini sesuai dengan yang diharapkan, digunakan metode perancangan sebagai berikut :

Data Primer

Data yang dibutuhkan yaitu melakukan pengamatan langsung di lapangan, yaitu melihat kondisi lokasi wisata yang ada di Kabupaten Karanganyar, menelusuri setiap tempat yang memiliki potensi, melakukan wawancara dengan narasumber yang berkaitan dan melihat contoh *Web series* mengenai Kabupaten Karanganyar yang sudah ada

2. Data Sekunder

Pencarian data sekunder dilakukan secara online, yaitu mencari sumber masalahnya, latar belakang lalu mengevaluasi terlebih dahulu semua informasi yang telah didapat dan tidak secara sembarangan langsung memakainya.

3. Instrument

- a. Kamera
- b. Buku dan alat tulis
- c. Perekam suara

4. Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan dengan observasi langsung ke lapangan, wawancara, dokumentasi, dan melakukan pencarian lebih lanjut secara online

G. Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan yaitu dengan metode 5W+1H (What, Why, When, Where, Who, How)

1. What : Apa yang akan dibuat?

Perancangan yang dibuat adalah berupa *Web series* mengenai kawasan wisata Kabupaten Karanganyar untuk menikmati keindahan alam, dan aktivitas warga setempat

2. Why : Mengapa perancangan ini dipilih?

Karena *Web series* mampu memberikan informasi yang menarik minat target audience

3. When : Kapan akan dipublikasikan ?

Karya ini akan dipublikasikan pada pertengahan tahun 2018

4. Where : Dimana karya tersebut dipublikasikan ?

Karya ini akan dipublikasikan di media sosial seperti youtube dan instagram

5. Who : Siapa target *audience*-nya?

Target *audience*-nya ialah *Netizen* usia 18-25 tahun yang suka *travelling* mencari tempat-tempat wisata baru.

6. How : Bagaimana membuat perancangan ini ?

Disajikan dalam bentuk *Web series* yang dapat memberikan informasi terkait daerah wisata alam di Kabupaten Karanganyar dengan bahasa yang disesuaikan dengan target audience serta menggunakan teknik sinematografi agar lebih terlihat menarik

H. Referensi Visual

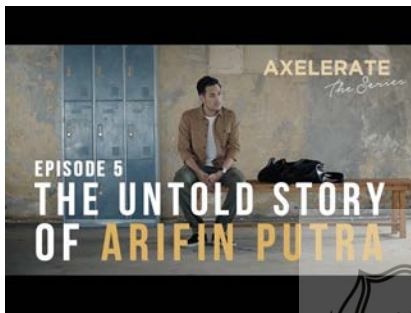
1. Axelerate the series (Axe)



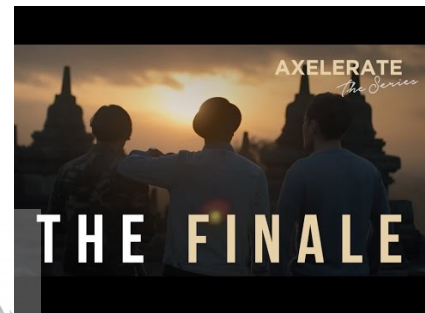
Gambar 1.5 Axelerate the Series
(Sumber: youtube.com)



Gambar 1.6 Axelerate the Series
(Sumber:youtube.com)



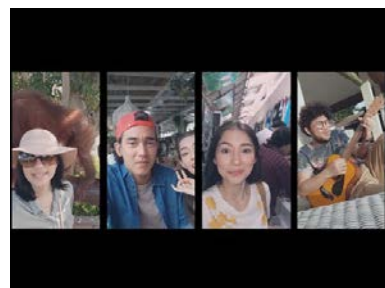
Gambar 1.7 Axelerate the Series
(sumber:youtube.com)



Gambar 1.8 Axelerate the Series
(sumber: youtube.com)



2. Move On Trip (Samsung)





Gambar 1.9 *Move On Trip*
(sumber: samsung.com)

Gambar 1.10 *Move On Trip*
(sumber: youtube.com)

3. Ekspedisi Menebus Janji (Traveloka)



Gambar 1.11 Ekspedisi Menebus Janji
(sumber: youtube.com)



Gambar 1.12 Ekspedisi Menebus Janji
(sumber: youtube.com)



I. Skematika Perancangan

