

JURNAL TUGAS AKHIR

**PERANCANGAN VIDEO PROMOSI
WISATA GOA SELARONG**



PERANCANGAN

Oleh:

Hardimas Bariq Arrozak

NIM: 1610193124

**PROGRAM STUDI S-1 DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
JURUSAN DESAIN FAKULTAS SENI RUPA
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
2021**

JURNAL TUGAS AKHIR
PERANCANGAN VIDEO PROMOSI
WISATA GOA SELARONG



PERANCANGAN

Oleh:

Hardimas Bariq Arrozak

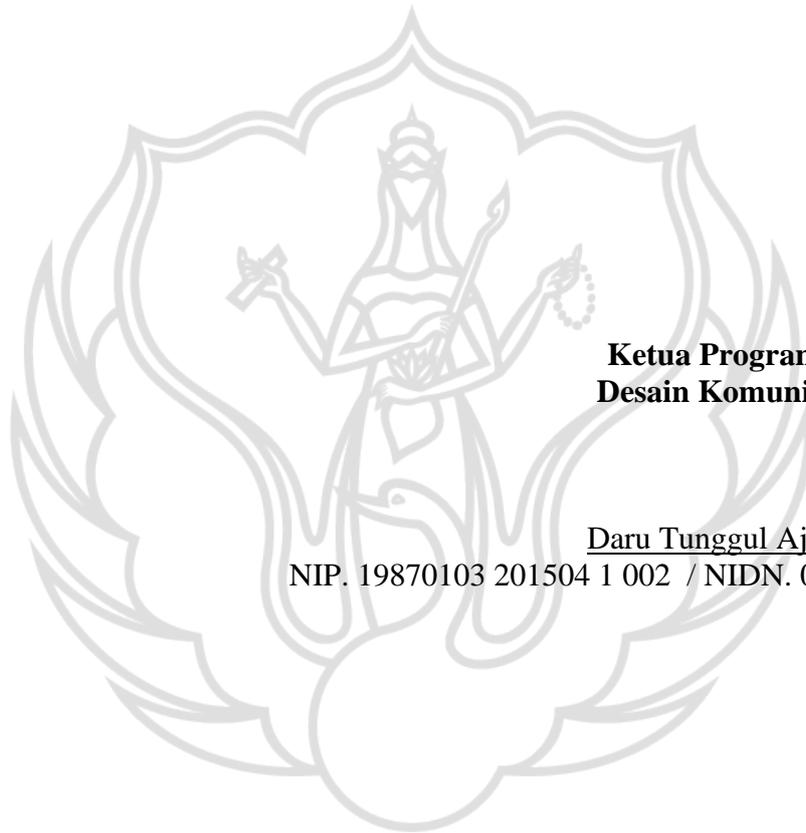
NIM: 1610193124

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

2021

Jurnal Tugas Akhir yang berjudul:

PERANCANGAN VIDEO PROMOSI WISATA GOA SELARONG yang diajukan oleh Hardimas Bariq Arrozak, NIM. 1610193124, Program Studi Desain Komunikasi Visual, Jurusan Desain, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta (Kode Prodi: 90241), telah dipertanggung jawabkan di depan tim penguji Tugas Akhir pada tanggal 11 Januari 2021 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima.



**Ketua Program Studi S-1
Desain Komunikasi Visual**

Daru Tunggal Aji, SS., M.A.
NIP. 19870103 201504 1 002 / NIDN. 0003018706

ABSTRAK

PERANCANGAN VIDEO PROMOSI WISATA GOA SELARONG

Hardimas Bariq Arrozak

NIM. 1610193124

Wisata Goa Selarong salah satu sejarah peninggalan Pangeran Diponegoro pada masa penjajahan Belanda. Wisata Goa Selarong ini terletak di Dusun Kembang Putih desa Gowasari, Kecamatan Pajangan, Kabupaten Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta. Wisata ini termasuk kedalam wisata edukasi, karena selain berlibur kita juga mengenang sejarah Pangeran Diponegoro. Dengan adanya pandemi sekarang ini maka jumlah pengunjung menurun dan itu berdampak pada pendapatan ekonomi masyarakat sekitar Goa Selarong.

Berdasarkan masalah yang ada dan guna menunjang kembali Wisata Goa Selarong ini perlu dilakukan sebuah promosi sebagai usaha awal penanggulangan setelah pandemi berakhir. Perancangan video promosi pada Wisata Goa Selarong sangat dibutuhkan, guna memperkenalkan kembali Wisata Goa Selarong. Video promosi nantinya akan dipublikasikan melalui media sosial seperti Youtube dan Instagram. Dengan adanya upaya tersebut diharapkan Wisata Goa Selarong bisa dilirik kembali oleh para wisatawan.

Kata Kunci: Video promosi, Wisata, Wisata edukasi, Wisata Goa Selarong

ABSTRACT

DESIGNING SELARONG GOA TOURISM PROMOTION VIDEO

Hardimas Bariq Arrozak

NIM. 1610193124

Selarong Cave Tour is one of the historical legacies of Prince Diponegoro during the Dutch colonial period. This Selarong Cave Tour is located in Kembang Putih Hamlet, Gowasari Village, Pajangan District, Bantul Regency, Yogyakarta Special Region. This tour is included in educational tours, because in addition to vacation we also remember the history of Prince Diponegoro. With the current pandemic, the number of visitors has decreased and it has an impact on the economic income of the people around Goa Selarong.

Based on existing problems and in order to support the Selarong Cave Tourism, it is necessary to carry out a promotion as an initial effort to overcome after the pandemic ends. Designing a promotional video on Goa Selarong Tourism is very much needed, in order to reintroduce Selarong Cave Tourism. The promotional videos will later be published through social media such as Youtube and Instagram. With this effort, it is hoped that Selarong Cave Tourism can be glanced at by tourists.

Keywords: Video promotion, Tours, Educational tourism, Selarong Cave Tour

A. Pendahuluan

Wisata adalah satu kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau kelompok untuk mencari suasana baru setelah melakukan kegiatan rutin sehari – hari yang membuat bosan dan lelah. Di Indonesia sendiri memiliki destinasi wisata yang sangat banyak karena letak geografisnya yang cukup luas dan beraneka ragam suku dan budaya, dari Sabang sampai Merauke. Salah satunya adalah pariwisata di daerah Bantul, provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Pariwisata atau wisata sendiri berdasarkan alasan atau tujuan dibagi menjadi tiga yaitu Bussines Tourism atau wisata untuk urusan bisnis kerja, Vacationl Tourism atau wisata untuk mengisi waktu luang, dan Educational Tourism wisata untuk mencari sebuah ilmu dan pengetahuan seperti study tour atau darmawisata.

Bantul sendiri juga memiliki banyak wisata yang meliputi tiga jenis wisata tersebut. Salah satunya adalah wisata Goa Selarong sebagai salah satu peninggalan sejarah pada jaman dahulu wisata ini termasuk ke dalam jenis wisata Educational Tourism atau wisata edukasi. Goa Selarong memiliki nilai sejarah yang kuat dan memiliki nilai – nilai yang banyak untuk digali lebih dalam lagi. Melihat situasi sekarang dengan adanya pandemi Covid-19 sangat mempengaruhi dunia edukasi di Indonesia bahkan dunia, yang sebelumnya pembelajaran dilaksanakan secara tatap muka langsung sekarang harus melakukan pembelajaran secara online. Goa selarong yang memiliki latar belakang wisata edukasi pun cukup terdampak dari situasi ini, maka perlulah sebuah konsep media baru untuk bisa menyampaikan apa itu Goa Selarong secara online. Dari potensi dan situasi tersebutlah diambil Goa Selarong sebagai objek perancangan ini.

Sejarah terbentuknya Goa Selarong adalah sejarah dari perjuangan Pangeran Dipenogoro saat penjajahan Belanda. Pangeraan Diponegoro merupakan putra sulung Sri Sultan Hamengku Buwono III. Namun Pangeran Diponegoro tidak berambisi menjadi raja dan justru memilih tinggal di Tegalrejo yang terletak beberapa kilometer di barat daya Keraton Yogyakarta. Pada tanggal 20 Juli 1825, Belanda mengepung Tegal Rejo. Pangeran Diponegoro bersama pasukannya kemudian menyingkir ke Gua Selarong. Di

Gua inilah Pangeran Diponegoro menyusun strategi perang melawan Belanda, selain itu tempat untuk Pangeran Diponegoro bersemedi.

Wisata Gua Selarong ini dibuka pada pukul 08.00 – 16.00 WIB. Untuk harga tiket masuk saat ini sudah mencapai harga Rp. 8.000, harga yang cukup terjangkau bagi wisatawan yang ingin berkunjung. Namun dengan harga yang terjangkau tersebut tidak membuat wisata ini menjadi sangat ramai pengunjung, karena dikutip dari artikel Suara.com pada Selasa, Januari 2021 bahwa kontribusi dari penjualan tiket masuk goa sekarang memang masih cukup kecil dan masih kalah jika dibandingkan dengan objek wisata yang lain. Di hari biasa jumlah pengunjungnya hanya belasan orang saja. Namun pada hari libur ada sedikit peningkatan jumlah wisatawan.

Berdasarkan data dari bapak Mursidi selaku pengelola wisata Goa Selarong, bahwa rata-rata pengunjung kebanyakan dari studi wisata suatu lembaga Pendidikan ataupun suatu komunitas. Walaupun masih sedikit data ini menunjukkan bahwa Goa Selarong sebenarnya berpotensi besar menjadi salah satu objek wisata edukasi yang masih bisa dikembangkan lagi, dengan objek wisata yang memiliki sejarah besar Pangeran Diponegoro, pemandangan maupun suasana yang asri, dan berbagai pengerajin dan jajanan sudah bisa menjadi objek wisata edukasi yang menarik untuk dikunjungi.

Maka dengan potensi tersebut dan langkah awal untuk mempersiapkan diri setelah masa pandemi ini, Goa Selarong perlu dilakukan pengelolaan dan pembuatan sebuah media promosi. Media promosi ini dibuat dengan tujuan untuk mengenalkan kembali kepada lembaga pendidikan SD, SMP, SMA dan masyarakat, serta menunjang kembali ekonomi Goa Selarong yang cenderung menurun karena dampak dari pandemi Covid-19.

Berdasarkan latar belakang di atas penulis menentukan rumusan masalah berupa bagaimana merancang sebuah konsep video promosi untuk Goa Selarong agar menjadi wisata yang menarik untuk dikunjungi wisatawan yang ingin berwisata sekaligus belajar sejarah?. Teori yang digunakan untuk mendukung dalam perancangan ini salah satunya adalah teori tentang video promosi, Menurut Degey (2016:9) video promosi adalah video yang digunakan untuk mempromosikan sesuatu. Ciri dari video promosi adalah

mempromosikan sesuatu secara lebih detail dengan durasi yang lebih panjang dari video iklan karena proses pengambilan gambar untuk video promosi harus dilakukan secara berkala dari objek yang ingin dipromosikan agar hasil dari video promosi tersebut lebih terperinci dan mencakup semua hal yang berhubungan dengan objek tersebut.

Kemudian teori selanjutnya adalah teori desain sebagai acuan visual didalam video. Menurut Sachari dan Sunarya (2001: 10) desain adalah terjemahan fisik mengenai aspek sosial, ekonomi, dan tata hidup manusia, serta merupakan cerminan budaya zamannya. Didalam desain terdapat elemen sebuah elemen visual, diantaranya adalah warna. Warna adalah peristiwa ketika cahaya mengenai suatu benda apa saja termasuk karya seni. Sehingga apabila tidak ada cahaya maka tidak ada warna terbentuk. Warna juga bisa didefinisikan secara objektif/fisik sebagai sifat cahaya yang bisa dipancarkan atau secara subjektif/psikologis sebagai pengalaman dari indra pengelihatan. (Sadjiman Ebdy Sanyoto, Nirmana, 2009 : 11). Elemen yang selanjutnya adalah tipografi, menurut Danto Sihombing dalam buku “Tipografi Dalam Desain Grafis”, tipografi merupakan suatu representasi visual dari sebuah bentuk komunikasi verbal dan merupakan suatu properti visual yang pokok dan efektif bahwa pengetahuan mengenai huruf dapat dipelajari dalam sebuah disiplin seni yang disebut dengan tipografi.

Metode perancangan yang digunakan terbagi menjadi dua. Pertama adalah data primer yaitu berupa data observasi yang dilakukan ke objek wisata secara langsung dan data berupa wawancara yang dilakukan kepada pihak pengelola maupun wisatawan. Kedua adalah data yang didapat melalui kumpulan studi pustaka literatur yang berisikan tentang pariwisata, sejarah, dan teori yang menyangkut dengan objek yang diteliti.

B. Hasil dan Pembahasan

Konsep video yang diusung adalah gaya modern dan anak muda kekinian. Konsep ini digunakan untuk menyasar target audience pada jaman sekarang. Konsep modern disini dari segi kualitas pengambilan gambar. Sedangkan konsep anak muda kekinian adalah dari segi alur cerita yang tidak membosankan yang dekat dengan anak muda jaman sekarang dan dari segi editing video yang menerapkan beberapa effect transisi yang lebih fleksibel dan tidak kaku. Media perancangan ini bertujuan untuk bagaimana mengolah informasi dan merangkumnya kedalam sebuah video promosi sehingga dapat menyampaikan pesan secara akurat kepada target audience mengenai keadaan, keindahan, dan sejarah dari Goa Selarong itu sendiri. Perancangan video promosi ini menggunakan strategi kreatif yaitu *what to say* dan *how to say*.

What to say atau isi pesan yang disampaikan mengandung unsur promosi dan informasi yang sifatnya mengajak atau membujuk target audience. Pesan yang ingin disampaikan adalah memperkenalkan Goa Selarong sebagai wisata edukasi yang menarik karena selain memberikan sebuah kenyamanan dan kesan dalam berwisata wisata Goa Selarong juga mengajak kita supaya bisa mengenal sejarah dan mengenang kembali perjuangan Pangeran Diponegoro.

How To Say atau bagaimana cara untuk menyapaikan isi pesan tersebut agar sampai kepada target audience. Big idea dari perancangan ini adalah “Goa Sealrong Sebagai Wisata yang Menampilkan Keindahan dan Menyampaikan Sejarah”. Video promosi akan dikemas dengan format dokumentasi dan menyampaikan beberapa pesan sejarah pada Wisata Goa Selarong. Judul yang akan diambil untuk video adalah “Keindahan dan Sejarah Wisata Goa Selarong”

Pesan di dalam video akan disampaikan dengan memvisualkan Goa Selarong sebagai goa yang sangat bersejarah dan menarik untuk dikunjungi. Dalam penyampaian alur di dalam video akan disampaikan secara bertahap.

Tahap 1

Tahap pertama adalah pengenalan tokoh, pada tahap ini akan diperlihatkan sosok tokoh yang akan mengisi sebuah narasi pada video ini.

Tahap 2

Tahap kedua adalah pengenalan lokasi wisata, pada tahap ini tokoh akan memperkenalkan lokasi dari wisata yang akan dikunjungi.

Tahap 3

Tahap ketiga adalah pengenalan sejarah, pada tahap ini tokoh akan menarasikan sejarah singkat dari wisata tersebut.

Tahap 4

Tahap keempat adalah pengenalan aset wisata, pada tahap ini sang tokoh akan menarasikan seluruh aset atau fasilitas yang ada di wisata tersebut.

Tahap 5

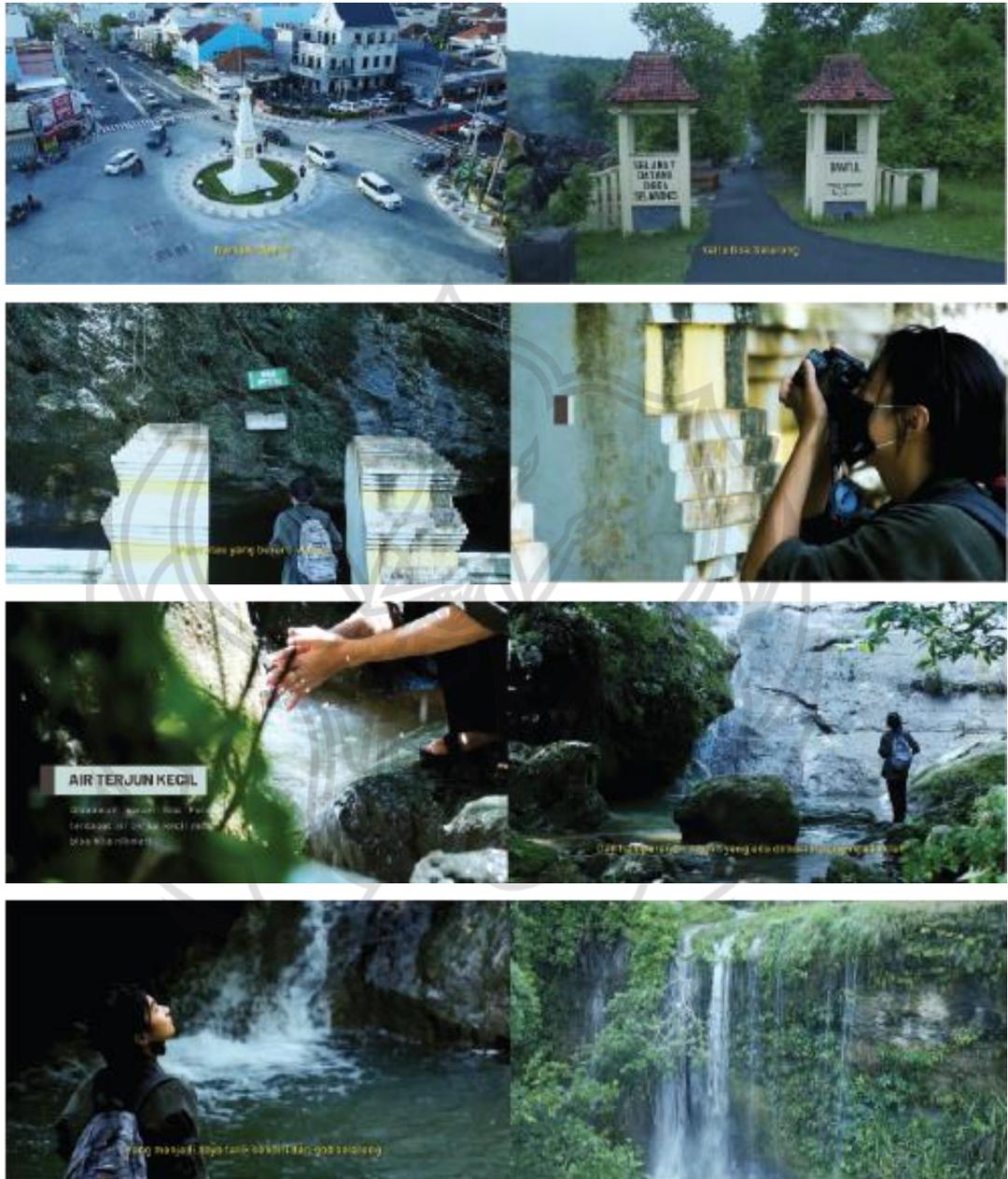
Tahap kelima adalah kesan dan ajakan, pada tahap terakhir ini sang tokoh akan memberikan kesan terhadap wisata itu dan akan mengajak untuk berkunjung ke wisata tersebut.

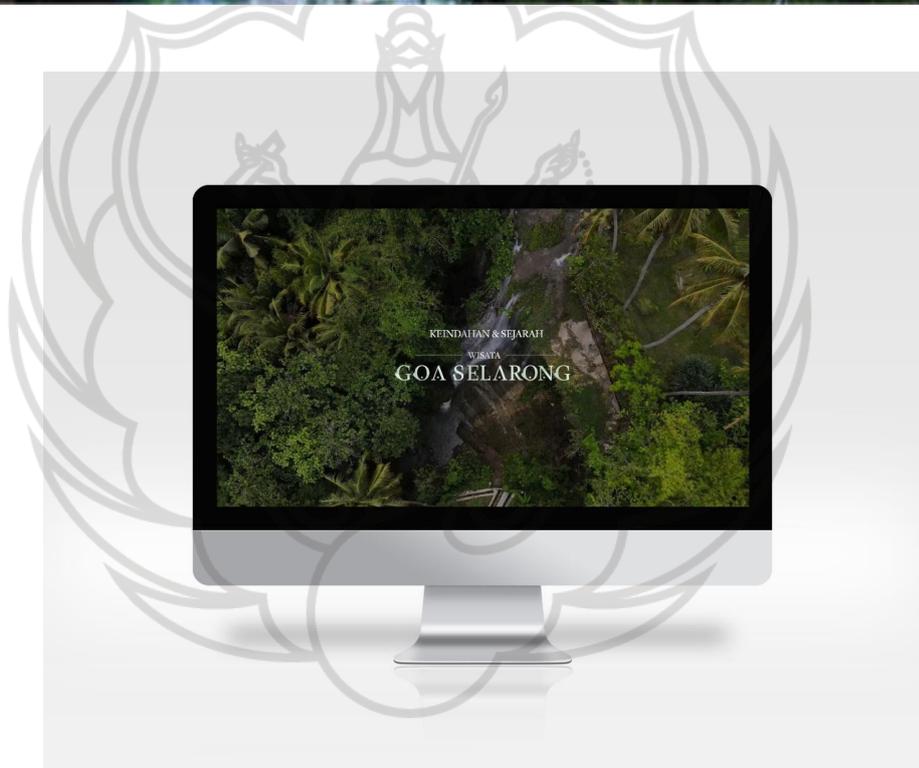
Dengan kelima tahap tersebut video promosi ini akan menceritakan seorang tokoh pelajar wanita bernama Ajeng yang suka melakukan perjalanan wisata yang memiliki sejarah dan pesona alam yang indah. Saat ini wisata yang dituju adalah wisata Goa Selarong yang berada di Kabupaten Bantul, Provinsi D.I. Yogyakarta.

Ajeng melakukan perjalanan dari Tugu Jogja menuju Goa Selarong dengan melawati jalanan pedesaan di sekitar Goa Selarong. Sesampainya di lokasi TPS Goa Selarong tidak lupa untuk mematuhi protokol kesehatan yaitu menggunakan masker, cek suhu tubuh, dan cuci tangan.

Setelah itu Ajeng melanjutkan perjalanan menyusuri jalan setapak menuju ke area Wisata Goa Selarong lalu menaiki tangga yang berjumlah ratusan untuk menuju goa persembunyian Pangeran Diponegoro. Disini Ajeng menghabiskan waktu dengan menikmati keindahan dan mengenang sejarah Pangeran Diponegoro pada masa penjajahan dulu. Setelah puas menjelajahi Goa Selarong Ajeng menuruni tangga menuju ke area air terjun besar, disana Ajeng

menikmati kesejukan dari air terjun dan keindahan alamnya. Setelah itu tidak lupa Ajeng membeli oleh-oleh khas dari Goa Selarong sambil menikmati budaya lokal disana.

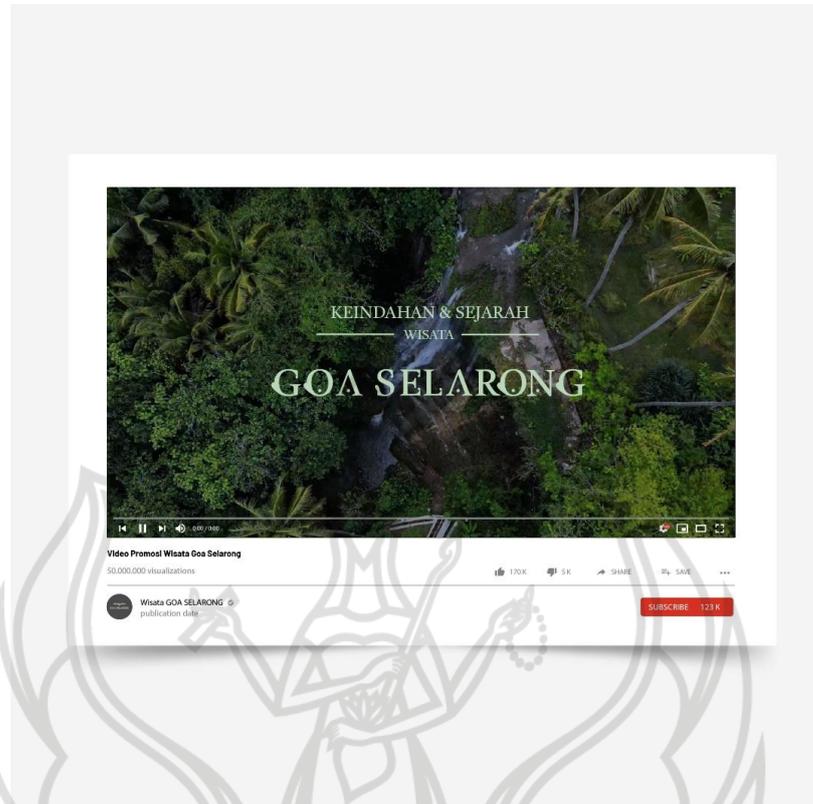




Video promosi akan berdurasi kurang lebih 6 menit. Video akan berukuran HD 1920 x 1080 pixel yang akan dipublikasikan melalui media sosial Youtube.

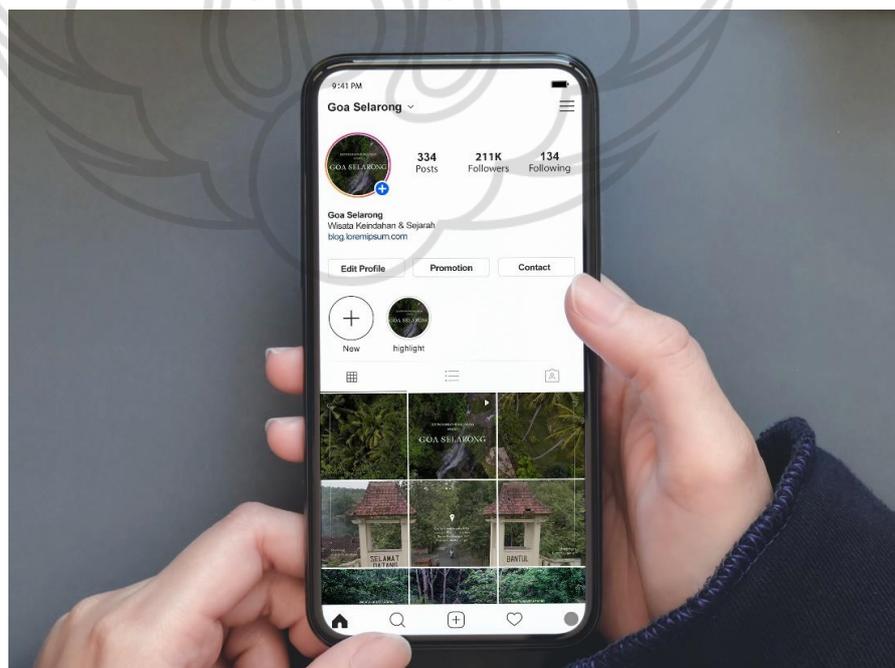
Youtube pada jaman sekarang ini sudah menjadi salah satu media sosial yang paling banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia, maka Youtube

dipilih sebagai media untuk mempublikasikan video promosi Wisata Goa Selarong ini



Media pendukung menggunakan media sosial instagram. Media pendukung disini digunakan sebagai penjabaran informasi lebih lanjut tentang Wisata Goa Selarong. Instagram TV / IGTV adalah media pendukung yang pertama yang akan digunakan. IGTV berisikan teaser video yang mengambil dari cuplikan media utama. Video akan berukuran 1920 x 1080 pixel dengan durasi 3 menit. Instagram Feed Perancangan pada media pendukung Instagram feed berisikan teaser dan konten sebelum video utama keluar untuk memancing audience. Konten Tentang Wisata Konten feed berukuran 1080 x 1080 pixel. Konten berisikan visual foto dari Goa Selarong dan informasi wisata Goa Selarong. Konten feed berukuran 1080 x 1080 pixel. Konten berisikan teaser berupa visual foto dari Goa Selarong dan fakta – fakta mengenai Pangeran Diponegoro dan sejarahnya.

Instagram TV / IGTV



C. Kesimpulan

Wisata Goa Selarong adalah wisata edukasi yang berada di Dusun Kembang Putih desa Gowasari, Kecamatan Pajangan, Kabupaten Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta. Wisata Goa Selarong sendiri memiliki sebuah keistimewaan yang menjadi ikon penting dan tidak dimiliki oleh wisata edukasi yang lain di daerah Bantul, Yogyakarta. Keistimewaan tersebut adalah sejarah besar Pangeran Diponegoro yang menjadi salah satu tokoh besar pahlawan Indonesia pada masa penjajahan Belanda dan pesona alam yang ditawarkan sangat indah

Wisata Goa Selarong telah melakukan beberapa kegiatan promosi namun masih kurang maksimal dan kurangnya mengekspos secara visual dan dinamis objek yang ada disana. Serta dalam kondisi pandemi sekarang ini membuat sebuah wisata menurun dari segi wisatawan yang berkunjung. Maka dari itu perlu dilakukan kembali sebuah promosi yang benar – benar mengekspos keistimewaan Goa Selarong dan promosi yang menyesuaikan dengan kondisi pandemi sekarang ini. Penyesuaian media pun perlu dilakukan mengingat kondisi sekarang pasti masyarakat akan lebih mengakses sebuah informasi melalui media internet daripada media cetak, sehingga dipilihlah media sosial seperti Youtube dan Instagram.

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

Ismayanti. 2010. *Pengantar Pariwisata*. Jakarta : Grasindo

L, Ria. 2011. *Biografi Pahlawan Kusuma Bangsa*. Jakarta : PT. Balai Pustaka

Ruspandi, F. 2011. *Perang Diponegoro*. Depok: Be Champion.

Sachari, Agus & Sunarya, Yan Yan. 2002. *Sejarah Dan Perkembangan Desain Dan Dunia Kesenirupaan Di Indonesia*. Bandung : Institut Teknologi Bandung.

Sanyoto, Sadjiman Ebd. 2009. *Nirmana Dasar-dasar Seni dan Desain*. Yogyakarta & Bandung: Jalasutra.

Peraturan Perundang – Undangan :

Indonesia, Undang - Undang RI no 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataaan. Jakarta

Jurnal :

Degey, Septinus. T Arie Setiawan dan Anthony Tumimomor .2016. *Perancangan Video Promosi Pariwisata Kab. Nabire (Studi Kasus : Dinas Kebudayaan, Pemuda, Olah Raga, dan Pariwisata Nabire)*. Salatiga : Universitas Kristen Satya Wacana. Artikel Ilmiah

Tautan :

Jogja.suara.com. 2020. Ada Pohon Tumbang dan Tanah Longsor, Goa Selarong Ditutup Sementara. Diakses pada tanggal 10 Desember 2020. <https://jogja.suara.com/read/2021/01/19/194521/ada-pohon-tumbang-dan-tanah-longsor-goa-selarong-ditutup- sementara>

Indonesia.googleblog.com. 2020. *Lebih dari 93 juta penonton dewasa di Indonesia menyaksikan beragam video di YouTube*. Diakses pada tanggal 2 Januari 2021. <https://indonesia.googleblog.com/2020/09/lebih-dari-93-juta-penonton-dewasa-di.html>