

PERANCANGAN VIDEO PROMOSI PANTAI PARANG SEMAR SEBAGAI TEMPAT WISATA KELUARGA

Novita Crestiani¹, Aditya Nirwana², Didit Prasetyo Nugroho³

Universitas Ma Chung, Universitas Ma Chung, Universitas Ma Chung, Universitas Ma Chung

331710017@student.machung.ac.id, aditya.nirwana@machung.ac.id,

didit.nugroho@machung.ac.id

Naskah dikirim	Naskah Di Periksa	Naskah Diterima	Naskah di publikasi
19/01/2023	29/03/2023	31/03/2023	31/03/2023

Abstrak

Dengan adanya peningkatan dan pertumbuhan tempat wisata pantai di Jawa Timur khususnya Kabupaten Banyuwangi, tempat wisata yang semakin meningkat sehingga mengharuskan para pengawas tempat wisata memiliki kreatifitas dan ide untuk mempromosikan tempat wisata mereka kepada target audiens yang dituju. Maka dari itu, peran dari video promosi ini sangat berpengaruh besar dalam mempromosikan tempat wisata agar menarik minat para target audiens. Konsep videografi menggunakan teknik *cinematic* yang nantinya hasil dari video tersebut akan di unggah di media sosial Youtube dan Instagram penulis. Metode perancangan ini menggunakan data primer dan data sekunder yang dalam pengumpulan datanya menggunakan metode kualitatif. Kesimpulan dari perancangan yaitu mendapatkan hasil visual berupa video promosi. Perancangan ini juga didukung oleh beberapa media pendukung seperti gantungan kunci akrilik, *t-shirt*, *totebag*, *sticker*, dan *topi*.

Kata kunci: videografi, video *cinematic*, media promosi, media pendukung

Abstract

With the increase and growth of beach tourism spots in East Java, especially Banyuwangi Regency, tourist attractions are increasing so that supervisors of tourist attractions have creativity and ideas to promote their tourist attractions to the intended target audience. Therefore, the role of this promotional video is very influential in promoting tourist attractions in order to attract the interest of the target audience. The concept of videography uses cinematic techniques so that later the results of the video will be uploaded on the author's YouTube and Instagram social media. This design method uses primary data and secondary data in which data collection uses qualitative methods. The conclusion from the design is to get visual results in the form of a promotional video. This design is also supported by several supporting media such as acrylic key chains, t-shirts, tote bags, stickers, and hats.

Keywords: videography, Cinematic videography, as a promotional media, supporting media.

I. PENDAHULUAN

1. Latar Belakang

Pengembangan pemasaran pariwisata merupakan program utama Direktorat Jenderal Pemasaran Pariwisata dengan enam kegiatan pokok, yaitu pengembangan pasar dan informasi pariwisata, peningkatan promosi pariwisata luar negeri, peningkatan pencitraan Indonesia, peningkatan minat khusus, koveni, insentif dengan event, serta dukungan manajemen dan tugas teknis pengembangan pemasaran pariwisata lainnya. Fungsi objek wisata dan sarana pariwisata sangat besar bagi suatu daerah kabupaten/kota. Salah satu fungsi tersebut adalah memberi pelayanan ruang public untuk rekreasi, hiburan, olahraga santai, dan dapat memberikan peluang lapangan kerja dengan kesempatan berusaha disektor objek wisata diberbagai sektor antara lain dagang, angkutan, hiburan, jasa, telekomunikasi dan sebagainya. Salah satu sektor pariwisata yang ada di Indonesia terutama berada di ujung Pulau Jawa yaitu Kabupaten Banyuwangi. Kabupaten Banyuwangi merupakan daerah yang memiliki berbagai macam potensi wisata baik potensi alam, budaya maupun buatan. Banyaknya daya Tarik wisata yang bisa dikunjungi oleh wisatawan, jumlah kunjungan wisatawan domestic yang dating ke Kabupaten Banyuwangi pada tahun 2016 adalah sekitar 4,1 juta sedangkan wisatawan mancanegara sekitar 74 ribu dan hal ini meningkat dari tahun 2010 (Mahangangga 2008).

Banyuwangi sendiri terkenal dengan tempat wisata pantainya yang sangat indah. Banyak para wisatawan baik domestic dan mancanegara yang mengunjungi pantai hanya karena penasaran dengan indahnya pantai Banyuwangi. Banyuwangi sendiri berada di bagian ujung timur pulau jawa dengan lokasi pesisirnya dekat dengan pantai. Wilayah pesisir mempunyai potensi sumberdaya alam yang beragam dan melimpah, sehingga dimanfaatkan dalam pemenuhan kebutuhan masyarakat untuk mencari ikan dan tempat wisata dan rekreasi. Ekowisata bahari merupakan kegiatan wisata pesisir dan laut yang dikembangkan melalui pendekatan konservasi laut. Ekowisata merupakan wisata berorientasi pada lingkungan untuk menjembatani kepentingan perlindungan sumber daya alam / lingkungan dan industry kepariwisataan (Yulianda 2007).

Ada banyak pantai yang sering dikunjungi oleh para wisatawan karena keindahannya dan keunikannya. Dilihat dari Banyuwangi bagian utara terdapat Pantai Watu Dodol, Pantai Plengkung, Pantai Trianggulasi, Pantai Boom, Pantai

Grajagan, Pantai Pancur, Pantai Ngagelan, Pantai Cacalan, Pantai Santen, Pantai Bangsring, Pulau Tabuhan, dan Pulau Menjangan. Untuk pantai yang berada di bagian selatan Banyuwangi yaitu Pualu Merah (*Red Island*), Pantai Teluk Hijau (*Green Bay*), Pantai Wedi Ireng, Pantai Sukamade, Pantai Mustika, Pantai Parangkursi, Pantai Rajegwesi, Pantai Lampon dan Pantai Parang Semar. Di ujung paling selatan dari Kabupaten Banyuwangi terdapat banyak keindahan dari berbagai pantai yang indah, salah satu diantaranya adalah pantai Parang Semar. Pantai Parang Semar merupakan pantai yang terletak di wilayah Banyuwangi bagian selatan. Wisata ini berada di Dusun Purwosari, Desa Buluagung, Kecamatan Pesanggaran yang lokasinya langsung menghadap pantai selatan yang juga memberikan kesan sejuk dengan tiupan angin laut yang sepoi. Sebagai destinasi wisata di wilayah Banyuwangi, Pantai Parang Semar bisa dikatakan masih baru (Jayadi, 2020).

Pantai Parang Semar merupakan pantai yang baru dibuka dan diresmikan oleh Camat Desa Siliragung pada tanggal 28 Juni 2019 di Dusun Purwosari Desa Buluagung, Kecamatan Siliragung. Pantai Parang Semar dulunya hanya dijadikan sebagai tempat pembuangan sampah oleh masyarakat sekitar Desa Purwosari. Dari kejadian itu adanya kesadaran masyarakat dan ditambah nasehat dari pendeta gereja Desa Purwosari, masyarakat bergotongroyong untuk membersihkan sampah yang ada di pinggir Pantai Parang Semar. Karena Desa Purwosari hampir tidak pernah dijajah oleh masyarakat luar Desa Purwosari. Selain infrastruktur jalan kurang mendukung, juga pembangunan belum merata. Namun kini akses jalan ke Desa Purwosari mulai diperbaiki dengan aspal hotmix. Masyarakat di Desa Purwosari bahu membahu untuk perbaikan akses jalan dan perbaikan di Pantai Parang Semar itu sendiri. Dari perbaikan infrastruktur, perekonomian masyarakat Desa Purwosari mulai bergeliat. Pantai Parang Semar ini sangat menjual pemandangan yang eksotis karena bentuk batu karangnya yang mirip dengan tokoh pewayangan yaitu Semar. Pantai Parang Semar sangat diminati para wisatawan lantaran masih alami. Namun tidak semua wisatawan mengetahui keindahan yang tersembunyi di Pantai Parang Semar ini karena lokasinya yang jauh dari pusat kota Banyuwangi. Wisatawan yang datang di Pantai Parang Semar juga cenderung sedikit dibandingkan dengan Pantai Pulau Merah. Hal ini disebabkan daya tarik dan perkembangan dari masyarakat sekitar Pantai Pulau Merah lebih cepat dan memiliki pemandangan yang indah dari pulau kecil yang ada di pinggir bibir pantai (Kabarjawatimurdotcom 2020).

II. METODE PERANCANGAN

Metode yang diterapkan guna mempermudah dalam mencari informasi dan menambah wawasan dalam menyusun “Perancangan Video Promosi Pantai Parang Semar sebagai Tempat Wisata Keluarga” menggunakan metode penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang temuan-temuannya tidak diperoleh melalui prosedur statistik atau bentuk hitungan lainnya dan berusaha memahami dan menafsirkan makna suatu peristiwa interaksi tingkah laku manusia dalam situasi tertentu menurut perspektif peneliti sendiri, (Syafnidawaty, 2020 “Penelitian Kualitatif”). Penelitian Kualitatif adalah penelitian yang digunakan untuk menyelidiki, menemukan, menggambarkan, dan menjelaskan kualitas atau digambarkan melalui pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2011), metode penelitian kualitatif adalah

metode penelitian yang berlandaskan pada kondisi obyek yang alamiah, (sebagai lawannya eksperimen) di mana penelitian adalah sebagai instrumen kunci, pengambilan sampel sumber data yang dilakukan secara *purposive* dan *snowball*, teknik pengumpulan dengan triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif atau kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi (Saryono, 2010).

1. METODE PENGUMPULAN DATA

Metode yang tepat dalam memperoleh informasi atau data untuk “Perancangan Video Promosi Pantai Parang Semar sebagai Tempat Wisata Keluarga” dengan metode kualitatif. Metode yang tepat untuk perancangan ini dapat melalui observasi, survei, dan wawancara. Untuk mendapatkan data yang lebih lengkap melakukan survei ke lokasi langsung dan mendapatkan informasi dari warga sekitar yang bertempat tinggal di sekitar Pantai Parang. Dari semua data yang terkumpul akan di jadikan satu laporan yang tetap bersumber kepada fakta dan teori yang ada (Prastowo; 2011). Observasi adalah teknik pengumpulan data melalui pengamatan terhadap objek pengamatan dengan langsung hidup bersama, merasakan, serta berada dalam aktivitas. Survei yang dilakukan menggunakan metode pengumpulan data yang sesuai dengan keadaan atau fakta untuk “Perancangan Video Promosi Pantai Parang Semar sebagai Tempat Wisata Keluarga” gunanya melakukan survei ini untuk mengetahui lebih jelas fakta yang terjadi di Pantai Parang Semar guna untuk memperjelas saat pembuatan video promosi yang nantinya akan Pantai Parang Semar cocok untuk lokasi tempat berwisata dengan keluarga. Wawancara gunanya untuk mendapatkan informasi langsung dari warga sekitar Pantai Parang Semar mengenai fakta yang terjadi di warga. Dari wawancara beberapa warga masyarakat sekitar Pantai Parang Semar akan disimpulkan menjadi satu gagasan atau satu hasil yang nantinya akan di kembangkan di video promosi.

2. METODE KONSEP

Metode konsep yang digunakan dalam perancangan ini menggunakan metode konsep perencanaan kreatif. Konsep perencanaan kreatif merupakan konsep untuk menciptakan hal baru, dalam konteks ini adalah pesan. Pesan kreatif mencakup pesan secara visual dalam desain komunikasi visual (Sanyoto; 2006). Tujuan kreatif merupakan pengaruh atau pesan yang ingin ditanamkan pada *target audience* melalui produk atau iklan yang dirancang. Pengaruh dari tujuan kreatif dapat berupa pesan yang hendak disampaikan ataupun respon yang diinginkan terjadi pada *target audience* terhadap perancangan yang dibuat nantinya. Dalam perancangan Tugas Akhir ini akan digunakan tujuan kreatif produk rintisan yang berfokus pada tahap pengenalan dan pemahaman (*awareness*) (*awareness and knowledge*) dari perancangan yang dihasilkan (Sanyoto; 2006). Strategi kreatif adalah kebijakan-kebijakan yang dilakukan terhadap paduan kreatif (isi dan bentuk pesan), yang disusun berdasarkan target *audience* karena pada dasarnya target *audience* yang menentukan isi dan bentuk dari suatu pesan yang akan disampaikan. Titik berat dalam strategi kreatif adalah menentukan target *audience* kreatif dan menetapkan isi

serta bentuk pesan yang akan disampaikan kepada target *audience* untuk memenuhi kebutuhan tujuan kreatif. Isi pesan merupakan ide-ide yang akan disampaikan kepada target *audience*, sedangkan bentuk pesan adalah visualisasi dari isi pesan yang dikemas agar menarik minat target *audience* (Sanyoto; 2006).

Proses program kreatif merupakan realisasi dari strategi kreatif dengan melakukan pendataan kebutuhan elemen-elemen desain komunikasi visual dalam suatu perancangan kreatif. Pada bagian ini dilakukan pendataan ulang terhadap pokok-pokok kreatif dari pesan kreatif (isi dan badan pesan) yang digunakan sebagai dasar umum dalam perancangan. Hal-hal tersebut bisa berupa: *headline* (beberapa kemungkinan judul dan tema), konsep perancangan; *script* dari video, dan *tone* warna yang digunakan pada foto nantinya (Sanyoto; 2006). Metode analisis berupa 5W + 1H (Prastowo; 2011). Metode ini mampu menjawab permasalahan sosial yang ada dikalangan masyarakat terkhususnya beberapa keluarga yang senang dan sering berwisata di pantai yang ada di Banyuwangi terkhususnya di daerah Banyuwangi bagian selatan yaitu Pantai Parang Semar melalui "Perancangan Video Promosi Pantai Parang Semar sebagai Tempat Wisata Keluarga". Hal ini dilakukan dikarenakan banyak para wisatawan yang belum mengetahui indahnya dan keasrian yang ada di Pantai Parang Semar. Hasil dari video promosi ini ditargetkan untuk keluarga yang menyukai berwisata di pantai-pantai terkhususnya pantai yang berada di Banyuwangi. Dari ini juga adalah salah satu solusi untuk mengenalkan Pantai Parang Semar kepada masyarakat atau keluarga sebagai tempat berwisata yang nyaman dan susananya yang cocok untuk berfoto karena keindahan yang tersembunyi dengan cara membuat video promosi Pantai Parang Semar sebagai Tempat Wisata Keluarga. Analisis pertanyaan "apa" (*what*) membahas keunikan yang dapat menjadi daya tarik dari Pantai Parang Semar. Untuk pertanyaan "dimana" (*where*) membahas tentang lokasi dari Pantai Parang Semar. Untuk pertanyaan "kapan" (*when*) membahas tentang asal mula dibukanya Pantai Parang Semar sebagai tempat wisata. Untuk pertanyaan "siapa" (*who*) membahas tentang video promosi ini akan ditunjukkan kepada siapa. Untuk pertanyaan "mengapa" (*why*) membahas tentang alasan Pantai Parang Semar sebagai tempat wisata keluarga. Untuk pertanyaan "bagaimana" (*how*) membahas tentang cara pembuatan video promosi Pantai Parang Semar sebagai tempat wisata keluarga.

Dari beberapa uraian analisis dapat diperoleh sintesis konsep sebagai panduan dalam "Perancangan Video Promosi Pantai Parang Semar sebagai Tempat Wisata Keluarga" dengan beberapa data-data pendukung yang nantinya akan diuraikan lebih lanjut di bagian perancangan. Setelah data selesai dianalisa, data akan digunakan sebagai bahan untuk menyusun konsep perancangan. Data yang telah siap akan disintesis untuk mendapat keselaran dengan tema rancangan. Sintesis merupakan perpaduan dari permasalahan pada latar belakang perancangan dengan data yang telah dirangkum ke dalam analisis. Sintesis berguna dalam pengambilan keputusan atau kebijakan dalam perancangan selanjutnya (Sanyoto; 2006). Biaya kreatif merupakan segala biaya yang dikeluarkan dalam perencanaan dan perancangan yang dilakukan. Biaya kreatif menyangkut biaya produksi dan penggandaan produk yang dihasilkan seperti biaya cetak dan biaya-biaya lain yang dibutuhkan agar perancangan dapat selesai secara optimal (Sanyoto; 2006). Dalam perancangan konten visual ini biaya kreatif yang dimaksud adalah persewaan alat-alat seperti

kamera dan lensa agar dapat menghasilkan hasil yang baik nantinya dan biaya untuk *merchandise*.

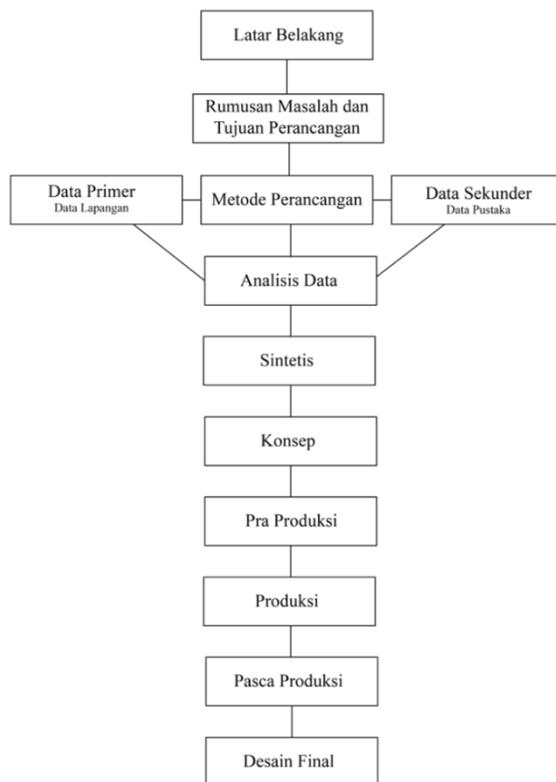
3. KONSEP PERANCANGAN

Media videografi merupakan konten visual untuk media promosi Pantai Parang Semar, dirancang dalam sebuah video yang akan di *unggah* di Youtube dan *feeds* Instagram dari Pantai Parang Semar. Untuk pembuatan video promosi menggunakan teknik-teknik dari videografi. Target dari perancangan ini adalah pembuatan video promosi berdurasi 2-5 menit yang ditujukan untuk para wisatawan. Untuk mewujudkan perancangan konten visual yang dapat menjawab permasalahan, maka diperlukannya berbagai strategi maupun konsep perancangan yang dapat memenuhi segala aspek yang diinginkan dan dapat bermanfaat bagi target perancangan. Konsep perancangan adalah tahapan yang sangat penting karena ditahap inilah akan ditentukan hasil dari perangan. Konsep perancangan ini terdiri dari konsep pesan dan konsep visual.

Konsep pesan Berdasarkan data dari analisis data yang didukung dengan teori-teori yang telah dijabarkan, maka konsep pesan akan menjadi acuan dalam perancangan ini. Konsep pesan merupakan sebuah isi yang akan disampaikan, yaitu mengenai sebuah videografi promosi dapat menarik minat masyarakat saat dijadikan sebagai video promosi untuk media promosi.

Konsep visual pada perancangan konten visual ini menggunakan teknik video adalah cinematic agar memberikan kesan dramatis dan menampilkan sisi keindahan dari objek itu sendiri. Dalam perancangan konten visual ini setelah beberapa konten suasana telah selesai, akan diunggah di akun youtube. Pra produksi dalam bagian ini akan dilakukan pengerjaan visual pada perancangan konten visual sebagai media promosi Pantai Parang Semar. Tahap yang akan dilalui adalah mencari talent sebagai media pendukung dalam pengambilan video dan mempersiapkan alat pendukung untuk pengambilan video seperti, kamera drone, kamera Canon, dan beberapa kebutuhan tambahan saat pengambilan video. Produksi pada tahap ini akan dilakukan sesi video yang melibatkan beberapa talent di lokasi. pengambilan video akan dilakukan sesuai dengan konsep yang telah dibuat pada tahap pra produksi. Pasca produksi adalah hasil dari videografi tersebut akan masuk ketahap pasca produksi atau proses editing yang menggunakan *software* di komputer. *Software* editing yang akan digunakan adalah Adobe Premiere dan Adobe After Effect untuk editing video dan penambahan beberapa typography dan efek yang dibutuhkan. Final adalah hasil akhir dari sebuah konten visual sebagai media promosi yang siap untuk diluncurkan dan sudah melalui proses pemilihan *editing* dengan *color grading*. Desain final dari perancangan konten visual ini berupa hasil video yang akan di unggah di media sosial baik Instagram atau Youtube.

BAGAN ALIR PERANCANGAN



Gambar 1. Bagan Alir Perancangan

Strategi perancangan terdiri dari dua kata yaitu strategi dan perancangan, yang masing-masing kata mempunyai pengertian tersendiri. Strategi adalah cara yang ditetapkan untuk mencapai sebuah tujuan. Sedangkan perancangan adalah suatu aktivitas pembuatan usulan-usulan yang merubah sesuatu yang telah ada menjadi sesuatu yang lebih baik. Dari pengertian tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa strategi perancangan adalah cara yang ditetapkan untuk membuat sesuatu yang lebih baik untuk mencapai tujuan. Strategi yang digunakan dalam “Perancangan Video Promosi Pantai Lampon sebagai Tempat Wisata Keluarga” adalah *cyclic strategy* atau strategi berputar. Hal tersebut dikarenakan tahap yang telah hierarki tertentu selama proses pembuatan video promosi mulai dari pra produksi, produksi, hingga pasca produksi bukan hanya berjalan secara lancar, diperlukan peninjauan kembali dari beberapa tahap untuk menampung umpan balik agar memperoleh hasil perancangan yang ideal.

III. HASIL DAN ANALISI DATA

Metode pengumpulan data yang dipergunakan dalam perancangan konten visual menjadi media promosi Pantai Parang Semar ialah observasi, wawancara, serta dokumentasi. Observasi dilakukan pada objek penelitian yaitu lokasi Pantai Parang Semar serta target pengunjung Pantai Parang Semar. Wawancara dilakukan kepada pengurus dan pengunjung Pantai Parang Semar yang sering berwisata di pantai. Selanjutnya dokumentasi dilakukan waktu observasi di Pantai Parang Semar terhadap aktivitas serta suasana pada pantai. Data-data tersebut berupa transkrip wawancara dan dokumentasi foto yang berguna untuk memilih konsep

perancangan konten visual. Pantai Parang Semar merupakan pantai yang mempunyai keunikan tersendiri dari batu karangnya yang membentuk sesosok tokoh wayang yaitu Semar. Pantai Parang Semar ini berada di Dusun Purwosari, Desa Buluagung, Kecamatan Siliragung, Banyuwangi, Jawa Timur. Dari asal mula Pantai Parang Semar yaitu, dulunya hanya kawasan pembuangan sampah oleh masyarakat Desa Purwosari. Ada juga sampah yang terbawa arus sungai Kali Baru menuju ke Pantai Parang Semar. Berasal dari beberapa tumpukan sampah yang terdapat pada pantai, membuat Pantai Parang Semar terlihat sangat kumuh serta tidak terawat. Untuk akses jalan menuju Pantai Parang Semar sendiri sangat tidak mendukung karena jalan yang berlubang. Seiring berjalannya waktu Pantai Parang Semar mulai berkembang dengan baik. Hal ini berawal dari salah satu warga bernama Bapak Sutar yang berinisiatif untuk mengajak beberapa warga Desa Purwosari untuk membersihkan Pantai Parang Semar dikarenakan sudah terjadi abrasi di pantai tersebut. Bersama-sama warga Desa Purwosari dan dibantu beberapa para remaja GKJW Purwosari untuk membersihkan sampah yang ada di Pantai Parang Semar. Mereka saling bergotong royong untuk membersihkan sampah dan menanam pohon di area dekat pantai agar mengurangi abrasi dari air pantai dan pertemuan air sungai. Dengan dukungan dari pendeta GKJW Purwosari, warga Desa Purwosari atau para jemaat GKJW Purwosari untuk berlomba dan bergotong royong membangun gazebo di pinggir pantai untuk tempat berteduh para pengunjung pantai. Akses jalan menuju Pantai Parang Semar yang dulunya rusak dan banyak lubang, sekarang sudah diperbaiki dan diaspal menggunakan aspal hotmix. Untuk dana yang didapat untuk membangun fasilitas di pantai ini didapat dari uang persembahan dari warga atau jemaat GKJW Purwosari.

Menurut Bapak Sutar mengapa mengembangkan Pantai Parang Semar sebagai tempat wisata karena Parang Semar memiliki keunikan tersendiri dan dianggap sakral bagi warga sekitar karena batu karangnya yang membentuk sosok wayang yaitu Semar. Selain keunikan batu karangnya, ada juga keunikan dari muara yang ada di pantai. Ada dua sungai yang bertemu kearah pantai, yaitu Sungai Bangau dan Sungai Kali Baru yang masing-masing memiliki keunikan tersendiri. Sungai Bangau memiliki keunikan dari lekak lekok sungainya yang mirip dengan lekak lekok Sungai Amazon di Amerika Selatan. Yang kedua Sungai Kali Baru memiliki keunikan yaitu arusnya yang sangat deras, hal ini yang membuat banyak sampah yang datang ke Pantai Parang Semar. Untuk dua sungai ini memiliki hilir yang berakhir di Pantai Parang Semar. Hal ini merupakan hal yang sakral dan menurut Bapak Sutar selaku pengurus dan pendiri dari Pantai Parang Semar nantinya Pantai Parang Semar dijadikan untuk pelarungan bagi umat Hindu di sekitar pantai. Pantai Parang Semar dibuka dan diresmikan oleh Camat Desa Siliragung pada tanggal 28 Juni 2019 di Dusun Purwosari, Desa Buluagung, Kecamatan Siliragung. Tetapi Pantai Parang Semar sempat ditutup karena masa covid-19 yang membuat tidak adanya pengunjung yang datang dan sepi. Karena ditutupnya Pantai Parang Semar kurang lebih hampir 2 (dua) tahun membuat beberapa fasilitas di pantai rusak dan pantai kembali kotor. Namun dengan semangat dari Bapak Sutar dengan pendeta GKJW Purwosari mengajak kembali warga untuk membersihkan kembali pantai dan memperbaiki beberapa fasilitas yang rusak dan membangun tambahan fasilitas di pantai seperti warung untuk berjualan oleh warga sekitar pantai. Pantai Parang Semar mulai aktif kembali pada awal tahun 2022 hingga sekarang.

Dari pihak pengurus masih mengembangkan beberapa fasilitas di pantai seperti perbaikan warung-warung, adanya alat untuk penghitungan pengunjung yang masuk, alat karcis masuk yang sudah menggunakan mesin, dan terakhir di bulan Agustus tahun 2022 adanya gambar mural untuk lomba agustusan oleh Bupati Banyuwangi.

Analisis data merupakan suatu proses mengolah data menjadi informasi baru yang bertujuan agar karakteristik data mudah dimengerti dan sebagai solusi bagi suatu permasalahan, khususnya berkaitan dengan penelitian (Dqlab, 2022). Dari data yang didapat dalam proses pengumpulan data, sosial media merupakan salah satu media promosi yang memiliki nilai yang tinggi di era sebagai media promosi suatu usaha. Dengan menggunakan konten visual yang baik, merupakan hal penting untuk melakukan promosi pada sosial media dengan konten yang digunakan berupa videografi. Hal tersebut sangat mendukung dalam memasarkan atau memperkenalkan sebuah usaha atau promosi pariwisata ke sosial media. Begitu juga dengan para narasumber pengguna sosial media seperti Instagram, Youtube, TikTok, dan Facebook. Dari wawancara yang telah dilakukan, mereka lebih tertarik untuk mengunjungi suatu tempat wisata yang memiliki video promosi atau viral di Instagram, Youtube, TikTok, hingga Facebook dengan suguhan video yang *aesthetic* dan cara pengambilan gambarnya yang menarik. Dari data yang telah dianalisis, dilakukan sintesis konsep untuk menyusun perancangan konten visual sebagai media promosi Pantai Parang Semar di Kabupaten Banyuwangi. Pada konten visual ini akan berfokus pada videografi pemandangan dan suasana disekitar pantai. Untuk konsep videografi berupa pemandangan sawah sebelum memasuki ke arah pantai, pemandangan pintu masuk dan tempat parkir hingga pemandangan laut dan batu karang yang bentuknya mirip dengan tokoh pewayangan yaitu Semar. Videografi ini juga menunjukkan suasana di tiket masuk Pantai Parang Semar dan suasana pengunjung yang ada di pinggir pantai yang menikmati suasana sambil bersenda gurau bersama keluarga dan sanak saudara.

Tujuan kreatif adalah pesan yang ingin ditanamkan pada target audiens melalui konten visual yang dirancang sehingga mendapatkan respon yang sesuai dari pesan yang akan disampaikan. Tujuan kreatif dari perancangan konten visual sebagai media promosi Pantai Parang Semar di Kabupaten Banyuwangi ini adalah video promosi yang nantinya akan mewakili keindahan tersembunyi yang dimiliki Pantai Parang Semar sendiri. Terlebih didukung dengan kualitas videografi yang baik, calon pengunjung akan semakin yakin dengan keindahan yang ditawarkan oleh pantai tersebut. Jika calon pengunjung sudah merasa yakin dengan pantai tersebut, peluang untuk banyaknya pengunjung yang datang ke pantai tersebut. Kemudian tujuan dirancang media promosi berbasis video promosi yang nantinya akan diperkenalkan atau dipasarkan secara online agar dapat menjangkau pengunjung dari luar Kabupaten Banyuwangi hingga pengunjung mancanegara. Metode pemasaran online sangat digemari saat ini karena kemudahan dan efisiensinya hanya dengan menggunakan *smartphone*.

Strategi kreatif merupakan bagian sangat penting dalam proses periklanan. Strategi kreatif adalah suatu proses untuk mengkomunikasikan pesan yang nantinya akan disampaikan melalui pendekatan gambar (visual) atau kata (verbal). Didalam strategi kreatif, suatu pesan iklan harus bisa menginformasikan dan mengkomunikasikan tujuannya secara efektif, informatif, dan komunikatif (Suprpto, Ratno, 2019). Strategi kreatif harus dirancang untuk menggali segala sesuatu

mengenai fakta dan menyusun kedalam gagasan kreatif yang mampu menciptakan promosi. Namun dengan demikian, untuk memperoleh strategi kreatif harus berdasarkan fakta. Secara sederhana merencanakan strategi kreatif sebuah periklanan adalah proses membuat strategi untuk mencapai tujuan melalui iklan yang dirancang. Tujuan pokok strategi kreatif periklanan adalah agar iklan dapat menampilkan iklan yang lebih kreatif sehingga berhasil meraih tujuan sebagaimana yang diharapkan secara maksimal (Kertamukti, Rama, 2015).

1. Target Audiens

Beberapa hal yang dilakukan dalam pengumpulan data terhadap target audiens dari usia 7 sampai 70 tahun yang ada di Kabupaten Banyuwangi. Target audiens yang dimaksud yaitu pelajar atau mahasiswa dan keluarga yang cenderung sering jalan – jalan atau berekreasi di pantai dan aktif di dalam media sosial seperti Instagram, Youtube, dan Facebook. Terdapat beberapa keluarga sebagai target audiens dengan melihat dari demografis, geografis, *behavior*, psikografis. Demografis dengan usia 7 sampai 70 tahun, laki-laki, perempuan, pelajar, mahasiswa, dan pekerja. Geografis berada di Kecamatan Pesanggaran, Kabupaten Banyuwangi, Jawa Timur. *Behavior* merupakan perilaku aktif di media sosial seperti Youtube, Instagram, dll. Psikografis biasanya masyarakat yang sering berwisata di pantai bersama keluarga. Berdasarkan segmentasi diatas, pengumpulan data yang diperoleh dari narasumber yaitu target audiens yang berdomisili di Kabupaten Banyuwangi yaitu beberapa kepala keluarga dan beberapa mahasiswa yang memiliki kebiasaan dan gaya hidup bermain di alam, ataupun ingin *photoshoot* di pinggir pantai yang dilihat dari aktifitas media sosial seperti Instagram atau Facebook. Narasumber juga mengungkapkan bahwa mereka menyukai beberapa pantai yang dilihat dari kenyamanan, kebersihan dan beberapa fasilitas yang diberikan oleh pihak pengurus pantai. Mereka juga mengungkapkan beberapa sisi keindahan dari berbagai pantai yang sudah mereka kunjungi baik dari segi keindahannya untuk diabadikan di posting di media sosial. Narasumber juga menjelaskan bahwa kenyamanan dan kebersihan adalah bagian nomor satu untuk sebuah tempat wisata seperti pantai ini dan juga harga tiket yang dominan lebih terjangkau dikarenakan tidak semua yang datang ke pantai adalah orang yang sudah bekerja atau berpenghasilan sendiri. Karena kebanyakan yang datang ke pantai atau hendak berwisata ke pantai adalah para pelajar, mahasiswa yang belum mempunyai pekerjaan sendiri. Narasumber menjelaskan pentingnya fasilitas yang diberikan oleh pihak pengelola pantai juga penting seperti fasilitas tempat parkir yang luas, kamar mandi, dan adanya warung kecil yang menyediakan makanan baik makanan ringan atau berat untuk para pengunjung pantai, dan tempat berteduh atau duduk untuk para pengunjung yang datang ke pantai. Narasumber juga menjelaskan mengetahui beberapa wisata pantai yang ada di Kabupaten Banyuwangi melalui Youtube.

2. Program Kreatif

Program kreatif merupakan realisasi dari strategi kreatif yang telah dibuat. Data tersebut meliputi kebutuhan elemen – elemen Desain Komunikasi Visual yang dibutuhkan dalam perancangan yang akan dijelaskan sebagai berikut, Instagram reels Penggunaan sosial media Instagram sebagai media

promosi *online* Pantai Parang Semar, memerlukan konten visual yang diupload pada Instagram *Reels* penulis yang menayangkan unggahan singkat video *cinematic* yang telah melalui tahap *editing* dengan tone warna / *color grading* yang menarik, youtube adalah banyak masyarakat yang mengetahui suatu tempat wisata melalui media sosial seperti Youtube. Youtube ini nantinya digunakan sebagai media promosi Pantai Parang Semar dari konten visual yang di *upload* di Youtube milik penulis.

Konten visual ini berisi video *cinematic* full untuk memperlihatkan keindahan, kebersihan, maupun pelayanan dari pantai yang diberikan oleh pengurus Pantai Parang Semar, TikTok sebagai media pemberi info atau media pencari beberapa info. TikTok tidak hanya menampilkan video hiburan seperti jogetan viral, TikTok juga sekarang dijadikan sumber informasi bagi masyarakat selain informasi dari televisi, koran dan youtube. Karena banyak pengguna TikTok mulai dari anak-anak sampai dewasa hingga para lansia juga menggunakan TikTok baik untuk media penghibur hingga mendapatkan informasi yang dibutuhkan. Maka dari itu penulis menggunakan TikTok sebagai media untuk mengupload konten visual yang berisi cuploan video *cinematic* yang memperlihatkan keindahan dari Pantai Parang Semar.

3.Pra Produksi

Tahap pra produksi adalah tahap pencarian data awal oleh penulis yang menjadi pedoman melakukan tahap produksi. Data yang didapatkan kemudian dijadikan bahan untuk menentukan alur dari konten visual sebagai media promosi yang akan dirancang. Sebelum masuk ketahap produksi konten visual ini ada beberapa yang harus dipersiapkan.

4.Naskah

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia atau KBBI, pengertian naskah adalah karangan yang masih ditulis dengan tangan dan belum diterbitkan. Akan tetapi di era modern sekarang, naskah tidak ditulis manual melainkan diketik diperangkat digital menggunakan aplikasi khusus, seperti *Google Document* atau *MicrosoftWord*.

Tabel 1. Naskah

Opening	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengambilan suasana pagi hari dari balik daun-daun dipohon dan cahaya dari matahari. 2. Animasi munculnya peta Kabupaten Banyuwangi sebagai petunjuk lokasi pantai. 3. Pengambilan video mobil melewati hamparan sawah dan perkebunan sebelum memasuki area pantai menggunakan kamera drone.
---------	---

	<ol style="list-style-type: none"> 4. Pengambilan gambar saat mobil pengunjung memasuki gapura area tiket masuk pantai. 5. Pengambilan gambar mobil masuk ke loket. 6. Shot replikas batu karang parang semar. 7. Pengambilan gambar orang-orang yang sedang bersantai dan warung-warung dipinggir pantai.
Narasi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Terdapat pantai yang tersembunyi dipaling ujung selatan Kabupaten Banyuwangi dengan hamparan persawahan dan perkebunan yang luas. 2. bersama keluarga, dengan tempat Pantai Parang Semar ini sangat nyaman dan cocok sebagai tempat berlibur yang masih asri dan bersih
Middle Early	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengambilan gambar sungai yang terhubung dengan pantai. 2. Pegambilan gambar muara yang terhubung dengan Pantai Parang Semar. 3. Shot <i>high angle</i> satu keluarga yang lari mendekati pinggir pantai. 4. Shot <i>bird eye view</i> suasana pantai. 5. Shot <i>long shot</i> batu karang Parang Semar. 6. Shot <i>bird eye view</i> dengan kamera drone Parang Semar.

Narasi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Adanya keindahan tersembunyi dari dua sungai yang bertemu di muara pantai 2. Para pengunjung sangat menikmati suasana pantai 3. Pantai Parang Semar
Ending	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengambilan gambar sunset dari pinggir pantai. 2. Pengambilan gambar sunset dari arah muara pantai Parang Semar. 3. Suasana pantai yang indah dengan cahaya senja.
Narasi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Suasana yang masih asri sangat dinikmati oleh para pengunjung 2. Keindahan yang disuguhkan sangat memukau para pengunjung yang datang 3. Tidak hanya menyuguhkan keindahan alamnya, pantai parang semar juga menyuguhkan keindahan saat sunset

5.Konsep Perancangan

Berdasarkan survey yang dilakukan, penulis memperoleh gambaran konsep konten visual videografis yang akan divisualisasikan dalam jenis video yaitu *cinematic* durasi 2 menit untuk tayangan di Youtube dan 1 menit untuk tayangan *reels* Instagram dengan menekankan bagian keindahan dari Pantai Parang Semar. Sehingga pada tahap pra produksi videografi ini memerlukan adanya konsep perancangan agar memudahkan penentuan alur saat take video.

6.Produksi

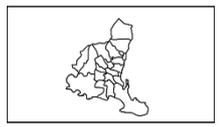
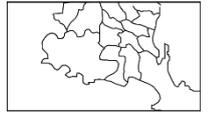
Pada tahap produksi adalah suatu proses kreatif yang melibatkan beberapa penggunaan peralatan dan koordinasi dari sekelompok individu yang memiliki kemampuan untuk mengkomunikasikan pikiran dan perasaan dalam sebuah projek video. Pada tahap produksi konten visual videografi ini, penulis melakukan *shooting* video pada tanggal 19 Juni 2022 mulai pukul 10.00 sampai 17.00 yang berlokasi di Pantai Parang Semar Kabupaten Banyuwangi. Untuk jenis video yang direncanakan adalah *cinematic*. Dari video ini membutuhkan talent berupa satu keluarga sebagai media pendukung, mobil, dan tambahan interaksi seseorang yang

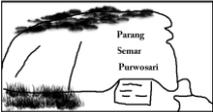
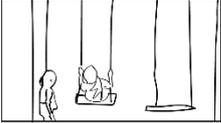
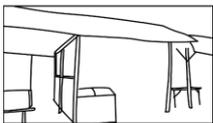
sedang berinteraksi dalam video tersebut. Kemudian isi dari laporan tugas akhir pada tahap produksi ini meliputi penjelasan *scene* pada masing – masing video sesuai dengan konsep perancangan yang telah dibuat. Penjelasan *scene* tiap video berisikan keterangan tentang kegiatan yang sedang dilakukan atau hal yang sedang terjadi, *scene – scene* pada masing – masing video di *screenshot* untuk menunjukkan *scene* yang paling utama pada tiap video. *Equipment* merupakan salah satu hal yang penting dalam menghasilkan sebuah gambar. Penggunaan *equipment* yang semakin bagus makan akan mendukung proses pengambilan gambar semakin baik. Ada beberapa *equipment* yang digunakan dalam perancangan konten visual sebagai media promosi Pantai Parang Semar, antara lain Drone Dji Phantom 4 Pro, SanDisk Ultra 16 GB, SanDisk Ultra 8 GB micro sd, Canon EOS 1500D, Asus X555Q dan beberapa talent pendukung.

7.Storyboard

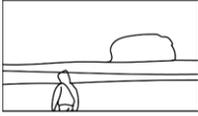
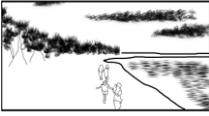
Storyboard adalah kumpulan sketsa gambar yang disusun sesuai urutan sehingga dapat mempermudah perancangan. Storyboard juga diartikan sebagai sebuah ide cerita dalam bentuk gambar yang berurutan. Hal ini dapat mempermudah perancangan dalam melakukan pengambilan gambar dalam sesi pengambilan video. Terdapat storyboard untuk video cinematic.

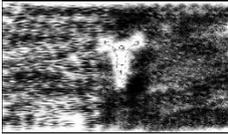
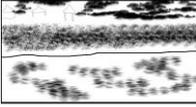
Tabel 2. Storyboard

	<p>View : <i>opening</i> dengan judul dari video dan menampilkan logo universitas Ma Chung, Pesona Indonesia dan Kabupaten Banyuwangi.</p> <p>Kamera : -</p>
	<p>View : pengambilan gambar pada dedaunan yang membelakangi suasana langit yang cerah</p> <p>Kamera : menggunakan tehnik Low Angel</p>
	<p>View : muncul gambar dari peta Kabupaten Banyuwangi</p> <p>Kamera : -</p>
	<p>View : <i>zoom</i> pada bagian paling selatan Kabupaten Banyuwangi untuk menunjukkan lokasi dari pantai.</p> <p>Kamera : -</p>

	<p>View : memperlihatkan mobil yang melewati hamparan sawah yang luas saat ingin menuju pantai.</p> <p>Kamera : menggunakan tehnik Bird Eye View</p>		<p>View : pengambilan gambar muara.</p> <p>Kamera : Bird Eye Level, Crab</p>
	<p>View : memperlihatkan hamparan kebun yang luas saat mobil pengunjung hendak memasuki gapura loket pantai.</p> <p>Kamera : menggunakan tehnik Bird Eye View, Dolly Out.</p>	  	<p>View : memperlihatkan orang – orang yang sedang menikmati suasana pantai dan bersantai bersama keluarga dan teman.</p> <p>Kamera : Eye Level, Panning Still.</p>
	<p>View : mobil masuk dan disambut dengan penjaga loket pantai.</p> <p>Kamera : Eye Level, Panning Still.</p>	 	<p>View : memperlihatkan orang – orang yang sedang menikmati suasana pantai dan bersantai bersama keluarga dan teman.</p> <p>Kamera : Eye Level, Panning Still.</p>
	<p>View : menunjukan replika dari batu karang Parang Semar.</p> <p>Kamera : Bird Eye View, Panning Still</p>		<p>View : memperlihatkan batu karang Parang Semar dari jauh.</p> <p>Kamera : High Angle, dan Long Shot.</p>
	<p>View : pengambilan gambar anak-anak sedang menikmati suasana pantai dengan bermain ayunan</p> <p>Kamera : Eye Level, Panning Still.</p>		<p>View : memperlihatkan batu karang Parang Semar dengan pergerakan kamera mendekati</p> <p>Kamera : Bird Eye View</p>
	<p>View : memperlihatkan warung yang berjualan di sekitar pantai.</p> <p>Kamera : Eye Level, Panning Still.</p>		<p>View : shot parang semar dari atas batu karang Parang Semar.</p> <p>Kamera : Bird Eye Level, Dolly out.</p>
	<p>View : memperlihatkan sungai dan hutan kecil yang terhubung dengan pantai.</p> <p>Kamera : Bird Eye View, Dolly in.</p>		<p>View : penjelasan saat wawancara dengan pengurus pantai.</p> <p>Kamera : -</p>
	<p>View : memperlihatkan sungai dan hutan kecil yang terhubung dengan pantai.</p> <p>Kamera : Bird Eye View, Dolly in.</p>		<p>View : penjelasan saat wawancara dengan pengurus pantai.</p> <p>Kamera : -</p>

Sainsbertek Jurnal Ilmiah Sains & Teknologi

	View : shot pada pengurus pantai saat wawancara. Kamera : Eye Level.
	View : shot pengunjung menikmati suasana pantai. Kamera : Eye Level, Panning Still.
	View : shot suasana di Pantai Parang Semar. Kamera : Eye Level, Panning Still.
	View : penjelasan saat wawancara dengan pengunjung pantai. Kamera : -
  	View : shot pada pengunjung pantai saat wawancara. Kamera : Eye Level.
 	View : menunjukkan suasana pantai yang masih asri dan sejuk karena angin pantai. Kamera : Eye Level, Panning.
	View : satu keluarga sedang berlari senang dan bermain bersama. Kamera : Bird Eye View, Follow.

	View : pengunjung sangat menikmati pantai Parang Semar. Kamera : Bird Eye View, Dolly In.
	View : adanya hiasan pagar dengan gambar ciri khas dari pantai maupun Kabupaten Banyuwangi. Kamera : Eye Level, Panning Still.
	View : suasana pantai dari atas Kamera : Bird Eye View, Arc.
	View : menunjukkan suasana senja di pantai Parang Semar. Kamera : Bird Eye Level, Dolly In.
	View : memperlihatkan sunset yang pengambilan gambarnya dari muara yang terhubung ke pantai. Kamera : High Level.

Tabel 3. Alur Take Video

No.	Topik	Teknik	Adegan	Durasi	Musik
1	Opening	Frame : Extreme Long Shot dan Bird Eye View Gerakan Kamera : Panning	Shot mobil yang melewati hamparan sawah yang luas. Shot mobil memasuki gapura pantai.	5 Detik	
2	Middle	Frame : Eye Level dan Full Shot	Shot Penjaga tiket sedang menyapa pengunjung yang masuk.	2 Detik	

Sainsbertek Jurnal Ilmiah Sains & Teknologi

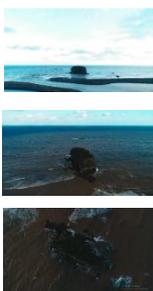
		Gerakan Kamera : Panning	Shot replika batu karang Pantai Parang Semar.	5 detik		
			Shot pengunjung yang sedang menikmati pemandangan dan suasana di pantai			
		Gerakan Kamera: Panning	Frame: Bird Eye View	Shot sungai yang terhubung dengan pantai		10 detik
			Shot muara yang terhubung dengan pantai.	5 detik		
				Shot batu karang Parang Semar.		
		Frame : High Angle	Shot keluarga lari kepinggir pantai dan bermain di pantai.	5 detik		
		Gerakan Kamera : Panning				
3	Ending	Frame : Bird Eye View	Shot sunset dari pinggir pantai	20 detik		
		Gerakan Kamera : Panning				

Tabel 4. Laporan Hasil

	Keterangan Adegan	Ukuran dan Sudut Pengambilan Gambar	Gerakan Kamera
--	-------------------	-------------------------------------	----------------

	Opening dengan menunjukkan judul dari video dan logo dari Universitas Ma Chung, Pesona Indonesia, Kabupaten Banyuwangi	-	-
	Pengambilan gambar pada dedaunan yang membelakangi cahaya matahari	Low Angel	Panning
	Muncul gambar dari peta Kabupaten Banyuwangi	-	-
	Zoom bagian selatan dari Kabupaten Banyuwangi	-	-
	Menunjukkan pemandangan hamparan sawah yang sangat luas	Bird Eye View High Angle	Panning
	Scene mobil yang memasuki gapura loket pantai	Bird Eye View High Angle	Follow
	Interaksi antara penjaga loket pantai dengan pengunjung yang ingin berkunjung.	Eye Level Medium Shot	Panning Still
	Shot replika dari batu karang Parang Semar sebagai sambutan selamat datang untuk para pengunjung	Eye Level Medium Shot	Panning Still
	Shot anak-anak sedang bermain ayunan di pinggir pantai	Eye Level Medium Shot	Panning Still
	Shot pada warung yang berjualan di sekitar pantai	Eye Level Medium Shot	Panning Still

Sainsbertek Jurnal Ilmiah Sains & Teknologi

	Shot sungai yang terhubung kepantai dan memiliki keindahan tersendiri	Bird Eye View High Angle	Dolly in
	Shot muara yang terhubung dengan pantai.	Bird Eye View High Angle	Crab
	Shot muara yang menjadi pertemuan antara dua sungai	Bird Eye View High Angle	Crab
	Scene pada pengunjung yang sedang menikmati suasana pantai dan bersantai bersama keluarga	Eye Level Medium Shot	Panning Still
	Shot dengan kamera drone batu karang Parang Semar.	Bird Eye View High Angle	Tilt Dolly in Dolly out
	Pembukaan untuk wawancara dengan pengurus pantai	-	-
	Shot pada pengurus Pantai Parang saat wawancara	Eye Level Medium Shot	Panning Still
	Shot pengunjung yang sedang berjalan menyusuri Pantai Parang Semar	Eye Level Medium Shot	Panning Still

	Shot suasana Pantai Parang Semar saat siang hari	Eye Level Medium Shot	Panning Still
	Pembukaan untuk wawancara dengan pengunjung pantai	-	-
	Shot pada pengunjung pantai saat wawancara	Eye Level Medium Shot	Panning Still
	Shot suasana pantai yang masih asri dan sejuk dari angin pantainya	Eye Level Medium Shot	Panning Still
	Shot suasana pantai yang masih asri dan sejuk dari angin pantainya	Eye Level Medium Shot	Panning Still
	Shot pengunjung sedang berlari dan bermain bersama keluarga	Bird Eye View High Angle	Dolly out
	Shot salah satu pengunjung yang sangat puas dengan suasana Pantai Parang Semar	Bird Eye View High Angle	Dolly in
	Shot pada pagar pantai dengan gambar ciri khas dari Pantai Parang Semar dan Banyuwangi	Eye Level Medium Shot	Panning Still
	Shot suasana pantai dari kamera drone	Bird Eye View High Angle	Dolly in
	Shot parang semar dari kamera drone saat menjelang sunset	Bird Eye View High Angle	Dolly in

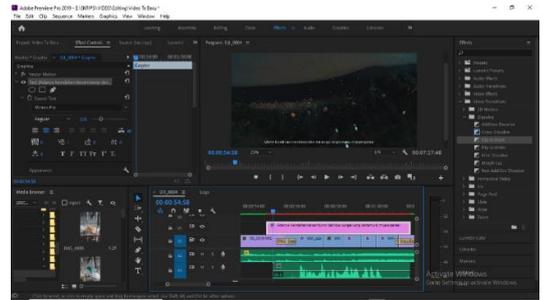
	Shot sunset dari arah muara pantai.	Bird Eye View High Angle	Panning Tilt
	Ending video dengan credit dari beberapa pemeran pendukung, pengunjung dan pengurus pantai	-	-

Pasca Produksi

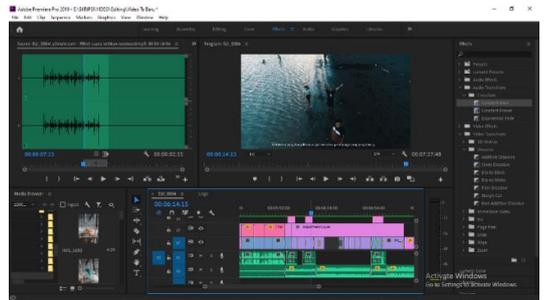
Setelah semua tahap produksi sudah dilewati yaitu pengambilan video dirasa sudah lengkap, maka barulah masuk pada tahap pasca produksi, yaitu proses editing pada video sebelum diupload pada sosial media Youtube dan Instagram data penulis.

Editing

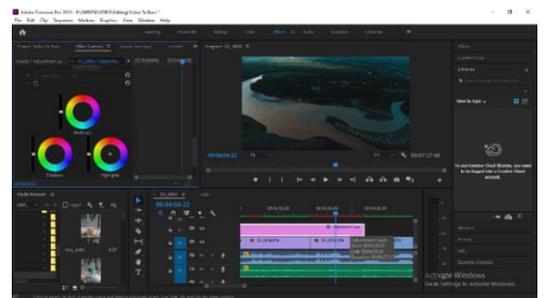
Editing video ini, penulis menggunakan software Adobe Premiere Pro untuk video *cinematic*. Software ini dipilih agar memudahkan penulis untuk editing video dan mendapatkan hasil akhir yang maksimal. Hal pertama yang dilakukan saat proses edit berlangsung adalah memasukan video yang sudah di sortir sesuai dengan alur yang ada di konsep perancangan, kemudian melakukan proses cutting pada setiap video yang akan dipakai beberapa *scene* tertentu, juga adanya penambahan transisi dari video satu ke video lain agar perpindahan *scene* tidak terlalu kaku. Dalam video *cinematic* ini memerlukan banyak transisi dalam videonya agar mendapatkan kesan dramatis didalam video *cinematic*.



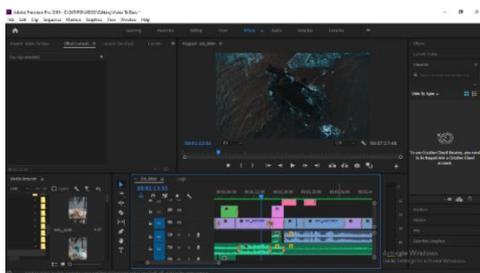
Gambar 4. Proses Editing Video



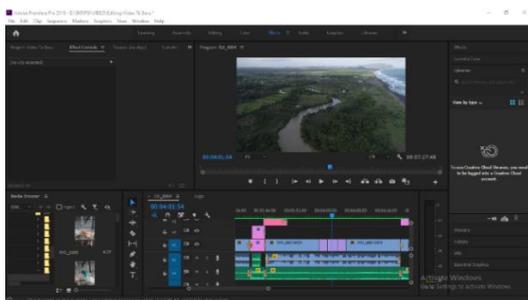
Gambar 5. Proses Editing Video



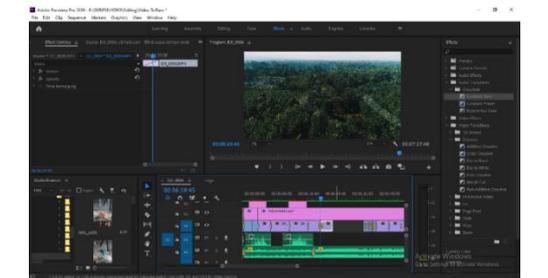
Gambar 6. Proses Editing Video



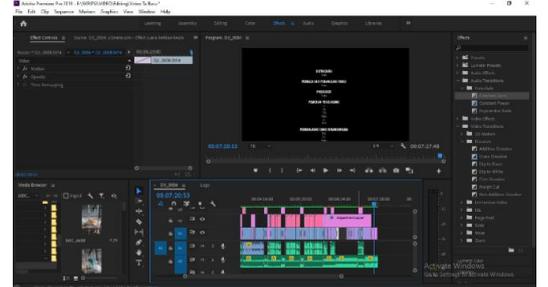
Gambar 2. Proses Editing Video



Gambar 3. Proses Editing Video



Gambar 7. Proses Editing Video



Gambar 8. Proses Editing Video

Distribusi

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), pengertian distribusi adalah penyaluran atau pembagian kepada beberapa orang atau beberapa tempat (Kompas.com, 2022). Distribusi memiliki makna proses penyampaian produk baik barang maupun jasa. Distribusi melibatkan platform yang memfasilitasinya baik dari media sosial maupun merchandise seperti T-Shirt, totebag, dll (damarajat.com, 2022).

1. T-Shirt

T-Shirt dipilih sebagai media pendukung. *T-Shirt* memiliki daya tarik dan ciri khas *merchandise* tempat wisata karena dapat membawa nama brand sebuah tempat wisata karena biasanya para penjual oleh – oleh menawarkan juga beberapa *t-shirt* dengan desain yang berbagai macam.



Gambar 8. Merchandise T-Shirt

2. Gantungan Kunci Akrilik

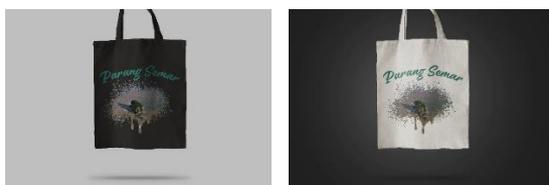
Gantungan kunci memiliki bahan yang bagus dan terlihat berkelas untuk menampilkan logo dari tempat wisata itu sendiri. Gantungan kunci juga banyak digemari masyarakat karena ukurannya yang kecil dan dapat dipakai sebagai gantungan di tas, kunci, kotak pensil, dsb.



Gambar 9. Merchandise Gantungan Kunci Akrilik

3. Totebag

Totebag adalah tas jinjing dengan desain yang simple, mudah dibawa, dan dapat memuat banyak barang, totebag dipilih karena efisien dan kebanyakan orang membutuhkan totebag dalam keseharian mereka antara untuk sekolah, kuliah, kerja atau hanya sekedar untuk *hangout*.



Gambar 10. Merchandise Totebag

4. Topi

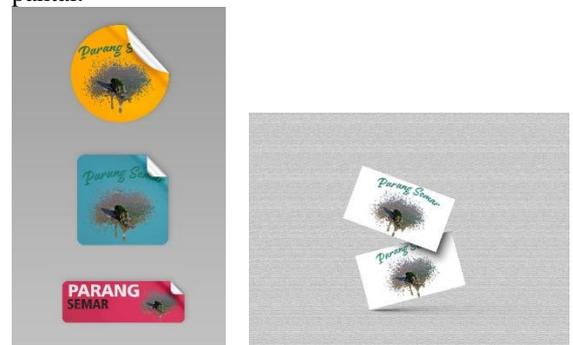
Topi biasanya memiliki daya Tarik tersendiri untuk para pengunjung yang datang. Karena fungsinya untuk melindungi kepala dari sinar matahari, juga dapat memberikan ciri *fashion* yang keren terhadap pengunjung yang sedang memakai topi tersebut.



Gambar 11. Merchandise Topi

5. Sticker

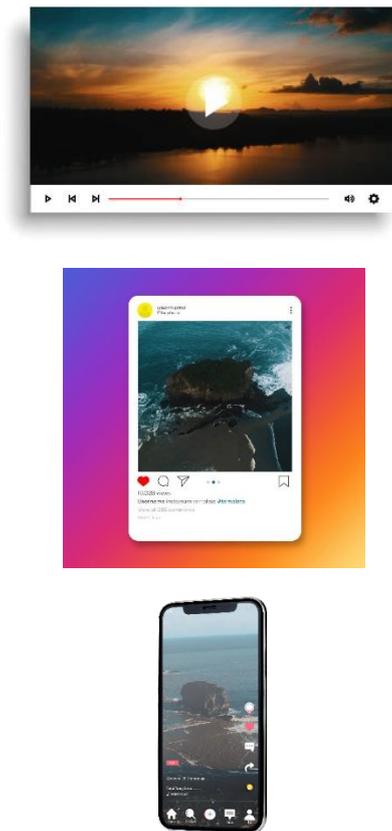
Sticker sebagai media pendukung pada konten visual Pantai Parang Semar ini dipilih karena merupakan salah satu ciri khas sebuah pantau atau tempat wisata lainnya dalam memperkenalkan lebih luas brand mereka dengan cara memiliki sticker yang nantinya akan dibagikan kepada pengunjung pantai.



Gambar 12. Merchandise Sticker

6. Sosial Media

Sosial media merupakan alat untuk mempromosikan konten visual berupa videografi Pantai Parang Semar secara online kepada masyarakat sekitar terkhususnya masyarakat Kabupaten Banyuwangi dan sekitarnya. Sosial media yang dipilih untuk mempromosikan konten visual ini adalah Instagram, TikTok, dan Youtube. Sosail media ini dipilih karena dapat menampilkan hasil video secara detail, dapat menambahkan caption sebagai keterangan dari video yang diunggah, dan masyarakat juga dapat mengakses media sosial ini dengan mudah.



Gambar 13. Sosial Media

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan pada perancangan yang dilakukan penulis selama satu semester ini, penulis mendapatkan pengalaman dan kesempatan dalam menyusun suatu konsep dari sebuah video promosi seputar Pantai Parang Semar. Video promosi ini dibuat dengan tujuan memberi informasi dan memperkenalkan pantai ini kepada masyarakat Kabupaten Banyuwangi. Video promosi ini menyajikan beberapa informasi yang belum diketahui para pengunjung terkhususnya didaerah Kabupaten Banyuwangi sendiri. Dalam video promosi ini berisi tentang sejarah dari pantai, keunikannya sampai pendapat dari beberapa pengunjung yang baru pertama datang ke pantai itu sendiri. Videp promosi ini diharapkan dapat menjadi media komunikasi visual yang dapat membantu para masyarakat dalam menyampaikan informasi mengenai sebuah pantai, terutama bagi masyarakat sekitar Kabupaten Banyuwangi maupun yang dari luar Kabupaten Banyuwangi.

Semua proses perancangan dari awal hingga akhir dilakukan menggunakan medote kualitatif yang memanfaatkan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Proses pengumpulan dilakukan secara langsung oleh penulis dan telah disesuaikan dengan apa yang dibutuhkan

dalam perancangan video promosi ini. Untuk mendukung perancangan media utama ini, penulis menyediakan berbagai merchandise, seperti T-Shirt, gantungan kunci, totebag, topi, dan sticker yang berkaitan dengan Pantai Parang Semar. Selain merchandise, penulis juga menyediakan media promosi untuk video promosi di media sosial Instagram, Youtube, dan TikTok untuk membagikan hasil dari perancangan yang telah dibuat.

Saran

Dari proses perancangan video promosi yang berjudul "Video Promosi Pantai Parang Semar", terdapat beberapa saran agar membangun perancangan serupa kedepannya. Hal ini bertujuan agar perancangan serupa yang dilakukan kedepannya dapat menjadi lebih baik dari sebelumnya.

Bagi peneliti seanjutnya yang akan membuat perancangan serupa dimasa mendatang yang diharapkan dapat mempelajari teknik pengambilan gambar dalam videografi terutama dalam video *cinematic* agar menghasilkan video yang bagus dan pesan dari video tersebut bisa tersampaikan. Kemudian mempelajari cara color grading atau pemilihan tone warna dalam editing video sehingga terlihat berkesan dalam video tersebut.

Bagi universitas diharapkan untuk menggunakan media konsultasi online dan offline yang seragam antara pembimbing 1 dan 2. Hal ini dimaksudkan agar ketiga pihak (pembimbing 1, pembimbing 2, dan mahasiswa) memiliki kesepahaman yang sama terhadap media yang dirancang.

Bagi pembaca diharapkan bisa menemukan ilmu dan pesan yang disampaikan dan berguna, khususnya bagi para masyarakat yang ingin mengetahui informasi pantai dari video yang diunggah dimedia sosial. Hal yang terpenting adalah masyarakat dapat mencari informasi lebih dari Facebook atau Whatsapp.

DAFTAR PUSTAKA

Setiwan, Iwan. (2017). *Potensi Destinasi Wisata Di Indonesia Menuju Kemandirian Ekonomi*.

Betari Avinda, Chintiya. (2016). *Strategi Promosi Banyuwangi Sebagai Destinasi Wisata (Studi Kasus pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata)*.

Febriani Jayadi, Melly. (2020). *Strategi Pengembangan Potensi Pariwisata Di Pantai Blimbingsari, Kabupaten Banyuwangi*.

Arifal Fahad, Hisyam. (2017). *Pengembangan Sektor Pariwisata di Kabupaten Banyuwangi Tahun 2002 - 2013*.

Wirratna, Haris dan Lakoro, Rahmatsryam. (2017). *Perancangan Video Promosi Wisata Pantai Kabupaten Jember dengan Konsep Sinematik Infografis*. Jurnal Sains dan Seni ITS Vol. 6, No. 2, 2337- 3520.

Kurniawan, Hendry dan Dwi Wahyurini, Octaviyanti. (2016). *Perancangan Video Promosi Pasar Seni*

Tradisional Kumbasari Sebagai Pusat Busana Khas Bali Di Denpasar. Jurnal Sains dan Seni ITS Vol. 5, No.2.

Anam, Syaful. (2018). *Perancangan Video Promosi Milkindo Sebagai Upaya Meningkatkan Brand Awarennes.* Tugas Akhir, Fakultas Teknologi dan Informatika Institut Bisnis dan Informatika STIKOM Surabaya. No. 2 : 23-30.

Amnestian, Yesaya. (2017). *Perancangan Video Promosi Wisata Alam Kabupaten Pemalang.*

Ardianto, Herdhi. (2016). *Perancangan Video Promosi "Mengenal Sejarah di atas Rel".*

Semedhi, Bambang. (2011). "Sinematografi- Videografi"

Sudaryanto dan Badio, Sabjan. (2013). *Keteknikan Videografi dalam membuat film pendek dan video iklan.*

Enterprise, Jubilee. (2018). *Kitab Video Editing dan Efek Khusus.*

Enterprise, Jubilee. (2017). *Kolaborasi After Effects, Premiere, dan Photoshop.*

Mara, Armen. (2011). *Pemanfaatan Video Sebagai Media Penyebaran Inovasi Pertanian.*

Muchammad, Zakaria. (2020). *Pengertian Videografi Beserta Sejarah dan Teknik dalam Videografi.*

Wiratna, Haris. (2017). *Perancangan Video Promosi Wisata Pantai Kabupaten Jember dengan Konsep Sinematik Infografis.*

Kumiawan, Hendry. (2016). *Perancangan Video Promosi Pasar Seni Tradisional Kumbasari Sebagai Pusat Busana Khas Bali Di Denpasar.*

Pastowo, A. (2011). *Metode Penelitian Kualitatif Dalam Perspektif Rancangan Penelitian, Ar-Ruzz Media, Yogyakarta, Indonesia.*

Sayonto, S. E. (2006). *Metode perancangan Komunikasi visual Periklanan Dimensi Press, Yogyakarta, Indonesia.*

Paskalina, Anastasia Jovita. (2021). *Perancangan Konten Visual Sebagai Media Promosi Pada Sosial Media Instagram Kafe Regina Di Kabupaten Tulungagung.*

Keindahan Pantai Parang Semar Yang Memukai Wisatawan. (2014). [online] Available at : <<https://jatim.kabardaerah.com/keindahan-pantai-semar-yang-memukau-wisatawan/>> [Accessed 22 November 2022].

Pantai Pulau Merah, Primadona Pariwisata Banyuwangi dengan Sunset yang selalu dinantikan. (2022). [online] Available at : <<https://www.yukbanyuwangi.co.id/pantai-pulau-merah.html>> [Accessed 22 November 2022].

Pantai Teluk Hijau Surga yang Tersembunyi di Banyuwangi. (2014). [online] Available at : <<https://www.banyuwangibagus.com/2013/08/pantai-teluk-hijau-surga-yang.html>> [Accessed 22 November 2022].

Pantai Boom, Pantai Nelayan yang Menjelma Menjadi Pantai Wisata. (2022). [online] Available at : <https://indonesiakaya.com/pustaka-indonesia/pantai-boom-pantai-nelayan-yang-menjelma-menjadi-pantai-wisata/?gclid=Cj0KCQjw8OVBhCpARIsACMvVLOMIb7hfCNqGHYy9wwklt5G2eBgOIUGPpbaTXsg9gTmyG4sS3UASoaAu14EALw_wcB> [Accessed 22 November 2022].

Pantai Sukamade Surganya Penyu di Banyuwangi Jawa Timur. (2022). [online] Available at : <<https://ksmtour.com/informasi/tempat-wisata/jawa-timur/pantai-sukamade-surganya-penyu-banyuwangi-jawa-timur.html>> [Accessed 22 November 2022].

Pulau Tabuhan Banyuwangi : Pulau Kecil Tah Berpenghuni Di Tengah Selat Bali. (2021). [online] Available at : <<https://www.exploreijen.com/2021/05/wisata-pulau-tabuhan.html>> [Accessed 22 November 2022].