



TUGAS AKHIR – RD1255

**PERANCANGAN VIDEO SEBAGAI MEDIA PROMOSI PANTAI SENDIKI,
PANTAI SELOK DAN PANTAI TAMBAN DI KABUPATEN MALANG
SELATAN DENGAN KONSEP ADVENTURE CINEMATIC MELALUI
PENDEKATAN EMOSIONAL.**

ANDY SUPRAYOGI

0813344000029

Dosen Pembimbing:

Bambang Mardiono Soewito S.Sn, M.Sn

NIP : 197404172006041002

Program Studi Desain Komunikasi Visual
Departemen Desain Produk Industri
Fakultas Arsitektur, Desain dan Perencanaan
Institut Teknologi Sepuluh Nopember
Surabaya 2019

(Halaman ini sengaja dikosongkan)



TUGAS AKHIR – DP141558

**PERANCANGAN VIDEO SEBAGAI MEDIA PROMOSI
PANTAI SENDIKI, PANTAI SELOK DAN PANTAI TAMBAN
DI KABUPATEN MALANG SELATAN DENGAN KONSEP
ADVENTURE CINEMATIC MELALUI PENDEKATAN
EMOSIONAL.**

Oleh:

ANDY SUPRAYOGI

0831144000029

Dosen Pembimbing:

Bambang Mardiono Soewito S.Sn, M.Sn

NIP : 197404172006041002

Program Studi Desain Komunikasi Visual

Departemen Desain Produk Industri

Fakultas Arsitektur, Desain dan Perencanaan

Institut Teknologi Sepuluh Nopember

Surabaya 2019

(Halaman ini sengaja dikosongkan)



TUGAS AKHIR – DP141558

**DEVELOPMENT VIDEO AS PROMOTIONAL MEDIA
SENDIKI BEACH, SELOK BEACH, AND TAMBAN BEACH
ON SOUTH MALANG REGENCY WITH ADVENTURE
CINEMATIC CONCEPT THROUGH EMOTIONAL
APPROACH**

By:

ANDY SUPRAYOGI

0831144000029

Supervisor:

Bambang Mardiono Soewito S.Sn, M.Sn

NIP : 197404172006041002

Visual Communication Design Study Program

Industrial Product Design Department

Faculty of Architecture, Design and Planning

Sepuluh Nopember Institute of Technology

Surabaya 2019

(Halaman ini sengaja dikosongkan)

LEMBAR PENGESAHAN

**PERANCANGAN VIDEO SEBAGAI MEDIA PROMOSI PANTAI SENDIKI,
PANTAI SELOK, DAN PANTAI TAMBAN DI KABUPATEN MALANG SELATAN
DENGAN KONSEP *ADVENTURE CINEMATIC* MELALUI PENDEKATAN
EMOSIONAL**

TUGAS AKHIR (RD 141558)

Disusun untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Desain (S.Ds)

Pada

Program Studi S-1 Departemen Desain Produk
Fakultas Arsitektur, Desain, dan Perencanaan
Institut Teknologi Sepuluh Nopember

Oleh:

ANDY SUPRAYOGI

NRP. 08311440000029

Surabaya, 28 Januari 2019

Periode Wisuda 119 (Maret 2019)

Mengetahui,

Kepala Departemen Desain Produk



Ellya Zulaikha, S.T., M.Sn., Ph.D.

NIP. 19751014 200312 2001

Disetujui,

Dosen Pembimbing

Bambang Mardiono Soewito S.Sn, M.Sn

NIP. 19740417 200604 1002

(Halaman ini sengaja dikosongkan)

PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya mahasiswa Departemen Desain Produk, Fakultas Arsitektur, Desain, dan Perencanaan, Institut Teknologi Sepuluh Nopember, dengan identitas:

Nama : **Andy Suprayogi**

NRP : **0831144000029**

Dengan ini menyatakan bahwa laporan tugas akhir yang saya buat dengan judul **“PERANCANGAN VIDEO SEBAGAI MEDIA PROMOSI PANTAI SENDIKI, PANTAI SELOK, DAN PANTAI TAMBAN DI KABUPATEN MALANG SELATAN DENGAN KONSEP *ADVENTURE CINEMATIC* MELALUI PENDEKATAN EMOSIONAL”** adalah:

1. Orisinil dan bukan merupakan duplikasi karya tulis maupun karya gambar atau sketsa yang sudah dipublikasikan atau pernah dipakai untuk mendapatkan gelar kesarjanaan atau tugas-tugas kuliah lain baik di lingkungan ITS, universitas lain ataupun lembaga-lembaga lain, kecuali pada bagian sumber informasi yang dicantumkan sebagai kutipan atau referensi atau acuan dengan cara yang semestinya.
2. Laporan yang berisi karya tulis dan karya gambar atau sketsa yang dibuat dan diselesaikan sendiri dengan menggunakan data hasil pelaksanaan riset.

Demikian pernyataan ini saya buat dan jika terbukti tidak memenuhi persyaratan yang telah saya nyatakan di atas, maka saya bersedia apabila laporan tugas akhir ini dibatalkan.

Surabaya, 28 Januari 2019

Yang membuat pernyataan



Andy Suprayogi

0831144000029

(Halaman ini sengaja dikosongkan)

PERANCANGAN VIDEO SEBAGAI MEDIA PROMOSI PANTAI SENDIKI, PANTAI
SELOK, DAN PANTAI TAMBAN DI KABUPATEN
MALANG SELATAN DENGAN KONSEP *ADVENTURE CINEMATIC* MELALUI
PENDEKATAN EMOSIONAL

Andy Suprayogi

NRP. 0831144000029

Departemen Desain Produk, Program Studi Desain Komunikasi Visual

Fakultas Arsitektur Desain dan Perencanaan

Institut Teknologi Sepuluh Nopember Surabaya

ABSTRAK

Malang Selatan memiliki banyak panorama alam yang dapat berpotensi sebagai objek pariwisata, salah satunya adalah Pantai. Sayangnya, informasi mengenai Pantai di Malang Selatan amat terbatas. Hal ini ditandai dengan kurangnya pengetahuan masyarakat terhadap keberadaan objek wisata Pantai disana. Menilik dari fenomena ini, dilakukanlah riset untuk memperkenalkan wisata Pantai Malang Selatan. Salah satu caranya adalah dengan membuat video promosi yang memperkenalkan aset, keindahan, dan kegiatan di Pantai tersebut. Beberapa Pantai yang dipilih untuk dijadikan video promosi adalah Pantai Sendiki, Pantai Selok, dan Pantai Tamban dengan pertimbangan ketiga Pantai tersebut telah mewakili karakteristik dan keindahan dari beberapa Pantai yang ada di Malang Selatan. Karena rute menuju tiap Pantai cukup menantang, maka video ini akan menggunakan konsep *adventure* serta eksekusi yang dilakukan menggunakan teknik *cinematic*.

Metode perancangan diawali dengan observasi keadaan lapangan di lokasi Pantai Sendiki, Pantai Selok, dan Pantai Tamban, serta penggalian informasi kepada warga melalui wawancara. Tahap selanjutnya adalah pengolahan data melalui hasil dari narasumber sehingga didapatkan pengantaran konsep bertemakan *adventure* serta teknis *cinematic*.

Video promosi berdurasi 1 menit pada tiap Pantai dirasa sudah memberikan informasi yang dibutuhkan oleh audiens. Video ini akan memiliki konsep berupa seorang *adventurer* yang menikmati keindahan Pantai serta menunjukkan segala asset dan kegiatan yang dapat dilakukan pada Pantai tersebut.

Kata Kunci: Pantai Malang Selatan, Video Promosi, *Cinematic*

(Halaman ini sengaja dikosongkan)

VIDEO PROJECT AS PROMOTIONAL MEDIA SENDIKI BEACH, SELOK BEACH,
AND TAMBAN BEACH ON SOUTH MALANG REGENCY WITH ADVENTURE
CINEMATIC CONCEPT THROUGH EMOTIONAL APPROACH

Andy Suprayogi

NRP. 0831144000029

Visual Communication Design Department, Product Design
Faculty of Architecture, Design and Planning
Sepuluh Nopember Institute of Technology

ABSTRACT

South Malang has many natural panorama which can be potential as tourism object, one of them is beach. Unfortunately, information about beaches in South Malang is very limited. This is indicated by a lack of public knowledge about the existence of coastal attractions there. Judging from this phenomenon, research was carried out to introduce South Malang beach tourism. One way is to make promotional videos that introduce assets, beauty and activities on the beach. Some of the beaches chosen as promotional videos are Sendiki Beach, Selok Beach, and Tamban Beach with the consideration that the three beaches represent the characteristics and beauty of several beaches in South Malang. Because the route to each beach is quite challenging, this video will use the concept of adventure and execution carried out using cinematic techniques.

The design method begins with observation of the field conditions at the locations of Sendiki Beach, Selok Beach, and Tamban Beach, as well as extracting information to residents through interviews. The next step is processing data through the results of the speakers so that it can deliver delivery of adventure-themed concepts as well as technical cinematic.

The promotional video with 1 minute on each beach is considered to have provided information needed by the audience. This video will have the concept of an adventurer who enjoys the beauty of the beach and shows all the assets and activities that can be done on the beach.

Keywords: South Malang Beach, Promotional Video, Cinematic

(Halaman ini sengaja dikosongkan)

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, yang telah memberikan semangat serta kekuatan sehingga penulis dapat menyelesaikan mata kuliah DKV Konseptual yang berjudul “Perancangan Video Sebagai Media Promosi Pantai Sendiki, Pantai Selok, dan Pantai Tamban di Kabupaten Malang Selatan Dengan Konsep *Adventure Cinematic* Melalui Pendekatan Emosional”

Kelancaran dan keberhasilan penulis tak lepas dari dukungan serta bantuan banyak pihak yang membantu penulis selama proses pengerjaan mata kuliah ini. Penulis secara khusus mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Kedua orang tua, Agus Suprayogi dan Suprihatini atas dukungan moral, do’a dan finansial.
2. Bapak Ir. Baroto Tavip Indrojarwo, Msi dan Bapak Bambang Mardiono Soewito, S.Sn atas bimbingannya.
3. Maulana Bintang, Idrus Yahya, Hirzi Aulia Zaky, dan Dhia Fadhilah M.J yang selalu memberikan saran serta masukan.
4. Seluruh dosen dan karyawan Despro ITS.

Demikian laporan DKV Konseptual ini disusun dengan harapan dapat bermanfaat bagi penulis serta pembaca. Penulis sangat terbuka dalam menerima kritik dan saran yang dapat menyempurnaan isi dari laporan ini.

Surabaya, 28 Januari 2019

Penulis,

(Halaman ini sengaja dikosongkan)

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	iii
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GRAFIK	xv
DAFTAR GAMBAR	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	4
1.3 Rumusan masalah	4
1.4 Batasan Masalah	4
1.5 Tujuan Perancangan	4
1.6 Manfaat Perancangan	5
1.7 Ruang Lingkup	5
1.8 Rencana Luaran	6
1.9 Studi yang dilakukan	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Kajian Video Promosi	7
2.1.1 Definisi Video	7
2.1.2 Definisi Video Promosi	7
2.1.3 Aspek Kamera dan Film	8
2.2 Kajian Unsur Sinematografi	9

2.3	Editing.....	12
2.4	Promosi Kepariwisataaan.....	13
2.5	Studi Media Sosial	14
2.5.1	Peran Media Sosial Dalam Promosi Wisata.....	14
2.5.2	Kelebihan Media Sosial.....	15
2.5.3	Media Sosial Youtube	15
2.5.4	Youtube Sebagai Media Promosi	16
2.6	Studi Acuan.....	17
2.6.1	Iceland – James Nicholas	17
2.2.2.	Pantai Sendiki Surga Tersembunyi yang Masih Alami.....	23
2.7	Studi Mengenai <i>Adventure</i>	29
2.7.1	Definisi Kata <i>Adventure</i>	29
2.7.2	Definisi Wisata <i>Adventure</i>	29
2.8	Proses Pembuatan Video Promosi	30
2.8.1	Tahap Pra Produksi	30
2.8.2	Tahap Produksi.....	30
2.8.3	Tahap Pasca Produksi.....	30
2.9	Objek Wisata.....	30
2.9.1	Definisi Objek Wisata.....	30
2.9.2	Objek Wisata Pantai Sendiki	31
2.9.3	Objek Wisata Pantai Tamban	31
2.9.4	Objek Wisata Pantai Selok.....	32
BAB III	METODELOGI RISET	33
3.1	Definisi Judul	33
3.2	Skema Alur Penelitian.....	33
3.2.1	Target Audiens	34
3.3	Studi Literatur	35
3.3.1	Jenis Data	35

	3.4 Tahapan Pembuatan <i>Storyboard</i>	37
BAB IV	TEMUAN DATA DAN ANALISA	39
	4.1 Temuan dan Analisa Data	39
	4.2 Data Kulitatif.....	39
	4.2.1 Observasi Lapangan	39
	4.2.2 Wawancara Mendalam	49
	4.3 Kesimpulan Hasil Riset.....	52
	4.4 Kriteria Desain	53
	4.4.1 Contoh Desain	53
	4.4.2 Color Grading.....	53
	4.4.3 Format	54
	4.5 Konsep Desain	55
	4.5.1 Durasi Film.....	55
	4.5.2 Resolusi dan Format Video	55
BAB V	KONSEP DESAIN	57
	5.1 Konsep Desain	57
	5.1.1 Konsep <i>Adventure Cinematic</i>	58
	5.1.2 Konsep Pendekatan Emosional	58
	5.1.3 Konsep Penempatan Video.....	59
	5.1.4 Aktor.....	60
	5.2 Management <i>Footage</i>	61
	5.3 Storyline	62
	5.3.1 Plot Storyline.....	62
	5.4 Naskah.....	66
	5.4.1 Naskah Pantai Sendiki.....	66
	5.4.2 Naskah Pantai Tamban.....	69
	5.4.3 Naskah Pantai Selok.....	72
	5.5 <i>Storyboard</i>	75

5.5.1	<i>Storyboard</i> Pantai Sendiki.....	75
5.5.2	<i>Storyboard</i> Pantai Tamban.....	85
5.5.3	<i>Storyboard</i> Pantai Selok.....	95
5.6	Konsep <i>Adventure</i>	105
5.7	Penerapan Konsep <i>Cinematic</i>	106
5.7.1	Teknik Pengambilan Gambar	106
5.7.2	Proses Editing.....	108
5.8	Editing.....	111
BAB VI	KESIMPULAN DAN SARAN	113
6.1	Kesimpulan	113
6.2	Saran.....	113
	DAFTAR PUSTAKA	115
	LAMPIRAN.....	117
	BIODATA PENULIS	122

DAFTAR GRAFIK

Grafik 1 Bagan Perumusan Konsep	57
Grafik 2 Bagan Storyline	62

(Halaman ini sengaja dikosongkan)

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Kunjungan Wisatawan Asing di Indonesia (malangkab.bps.go.id).....	1
Gambar 2 Jumlah Wisatawan Kabupaten Malang (malangkab.bps.go.id)	2
Gambar 3 Video Iceland - James Nicholas (youtube.com).....	17
Gambar 4 <i>Intro</i> Video Iceland - James Nicholas (youtube.com).....	18
Gambar 5 Prview Aktor Iceland - James Nicholas (youtube.com).....	19
Gambar 6 Fase Build Up Tempo Video Iceland - James Nicholas (youtube.com)	19
Gambar 7 Footage Kegiatan Video Iceland - James Nicholas (youtube.com).....	20
Gambar 8 Footage Keindahan Video Iceland - James Nicholas (youtube.com).....	21
Gambar 9 Footage Aset Video Iceland - James Nicholas (youtube.com).....	21
Gambar 10 <i>Ending</i> Video Iceland - James Nicholas (youtube.com)	22
Gambar 11 Pantai Sendiki - Malang Strudel (youtube.com)	23
Gambar 12 <i>Intro</i> Pantai Sendiki - Malang Strudel (youtube.com)	24
Gambar 13 <i>Scene</i> Rute Pantai Sendiki - Malang Strudel (youtube.com)	25
Gambar 14 <i>Scene</i> Tiba Pantai Sendiki - Malang Strudel (youtube.com).....	25
Gambar 15 <i>Scene</i> Tiba di Lokasi Pantai Sendiki - Malang Strudel (youtube.com).....	26
Gambar 16 <i>Scene</i> Keindahan Pantai Video Pantai Sendiki - Malang Strudel (youtube.com)	27
Gambar 17 <i>Scene</i> Kegiatan di Pantai Video Pantai Sendiki - Malang Strudel (youtube.com)	27
Gambar 18 <i>Ending</i> Video Pantai Sendiki - Malang Strudel (youtube.com)	28
Gambar 19 Foto Pantai Sendiki (https://zabhie.site/Pantai-sendiki-malang).....	31
Gambar 20 Foto Pantai Tamban (https://m.timesindonesia.co.id).....	32
Gambar 21 Foto Pantai Tamban (www.dakatour.com)	32
Gambar 22 Gambar Alur Penelitian.....	34
Gambar 23 Dokumentasi Rute Menuju Pantai Malang Selatan.....	39
Gambar 24 Dokumentasi Rute Menuju Pantai Malang Selatan.....	40
Gambar 25 Dokumentasi Rute Menuju Pantai Malang Selatan.....	40
Gambar 26 Dokumentasi Rute Menuju Pantai Malang Selatan.....	41
Gambar 27 Dokumentasi Rute Menuju Pantai Malang Selatan.....	41
Gambar 28 Dokumentasi Rute Pantai Sendiki.....	42
Gambar 29 Dokumentasi Rute Menuju Pantai Sendiki	42
Gambar 30 Dokumentasi Rute Menuju Pantai Sendiki	43

Gambar 31 Dokumentasi Rute Menuju Pantai Sendiki	43
Gambar 32 Dokumentasi Rute Menuju Pantai Sendiki	44
Gambar 33 Dokumentasi Pantai Sendiki	44
Gambar 34 Dokumentasi Pantai sendiki	45
Gambar 35 Dokumentasi Pantai sendiki	46
Gambar 36 Dokumentasi Rute Pantai Selok	46
Gambar 37 Tanda Memasuki Area Kemah	47
Gambar 38 Dokumentasi Pantai Selok	47
Gambar 39 Dokumentasi Pantai Tamban.....	48
Gambar 40 Wawancara Dengan Pak Yono.....	49
Gambar 41 Wawancara Dengan Pak Sunaryo dan Pak Suyoto	50
Gambar 42 Wawancara Dengan Pak Wano	51
Gambar 43 Gambar Kriteria Desain.....	53
Gambar 44 Color Grading Video	54
Gambar 45 Format Video.....	54
Gambar 46 Thumbnail Pantai Selok	59
Gambar 47 Thumbnail Pantai Sendiki	59
Gambar 48 Thumbnail Pantai Tamban	60
Gambar 49 Idle Aktor	61
Gambar 50 Management Footage	62
Gambar 51 Penerapan Adventure Aktor	105
Gambar 52 Penerapan Adventure Rute	105
Gambar 53 Penerapan <i>Close up Shot</i>	106
Gambar 54 Penerapan <i>Long Shot</i>	106
Gambar 55 Penerapan <i>Medium shot</i>	107
Gambar 56 Penerapan Low Angle	107
Gambar 57 Penerapan Top Angle	108
Gambar 58 Penerapan Cinematic Bar	108
Gambar 59 Penerapan Tone Warna	109
Gambar 60 <i>Font</i> Gotham Bold.....	110
Gambar 61 <i>Font</i> Gloss and Blooms	110

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan negara yang memiliki keelokan dan keindahan alam yang mempesona nan alami, yang terbentang dari sabang sampai merauke. Mulai dari keindahan alam pegunungan sampai dengan keindahan alam Pantainya sangat memukau. Jika dilihat dari aspek geografisnya, bentuk kepulauan Indonesia memiliki potensi tersendiri. Semua pulau besar maupun kecil yang menyusun Indonesia dipisahkan oleh laut yang membentang di sepanjang kepulauan

Perkembangan pariwisata yang terjadi di Indonesia cukup baik. Perkembangan tersebut ditandai dengan meningkatnya jumlah wisatawan lokal maupun mancanegara dari tahun ke tahun. Berikut adalah data kunjungan wisatawan asing ke Indonesia dalam beberapa tahun terakhir.

Jumlah Kedatangan Wisatawan Mancanegara ke Indonesia Menurut Pintu Masuk 1997-2017

Tahun	Bandara					Jumlah
	Soekarno Hatta	Ngurah Rai	Polonia/ Kualanamu	Batam	Bandara Lainnya	
2011	1 933 022	2 788 706	192 650	1 161 581	1 573 772	7 649 731
2012	2 053 850	2 902 125	205 845	1 219 608	1 663 034	8 044 462
2013	2 240 502	3 241 889	225 550	1 336 430	1 757 758	8 802 129
2014	2 246 437	3 731 735	234 724	1 454 110	1 768 405	9 435 411
2015	2 368 628	3 936 066	201 447	1 585 719	2 138 915	10 230 775
2016	2 603 195	4 885 062	211 942	1 510 203	2 308 873	11 519 275
2017	2 749 321	5 682 248	246 551	1 564 717	3 796 962	14 039 799

Gambar 1 Kunjungan Wisatawan Asing di Indonesia (malangkab.bps.go.id)

Secara kumulatif, Januari–Oktober 2017, jumlah kunjungan wisatawan mancanegara atau wisatawan ke Indonesia mencapai 14 juta kunjungan atau naik 11,92 persen dibanding jumlah kunjungan wisatawan pada periode yang sama tahun sebelumnya yang berjumlah 11 juta kunjungan. Jumlah kunjungan wisatawan ini terdiri atas wisatawan yang berkunjung melalui pintu masuk udara sebanyak 8,54 juta kunjungan, pintu masuk laut sebanyak 2,58 juta kunjungan, dan pintu masuk darat sebanyak 2,12 juta kunjungan.

Pada provinsi Jawa Timur perkembangan wisatawan di Jawa Timur dalam kurun waktu tiga tahun terakhir cenderung mengalami peningkatan. Hal tersebut salah satunya disebabkan perhatian dan upaya pemerintah daerah dengan memunculkan objek wisata baru yang menarik untuk dikunjungi di Jawa Timur, selain promosi pariwisata baik tempat, sarana akomodasi, maupun *event-event* yang dilakukan oleh dinas instansi terkait yang semakin intens. Kunjungan wisatawan ke Jawa Timur mulai tahun 2018 mencakup pemegang KITAS yang masuk melalui Juanda. Ini berarti jumlah wisatawan pada tahun sebelumnya menyesuaikan. Jumlah kunjungan wisatawan mancanegara dan domestik ke Jawa Timur bulan Oktober tahun 2018 mencapai 25.845 kunjungan. Angka tersebut naik sebesar 4,06 persen dibandingkan dengan bulan sebelumnya yang mencapai 24.836 kunjungan. Dibandingkan dengan bulan yang sama tahun 2017, jumlah wisman yang datang ke Jawa Timur mengalami kenaikan sebesar 26,45 persen dari 20.439 kunjungan.

Kabupaten Malang adalah salah satu kabupaten di provinsi Jawa Timur yang terletak di dataran tinggi. Dalam sektor pariwisata juga mengalami peningkatan pada tahun 2010 sampai tahun 2016, namun menurut data tabel yang diambil dari dinas pariwisata dan kebudayaan Kabupaten Malang, terjadi penurunan jumlah wisatawan baik mancanegara maupun domestik di tahun 2017 dibanding dengan jumlah wisatawan mancanegara dan domestik pada tahun sebelumnya yang mencapai 5,84 juta.

Jumlah Wisatawan Mancanegara dan Domestik yang Datang ke Kabupaten Malang Tahun 2010 - 2017

Tahun	Wisatawan Mancanegara	Wisatawan Domestik	Jumlah
2010	4 187	1 938 066	1 942 253
2011	9 983	2 101 822	2 111 805
2012	29 504	2 014 105	2 043 609
2013	33 226	2 517 248	2 550 474
2014	80 792	3 170 575	3 251 367
2015	99 873	3 554 609	3 654 482
2016	129 663	5 719 881	5 849 544
2017	10 669	2 084 553	2 095 222

Gambar 2 Jumlah Wisatawan Kabupaten Malang (malangkab.bps.go.id)

Kabupaten Malang memiliki 45 Pantai yang sudah dibuka untuk umum, namun untuk menuju ke Pantai-Pantai tersebut sangat sulit, dikarenakan infrastruktur menuju Pantai-Pantai tersebut kurang memadai. Hal tersebut mengakibatkan kurangnya minat masyarakat

untuk berkunjung ke Pantai Malang Selatan, sehingga membuat Pantai-Pantai tersebut jarang diketahui masyarakat.

Diantaranya terdapat Pantai Sendiki, Pantai Selok, dan Pantai Tamban. Ketiga Pantai tersebut memiliki keunikan dan ciri khas masing-masing yang dapat merepresentasikan Pantai lainnya. Pantai Sendiki memiliki ciri kelebihan dalam bidang fasilitas serta keamanan yang ada di Pantainya, Pantai Selok memiliki kelebihan dalam bidang keindahan serta ketenangannya, sedangkan Pantai Tamban memiliki kelebihan dalam hal sejarahnya. Untuk memperkenalkan Pantai-Pantai tersebut maka diperlukan sebuah media yang dapat memperkenalkan atau mempromosikan Pantai-Pantai tersebut, diantaranya Pantai Sendiki, Pantai Selok, dan Pantai Tamban.

Dalam menyampaikan pesan tersebut kepada masyarakat dibutuhkan media edukatif yang tepat. Menurut Nugent (2005) dalam Smaldino dkk. (2008:310), media audio visual merupakan media yang cocok untuk beragam kegiatan edukasi. Media audio visual (film) mengemas pesan yang disampaikan secara cepat dan mudah diingat. Melalui stimulasi audio visual hal-hal yang abstrak dapat diperjelas menjadi lebih realistis. Dengan stimulasi audio visual media film dapat mengembangkan pemikiran dan imajinasi audiens.

Dalam hal ini Penulis memutuskan untuk membuat video sebagai sarana media promosi Pantai tersebut, karena video merupakan media promosi yang memiliki pengaruh yang tinggi dalam melakukan promosi. Selain itu, media promosi ini akan memberikan pengetahuan dan edukasi kepada penduduk lokal maupun mancanegara mengenai keindahan alam yang belum dikenal sebelumnya. Dengan meningkatnya pengetahuan akan lokasi wisata tersebut, maka meningkat juga potensi lokasi wisata tersebut untuk menggaet pengunjung.

Perlunya pendekatan emosional dalam sebuah video promosi untuk menyampaikan pesan yang ingin disampaikan kepada audiens. Berdasarkan keperluan tersebut, maka penulis menggunakan Teknik *cinematic* dalam video perancangan video promosi Pantai Sendiki, Pantai Selok, dan Pantai Tamban di Kabupaten Malang Selatan. Pendekatan emosi dapat dilakukan dengan berbagai macam Teknik, salah satunya dengan Teknik *cinematic*.

Pengemasan video yang dirancang menggunakan Teknik *cinematic*, penggunaan Teknik *cinematic* ini digunakan karena video yang dibuat akan memuat konten-konten teknis seperti *black bar*, *framing*, dan tone warna. Pendekatan yang akan digunakan pada konsep ini menggunakan pendekatan emosional, pendekatan ini ditampilkan melalui tone warna, *motion* grafis, *background music*, dan juga transisi antar frame.

1.2 Identifikasi Masalah

Dalam perancangan ini terdapat beberapa identifikasi masalah yang terkait. Adapun identifikasi masalah sebagai berikut:

1. Masyarakat belum mengetahui informasi mengenai wisata alam dalam sektor Pantai di Malang Selatan.
2. Kurang dikenalnya daerah wisata alam seperti Pantai Sendiki, Pantai Selok, dan Pantai Tamban.
3. Belum adanya media promosi untuk mengenalkan Pantai-Pantai di Malang Selatan.

1.3 Rumusan masalah

Bagaimana merancang video promosi yang bertujuan untuk memberikan informasi serta memperkenalkan destinasi wisata alam Pantai Selok, Pantai Sendiki, dan Pantai Tamban dengan konsep *adventure cinematic* melalui pendekatan emosional.

1.4 Batasan Masalah

1. Perancangan ini dibataskan pada pemberian informasi di Pantai Selok, Pantai Sendiki, dan Pantai Tamban.
2. Perancangan video promosi hanya di lakukan di tiga Pantai di daerah Malang Selatan, yaitu Pantai Sendiki, Pantai Tamban, Pantai Selok.
3. Perancangan video promosi lebih menekankan pada keindahan, fasilitas serta kegiatan yang terdapat di kawasan Pantai.

1.5 Tujuan Perancangan

1. Membuat video promosi yang mengenalkan Pantai Sendiki, Pantai Selok, dan Pantai Tamban.
2. Memperkenalkan potensi pariwisata Pantai-Pantai yang terdapat di Malang Selatan kepada masyarakat melalui media audio visual.
2. Memberikan informasi mengenai apa saja potensi yang ada di Pantai Sendiki, Pantai Selok, dan Pantai Tamban.
3. Membuat video promosi yang mudah diakses audiens melalui media sosial.

1.6 Manfaat Perancangan

Manfaat yang dapat di peroleh dari perancangan ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Perancangan Untuk penulis

Penulis mendapatkan manfaat untuk memahami lebih dalam tentang media video promosi sebagai referensi destinasi wisata dalam lingkup Desain Komunikasi Visual

2. Manfaat Perancangan Untuk Desain Komunikasi Visual

Dalam Desain Komunikasi Visual, perancangan ini diharapkan dapat menjadi referensi dalam perancangan dengan tema yang bersangkutan agar bermanfaat bagi perancangan atau penelitian berikutnya.

3. Manfaat Untuk Wisatawan

Wisatawan mendapatkan informasi serta gambaran mengenai keindahan Pantai Malang sebagai referensi untuk tujuan berwisata.

4. Manfaat Bagi Stakeholder

Perancangan ini dapat dijadikan strategi untuk mempromosikan potensi wisata Pantai di daerah Malang Selatan serta meningkatkan pendapatan daerah pada bidang pariwisata.

1.7 Ruang Lingkup

2. Observasi

Dalam perancangan ini penulis melakukan observasi langsung ke tempat penelitian guna dapat memberikan konten pada video berupa potensi wisata Pantai-Pantai di daerah Malang Selatan seperti keindahan dan keunikan apa saja yang dimiliki Pantai tersebut. Kemudian melakukan observasi langsung segmen yang telah di targetkan antara lain yaitu para wisatawan dan traveler.

3. Interview

Wawancara dilakukan kepada anggota pengawas Pantai dan masyarakat sekitar. Riset ini dilakukan untuk mengetahui lebih dalam aktifitas serta potensi yang dimiliki oleh Pantai Sendiki, Pantai Selok, dan Pantai Tamban.

4. Studi Literatur

Mengumpulkan data yang berhubungan dengan video promosi, dan profil tentang wisata Pantai Sendiki, Pantai Selok, dan Pantai Tamban.

5. Studi Eksisting

Mencari referensi media yang sudah ada untuk di jadikan acuan dalam perancangan ini.

1.8 Rencana Luaran

1. *Storyboard* video promosi Pantai Sendiki, Pantai Selok, Pantai Tamban.
2. Video promosi dengan durasi masing-masing kurang lebih 1 menit.

1.9 Studi yang dilakukan

a. Riset Konten:

1. Observasi ke lapangan untuk mengetahui informasi serta keadaan langsung Pantai Sendiki, Pantai Selok, dan Pantai Tamban.
2. Wawancara mendalam kepada anggota atau pengurus Pantai Sendiki, Pantai Selok, dan Pantai Tamban.
3. Studi acuan mengenai video promosi dalam kategori *traveling* dan *adventure*.

b. Riset Teknis Video:

1. Pengambilan *test footage* di lapangan guna mengetahui keadaan, warna, dan sampel gambar lingkungan sekitar.
2. Riset mengenai teknis pembuatan video promosi.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kajian Video Promosi

2.1.1 Definisi Video

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, video adalah teknologi pengiriman sinyal elektronik dari suatu gambar gerak. Dalam Bahasa Latin diartikan “Saya Lihat”. Karena dinamakan dalam kecepatan yang tinggi, maka tercipta ilusi gerak yang halus. Semakin besar nilai *frame rate*, maka akan semakin halus pergerakan yang ditampilkan. Video merupakan seperangkat komponen atau media yang mampu menampilkan gambar sekaligus suara secara bersamaan dikarenakan terjadinya gambar secara optis dan juga elektronik. (Baksin, 2009).

Perkembangan itu tidak terlepas dari kemajuan teknologi yang semakin lama mampu menggabungkan unsur-unsur gambar gerak dengan suara dan terciptalah video yang dikenal pada saat ini. Video dibagi menjadi dua jenis:

- *Video Analog*

Video analog merupakan produk dari industri pertelevisian dan oleh sebab itu dijadikan sebagai standar televisi, system kerja video analog adalah gambar dan suara yang direkam dalam bentuk sinyal magnetic dan disimpan pada pita magnetic.

- *Video Digital*

Video digital merupakan jenis video yang direkam menggunakan *system* digital dan biasanya video digital direkam menggunakan *tape camcorder* dan lain-lain, kemudian didistribusikan melalui *optical disk*, misalnya VCD dan DVD.

2.1.2 Definisi Video Promosi

Video promosi merupakan video yang digunakan untuk kepentingan dalam mempromosikan suatu benda/jasa. Pada dasarnya sebuah video promosi menurut beberapa praktisi terdiri dari elemen naratif dan elemen videografi. Kedua elemen tersebut akan berinteraksi satu sama lain dalam membentuk sebuah film atau video yang dapat bercerita.

- Elemen Naratif

Elemen naratif meliputi berbagai hal yang berhubungan mengenai jalan cerita sebuah video. Berikut merupakan beberapa aspek elemen yang diterapkan pada elemen naratif adalah: tema, cerita, plot, dan karakter.

- Elemen Videografi

Elemen videografi berhubungan dengan visualisasi video seperti: komposisi video, tonal warna, *framing angle video*, dan sebagainya.

2.1.3 Aspek Kamera dan Film

a. Jenis Kamera dan Film

Pada penggunaan kamera dan film akan meliputi jenis kamera dan film. Jenis kamera yang digunakan pada film dikelompokkan dua jenis yaitu kamera film dan kamera digital. Kamera film menggunakan format seluloid sementara kamera digital merupakan format video (Prasista, 2008, hal. 90).

b. Tonalitas

Tonalitas merupakan suatu pengaturan kualitas dari gambar dan warna, melalui pengaturan kontras, *brightness*, *color*, dan lainnya sehingga gambar bias diatur lebih gelap atau terang serta warna dapat diatur lebih muda atau tua (Prasista, 2008, hal. 91)

c. Kecepatan Gerak Gambar

Pada kecepatan gerak gambar dikenal dengan istilah *slow motion* serta *fast motion* yaitu, kecepatan gerak yang lebih cepat atau lambat dari kecepatan normal. Kamera pada umumnya memiliki kecepatan normal 24 *frame per second (fps)*. Jika hendak merekam sebuah adegan dengan kecepatan cepat maka harus kurang dari 24*fps*. Sebaliknya jika ingin mendapatkan adegan dengan kecepatan lambat maka harus lebih dari 24*fps* (Prasista, 2008, hal.93). Teknik tersebut memiliki kegunaan masing-masing sebagai berikut:

- *Slow motion*

Fungsi dari *slow motion* pada umumnya digunakan untuk memberi efek dramatic pada sebuah momen atau peristiwa.

- *Fast motion*

Fungsi dari *fast motion* pada umumnya digunakan untuk menunjukkan aktifitas rutin pada sebuah ruang public, serta suasana jalan raya yang ramai, pejalan kaki, dan sebagainya.

- *Reverse motion*

Fungsi dari *reverse motion* adalah untuk membalikan kembali sebuah *shot* atau berjalan mundur dengan menggunakan kecepatan normal, lebih cepat, atau lebih lambat.

d. Penggunaan Lensa

Lensa bekerja hampir sama dengan mata manusia, lensa juga mampu memberikan efek ke dalaman, ukuran, serta dimansi suatu objek ruang. “Setiap lensa akan memberikan efek perspektif yang berbeda karena memiliki *focal legth* (Panjang titik api) yang berbeda. Secara umum lensa dikelompokkan menjadi tiga jenis berdasarkan titik apinya, yakni. *Short focal leght*, *normal focal leght*, dan *long focal leght*. Sementara lensa *zoom* merupakan jenis lensa yang mampu mengubah Panjang titik apinya ketika gambar diambil (Prasista, 2008, hal.95).

2.2 Kajian Unsur Sinematografi

Sinematografi memiliki arti cara-cara atau ilmu membuat gambar bergerak. Jika arti fotografi adalah menangkap gambar tunggal dengan cahaya maka sinematografi adalah menangkap gambar tunggal secara terus menerus dan konstan. Yang harus dipelajari dari sinematografi adalah seni untuk bercerita. Siapapun dapat merekam film namun yang disebut sinematografi adalah tata cara menyajikan apa yang harus dilihat oleh pemirsa dan bagaimana hal tersebut disajikan. Sinematografer bertanggung jawab di semua bidang yang berhubungan dengan aspek visual sebuah film. Sinematografi memiliki berbagai unsur meliputi alat perekam atau kamera, framing, dan durasi gambar.

1) Alat perekam/kamera

Pada produksi film terdapat 2 jenis kamera yang digunakan secara umum yaitu kamera seluloid yang menggunakan film dan kamera digital. Kamera seluloid menggunakan gulungan film sebagai media perekamnya. Penggunaan kamera ini sudah semakin ditinggalkan memasuki era digitalisasi saat ini.

2) *Framing*

Framing merupakan batasan antara *frame* kamera dengan gambar yang direkam. Ada beberapa aspek yang harus diperhatikan dalam *framing*.

a. Dimensi *Frame*

Dimensi *frame* atau *aspect ratio* merupakan perbandingan ukuran lebar dan tinggi pada *frame* video. secara umum *aspect ratio* dibagi menjadi tiga yaitu, *fullscreen* dengan *ratio* 1.33:1 atau 4:3, *widescreen* dengan *ratio* 1.85:1 atau 16:9, dan *anamorphic* yang memiliki *ratio* 2.35:1. Format *widescreen* merupakan *aspect ratio* yang digunakan secara umum untuk film berdefinisi tinggi.

b. Jarak, Sudut & Ketinggian Kamera

1) Jarak

Merupakan jarak kamera dengan posisi objek yang ada dalam *frame* kamera. Ada beberapa jenis jarak pengambilan gambar dalam sebuah film yaitu:

- *Extreme Long Shot*

Mengambarkan daerah yang sangat luas. *Extreme Long Shot* menampilkan semua figur beserta lingkungan disekitarnya. Menggunakan *extreme Long Shot* dapat membuat *scene* menjadi lebih impersonal dan menjelaskan skala dalam lingkungan tersebut (Naratama, 2004).

- *Long Shot*
Pengambilan gambar dengan jarak *full shot* merupakan pengambilan jarak terjauh. Berfungsi untuk memperlihatkan lingkungan sekitar. *Long Shot* juga berfungsi untuk memperkenalkan sebuah *scene* baru, dimanakah tokoh berada, dilingkungan apa dan apa yang sedang dikerjakan. Sesekali *Long Shot* digunakan untuk menampilkan variasi *scene*.
- *Medium shot*
Medium shot menampilkan tubuh manusia $\frac{3}{4}$ dari kaki keatas. Figur mendominasi frame, bertujuan agar audiens dapat memahami ekspresi dari figur tersebut. Digunakan pada saat adegan percakapan dan pertemuan antar figur.
- *Medium Long Shot*
Teknik ini memiliki tujuan yang sama dengan *Long Shot*. Hanya saja pada teknik ini batas pengambilan gambar dimulai dari bawah lutut kaki sampai ke atas kepala. Ruang yang diambil tentunya lebih sempit dari teknik *Long Shot*.
- *Close up*
Close up digunakan untuk mengambil detail gambar yang kecil. Biasanya dalam konteks figur, *close up* digunakan untuk mengambil gambar wajah. Biasa juga digunakan untuk mengambil detail-detail suatu objek. Atau digunakan untuk merekam dialog yang bersifat intim.

2) Pergerakan Kamera

Setelah menentukan sudut dan peletakkan kamera yang benar maka selanjutnya adalah menggerakkan kamera. Pergerakan kamera berfungsi untuk mengikuti objek yang direkam. Berikut adalah beberapa teknik pergerakan kamera:

- *Pan*
Pan atau *panning* merupakan pergerakan kamera secara horizontal. Dengan ketinggian statis. Berfungsi untuk menggambarkan panorama luas dan terus menerus. Penggunaan pan harus diperhatikan.
- *Tilt*
Kamera mnyorot keatas atau kebawah tanpa mengubah sumbu geraknya. Pergerakan kamera ini lebih jarang digunakan. Biasa digunakan untuk mengambil gambar ketinggian gedung atau figur yang tinggi, maka keseluruhan profil dapat terekam secara runtun.
- *Move in/out*
Merupakan gerakan kamera mendekati atau menjauhi objek yang akan direkam tanpa memindahkan posisi kamera. Penggunaan *move in/out* akan jauh lebih baik jika menggunakan *slider*.

3) Durasi gambar

Durasi gambar yang dimaksud adalah lama waktu dari setiap shot. Setiap *shot* memiliki variasi waktu yang berbeda. Biasanya satu *shot* memiliki durasi beberapa detik antara 4-8 detik dan yang paling lama sekitar 20 detik.

2.3 Editing

Editing merupakan tahap *post production* didalam pembuatan film. dilakukan setelah pengambilan gambar telah selesai semua dan seusai naskah. Pada tahap awal editing pembuat film memilah dan menyusun *footage* yang nantinya ditayangkan didalam film. lalu menghubungkan perpindahan antar *scene*. Berikut merupakan transisi antar *scene* yang umum digunakan.

1. *Cut*

Merupakan transisi antar *scene* yang umum dilakukan. Perpindahannya secara langsung. *Scene* 1 langsung berubah menjadi *scene* 2. Transisi ini berfungsi untuk menuntun audiens antar *scene* secara langsung.

2. *Wipe*

Transisi antar *scene* dimana *scene* 1 akan bergeser posisinya kearah kanan atau kiri dan dilanjutkan ke *scene* 2.

3. *Dissolve*

Dissolve merupakan transisi antar *scene* dimana *scene* 1 ditumpuk oleh *scene* 2 namun samar-samar hingga transparansi *scene* 2 menjadi tinggi dan menggantikan *scene* 1. Digunakan untuk menuntun audiens secara perlahan antar *scene*.

4. *Fade*

Fade hampir sama dengan dissolve namun *scene* 1 akan berubah menjadi gambar gelap terlebih dahulu hingga sepenuhnya hitam lalu *scene* 2 muncul dengan transparansi rendah hingga akhirnya muncul seutuhnya. Digunakan untuk mentransisi *scene* yang settingnya berbeda.

5. *Rotate Clockwise/Counter Clockwise*

Transisi ini merupakan jenis transisi yang harus dilakukan secara manual atau dengan preset. Transisi ini merupakan transisi antar *scene* dimana dalam pergantiannya *footage scene* 1 akan diputar dan tengah perputaran *footage scene* 1, akan langsung digantikan dengan *scene* 2 hingga akhirnya muncul seutuhnya.

6. *Zoom In/out*

Transisi ini bukan merupakan jenis transisi yang harus dilakukan secara manual atau dengan preset. Transisi ini merupakan transisi antar *scene* yang menggunakan scale pada *footage* video. *Scene* 1 akan di *zoom out* / *zoom in* lalu akan digantikan dengan *scene* 2.

2.4 Promosi Kepariwisata

Promosi merupakan bagian dari proses pemasaran yang termasuk salah satu aspek dalam bauran pemasaran (*marketing mix*), aktifitas promosi kepariwisataan secara prinsip merupakan kegiatan komunikasi, yang dilakukan oleh organisasi penyelenggara pariwisata yang berusaha mempengaruhi khalayak atau pasar wisatawan yang merupakan tumpuan atau sasaran dari penjualan produk wisatanya (Sunaryo, 2013, hal.177).

Tahapan promosi pariwisata biasanya diawali dengan melakukan Analisa pasar yang kegiatannya meliputi paling tidak tahapan-tahapan aktivitas sebagai berikut:

1. Penetapan tujuan promosi

2. Menetapkan beberapa statmen alternatfef berkaitan dengan perbedaan strategi bauran promosi kepariwisataan yang memungkinkan untuk mencapai tujuan.
3. Tahapan tadi harus mempertimbangkan beberapa hal, diantaranya: menganalisis seluruh kemungkinan metode promosi pariwisata yang tersedia, biaya yang tersedia, posisi kompetitif destinasi dan produk wisata yang ada, evaluasi danri program promosi wisata sebelumnya, sikap dan perilaku wisatawan terhadap produk wisata yang akan dijual, serta asumsi mengenai kegiatan promosi yang efektif.
4. Membuat solusi dalam bentuk serangkaian tujuan promosi pariwisata yang terukur dengan memperhitungkan target *audience*.
5. Penilaian dari rencana promosi wsata agar sesuai dengan anggaran yang diperlukan.
6. Jika perlu, tujuan promosi wisata dan alternatif pencapaian bisa ditinjau kembali.

2.5 Studi Media Sosial

2.5.1 Peran Media Sosial Dalam Promosi Wisata

Seiring perkembangan zaman, perkembangan ilmu komunikasi tidak dapat dipisahkan dengan teknologi informasi. Tanpa adanya komunikasi, informasi tidak dapat disampaikan. Di era globalisasi saat ini, teknologi komunikasi dan informasi memegang peran penting dalam berbagai aspek.

Dari data yang dirilis oleh We are Singapore Januari 2014, daftar pengguna internet dunia berkisar antara 2,5 miliar, sedangkan pengguna aktif sosia media didunia berjumlah 1,86 miliar dan 635 juta orang asia berlangganan internet melalua handphone. Apabila mengacu pada data statistic tersebut, maka media sosial dapat digunakan dalam pengembangan promosi daerah. Mengingat media digital memiliki peran yang cukup besar guna memberikan informasi seuas-luasnya tentang potensi dan daya Tarik pariwisata.

Mentri pariwisata Republik Indonesia Bapak Arif Yahya menyampaikan “digital media empat kali lipat lebih efekti price performance-nya disbanding dengan media konvensional. Kalau kita mengeluarkan uang 100juta di media konvensional bisa mempengaruhi 100 orang, sedang kan di media sosial uang 100juta dapat mempengaruhi 400 orang, karena media sosial sudah seperti virus” . media sosial dapat membantu meningkatkan kunjungan wisatawan ke Indonesia, terlebih bagi anak-anak muda dengan karakteristik media yang horizontal.

2.5.2 Kelebihan Media Sosial

Media sosial seperti facebook, Instagram, dan youtube memiliki sejumlah manfaat bagi perusahaan dan lebih cepat dari media konvensional seperti media cetak dan iklan TV, brosur dan selebaran. Berikut ini adalah beberapa kelebihan media sosial dibanding dengan media konvensional, antara lain:

1. Kesederhanaan

Dalam sebuah produksi media konvensional dibutuhkan keterampilan marketing yang unggul. Sedangkan media sosial sangat mudah digunakan bagi semua kalangan, yang dibutuhkan untuk mengakses media sosial hanyalah *gadget* (komputer/*handphone*) dan koneksi internet.

2. Membangun hubungan

Sosial media menawarkan kesempatan untuk berinteraksi dengan pelanggan dan membangun hubungan. Perusahaan mendapatkan *feedback* langsung, ide, pengujian dan mengelola layanan pelanggan dengan cepat.

3. Jangkauan global

Melalui media sosial, bisnis dapat mengkomunikasikan informasi dalam sekejap, terlepas dari lokasi geografis. Media sosial juga memungkinkan untuk menyesuaikan konten setiap segmen pasar dan memberikan kesempatan bisnis untuk mengirimkan pesan ke lebih banyak pengguna.

4. Terukur

Dengan sistem *tracking* yang mudah, pengiriman pesan dapat terukur, sehingga perusahaan langsung dapat mengetahui efektifitas promosi.

2.5.3 Media Sosial Youtube

YouTube berdiri pada Februari 2005 dan telah berkembang dengan pesat. Menurut statistik dari *website* resmi *Youtube* (youtube.com), *YouTube* memiliki lebih dari satu miliar pengguna hampir sepertiga dari semua pengguna internet dan setiap hari, orang menonton ratusan juta video setiap jam di *YouTube* dan menghasilkan miliaran kali penayangan.

YouTube secara keseluruhan, dan bahkan di perangkat seluler saja, telah menjangkau lebih banyak audiens yang berusia 18-34 dan 18-49 tahun daripada jaringan televisi kabel mana pun di Amerika Serikat.

Pertumbuhan waktu menonton di *YouTube* semakin cepat dan naik minimal 50% dari tahun ke tahun selama 3 tahun berturut-turut. Jumlah orang yang menonton *YouTube* per hari naik sebesar 40% sejak Maret 2014 dan jumlah pengguna yang mengunjungi *YouTube* naik lebih dari 3 kali lipat per tahun.

YouTube menjadi mesin pencari terbesar kedua di dunia, setelah Google pada peringkat pertama (yang memiliki *YouTube*). Hal ini berarti orang selalu mencari informasi menggunakan *YouTube* dan menemukan video yang berkaitan dengan topik yang mereka cari. Beberapa hal yang menjadi aspek dalam *YouTube* sendiri salah satunya:

a. Youtube Video

YouTube menyediakan cara yang mudah bagi orang untuk menyimpan video online dan berbagi dengan orang lain. *YouTube* video men-cover semua topik video yang menurut orang-orang penting untuk diupload dan ditonton. Video mudah untuk dibagi melalui bentuk lain, mulai dari social media, email dan *website* dan juga dapat di-embed ke dalam situs-situs lain. Di samping setiap video di *YouTube* terdapat daftar *suggested videos*, yaitu video yang dikalkulasi mesin pencari *YouTube*, yang akan memberikan referensi kepada orang lain tentang video yang Anda tonton.

YouTube mendorong audiens untuk mengungkapkan pendapat mereka dari video yang mereka tonton, menyimpan video untuk ditonton nanti, atau berbagi video yang mereka sukai. Pengguna dapat membuat video publik yang dapat dilihat oleh siapa pun, atau berbagi secara pribadi dengan orang yang dipilih.

2.5.4 Youtube Sebagai Media Promosi

Pengaplikasian promosi dengan media sosial, bergantung dari efektivitas dalam penggunaannya. Media sosial yang dapat mempresentasikan produk secara audio visual salah satunya adalah *YouTube*.

Terdapat beberapa hal yang dapat dicapai ketika menggunakan *Youtube* sebagai media promosi produk, diantaranya adalah sebagai berikut :

- Mendemonstrasikan produk
- Menciptakan komunitas
- Menunjukkan keahlian
- Menghemat *bandwidth*

- Menunjukkan ‘*personality*’ merk Anda
- Memanfaatkan *event* atau promosi
- Memecahkan masalah *customer*

2.6 Studi Acuan

2.6.1 Iceland – James Nicholas



Gambar 3 Video Iceland - James Nicholas (youtube.com)

a. Iceland - James Nicholas

Video ini menceritakan tentang James Nicholas yang sedang melakukan petualangan di Islandia. Mengabadikan momen-momen yang bisa dilakukan di Islandia. Momen-momen yang diabadikan berfokus pada keindahan alam yang ada di Islandia. Pengambilan gambar pada video ini menggunakan *Canon 1dx mark II*, *Mavic pro*, *Gopro hero 4 black*, dan *Canon 80 D*. Berdasarkan catatan dari James Nicholas, pengambilan gambar pada video ini memakan waktu kurang lebih selama 1 minggu.

Data Video:

- Durasi: 3 menit 50 detik
- Kecepatan Gambar : Normal, *Slow motion*, *Fast foward*, *Time lapse*
- Tone Warna : *Cold* / dingin, lebih mengarah ke warna biru
- Transisi : *Cut*, *Masking*, *Dissolove*, *Slide*, *Zoom*
- Konten : Mempilkan keindahan alam Negara Islandia
- Jarak Shot : *Extreme Long Shot*, *Medium shot*, *Close up*, *Extreme close up*

- Angle Kamera : *Aerial* (drone), *High angle*, Normal
- Gerakan Kamera : *Pan*, *Tilt*, lebih sering menggunakan *Move in/out*
- Lighting : Menggunakan cahaya alami
- Talent : James Nicholas dan teman-temannya, Wisatawan lain
- *Motion Graphic* : Pada saat *intro* dan *ending*
- Ukuran Frame : 16:9 disajikan dalam layar beresolusi 1080p

b. Analisis

1. *Intro*



Gambar 4 *Intro* Video Iceland - James Nicholas (youtube.com)

- Kecepatan Gambar : *Slow motion*, *Fast forward*
- Jarak Shot : *Ekstreme Long Shot*, *Close up*
- Angle Kamera : *High angle*
- Gerakan Kamera : *Pan*, *Tilt*,
- Transisi : *Slide*, *Cut*
- *Motion Graphic* : Nama/Judul video
- Tone Warna : *Cold*, lebih mengacu ke warna biru.

2. Preview Aktor



Gambar 5 Privity Aktor Iceland - James Nicholas (youtube.com)

- Kecepatan Gambar : *Slow motion, Fast foward*
- Jarak Shot : *Long Shot, Close up, Medium*
- Angle Kamera : Normal
- Gerakan Kamera : *Pan, Tilt, Move in/out*
- Transisi : *zoom in/out*, namun lebih dominan menggunakan *Cut*
- Tone Warna : *Cold*, lebih mengacu ke warna hijau

3. Fase *Build Up* Tempo



Gambar 6 Fase *Build Up* Tempo Video Iceland - James Nicholas (youtube.com)

- Kecepatan Gambar : Normal, *Slow motion, Fast foward* (cenderung digunakan untuk transisi antar *footage*)

- Jarak Shot : *Long Shot, Ekstreme Long Shot , Medium*
- Angle Kamera : *Normal, High, Aerial (drone)*
- Gerakan Kamera : *Pan, Tilt, Move in/out*
- Transisi : *zoom in/out*, namun lebih dominan menggunakan *Cut*
- Tone Warna : *Cold*, lebih mengacu ke warna biru

4. *Footage* Kegiatan di Tempat Wisata



Gambar 7 *Footage* Kegiatan Video Iceland - James Nicholas (youtube.com)

- Kecepatan Gambar : *Normal, Slow motion, Fast foward*
- Jarak Shot : *Long Shot, Ekstreme Long Shot , Medium, Close up, Extreme close up*
- Angle Kamera : *Normal, High*
- Gerakan Kamera : *Pan, Tilt, Move in/out*
- Transisi : *Cut* (Untuk transisi di lokasi yang sama), *Zoom in/out, Slide, Mask* (untuk transisi di lokasi yang berbeda)
- Tone Warna : *Cold*, lebih mengacu ke warna biru

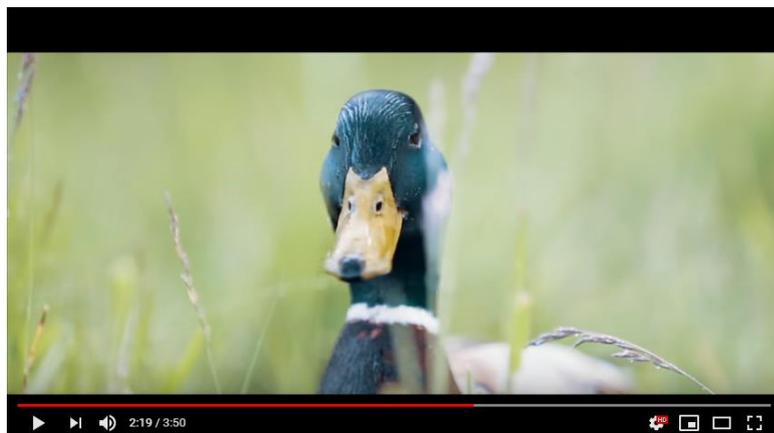
5. Footage Keindahan Tempat Wisata



Gambar 8 Footage Keindahan Video Iceland - James Nicholas (youtube.com)

- Kecepatan Gambar : Normal, *Slow motion*, *Fast forward*
- Jarak Shot : *Long Shot*, *Ekstreme Long Shot* , *Medium*, *Close up*
- Angle Kamera : Normal, *High*, *Aerial* (drone)
- Gerakan Kamera : *Pan*, *Tilt*, *Move in/out*
- Transisi : *Cut* (Untuk transisi di lokasi yang sama), *Zoom in/out*, *Slide*, *Mask*, *Dissolve* (untuk transisi di lokasi yang berbeda)
- Tone Warna : *Cold*, lebih mengacu ke warna biru

6. Footage Aset Tempat Wisata



Gambar 9 Footage Aset Video Iceland - James Nicholas (youtube.com)

- Kecepatan Gambar : Normal, *Slow motion*, *Fast forward*
- Jarak Shot : *Long Shot*, *Ekstreme Long Shot* , *Medium*, *Close up*, *Extreme close up*
- Angle Kamera : Normal, *High*, *Aerial* (drone)
- Gerakan Kamera : *Pan*, *Tilt*, *Move in/out*
- Transisi : *Cut* (Untuk transisi di lokasi yang sama), *Zoom in/out*, *Slide*, *Mask*, *Dissolve* (untuk transisi di lokasi yang berbeda)
- Tone Warna : *Cold*, lebih mengacu ke warna biru (terkadang mengacu pada warna hijau untuk *footage* tumbuhan)

7. *Ending Video*



Gambar 10 *Ending Video Iceland* - James Nicholas (youtube.com)

- Kecepatan Gambar : Normal, *Slow motion*, *Fast forward*
- Jarak Shot : *Long Shot*, *Ekstreme Long Shot* , *Medium*, *Close up*, *Extreme close up*
- Angle Kamera : Normal, *High*, *Aerial* (drone)
- Gerakan Kamera : *Pan*, *Tilt*, *Move in/out*
- Transisi : *Cut*, *Zoom in/out*, *Slide*, *Mask*, *Dissolve*
- *Motion Graphic* : “ @jamesnicholas55 “ Nama akun sosial media (Instagram) James Nicholas
- Tone Warna : *Cold*, lebih mengacu ke warna biru.

c. Kesimpulan

Video Iceland – James Nicholas ini memberikan penulis bagaimana cara melakukan teknis editing berupa transisi, tone warna dan penyesuaian *background* dengan *footage* video. Selain itu didapatkan acuan pengambilan gambar secara *aerial*.

Komunikasi yang disampaikan video ini dapat menjadi acuan dalam membuat naskah video.

2.2.2. Pantai Sendiki Surga Tersembunyi yang Masih Alami



Gambar 11 Pantai Sendiki - Malang Strudel (youtube.com)

a. Pantai Sendiki Surga Tersembunyi yang Masih Alami

Video ini menceritakan tim Amazing Malang yang tengah berpetualang ke Pantai Sendiki. Pendekatan pada video ini dengan menggunakan narasi yang menjelaskan tentang rute jalan, keindahan serta aset-aset yang terdapat di Pantai Sendiki.

Data Video:

- Durasi: 3 menit 28 detik
- Kecepatan Gambar : Normal, *Slow motion*
- Tone Warna : Natural/Asli, menyatu dengan alam
- Transisi : *Cut, Fade out*
- Konten : Mempilkan keindahan serta informasi mengenai rute, fasilitas, kegiatan dan aset Pantai Sendiki
- Angle Kamera : *Aerial* (drone), *High angle*, Normal

- Gerakan Kamera : *Pan, Tilt, Move in/out, handle*
- Lighting : Menggunakan cahaya alami
- Talent : Tim Amazing Malang Strudel, dan wisatawan
- Narasi : Suara yang menjelaskan tentang informasi mengenai Pantai Sendiki
- *Motion Graphic* : Pada saat *intro* dan *ending*
- Ukuran Frame : 4:3 disajikan dalam resolusi 720p

b. Analisis

1. *Intro*



Gambar 12 *Intro* Pantai Sendiki - Malang Strudel (youtube.com)

- Kecepatan Gambar : Normal
- Tone Warna : Natural/Asli, menyatu dengan alam
- Transisi : *Cut*
- Angle Kamera : *Aerial (drone), High angle, Normal*
- Gerakan Kamera : *Pan, Tilt, Move in/out, handle*
- Talent : Tim Amazing Malang Strudel
- Narasi : Suara yang menjelaskan tentang informasi mengenai Pantai Sendiki
- *Motion Graphic* : Teks “ PANTAI SENDIKI “

2. *Scene* Rute Perjalanan



Gambar 13 *Scene* Rute Pantai Sendiki - Malang Strudel (youtube.com)

- Kecepatan Gambar : Normal
- Tone Warna : Natural/Asli, menyatu dengan alam
- Transisi : *Cut*
- Angle Kamera : *Aerial (drone), High angle, Normal*
- Gerakan Kamera : *Pan, Tilt, Move in/out, handle*
- Narasi : Menjelaskan rute perjalanan yang dilewati dan nama lokasi Pantai Sendiki

3. *Scene* Tiba di Daerah Sekitar Pantai



Gambar 14 *Scene* Tiba Pantai Sendiki - Malang Strudel (youtube.com)

- Kecepatan Gambar : Normal
- Jarak Shot : Normal, *Long Shot*
- Tone Warna : Natural/Asli, menyatu dengan alam

- Transisi : *Cut*
- Angle Kamera : Normal
- Gerakan Kamera : *Pan, Tilt, Move in/out, handle*
- Narasi : Menjelaskan mengenai informasi biaya masuk ke Pantai Sendiki

4. *Scene* Tiba di Lokasi Pantai Sendiki



Gambar 15 *Scene* Tiba di Lokasi Pantai Sendiki - Malang Strudel (youtube.com)

- Kecepatan Gambar : Normal
- Jarak Shot : Normal, *Long Shot*
- Tone Warna : Natural/Asli, menyatu dengan alam
- Transisi : *Cut, Fade out*
- Angle Kamera : Normal, *High angle, Low angle*
- Gerakan Kamera : *Pan, Tilt, Move in/out, handle*
- Narasi : Menjelaskan mengenai keindahan, aset, fasilitas Pantai Sendiki

5. *Scene* Keindahan Pantai Sendiki



Gambar 16 *Scene* Keindahan Pantai Video Pantai Sendiki - Malang Strudel (youtube.com)

- Kecepatan Gambar : Normal, *Slow motion*
- Jarak Shot : Normal, *Long Shot*
- Tone Warna : Natural/Asli, menyatu dengan alam
- Transisi : *Cut*
- Angle Kamera : Normal, *High angle, Aerial* (drone)
- Gerakan Kamera : *Pan, Tilt, Move in/out, handle*
- Narasi : Menjelaskan mengenai keindahan, aset, fasilitas Pantai Sendiki

6. *Scene* Kegiatan di Pantai Sendiki



Gambar 17 *Scene* Kegiatan di Pantai Video Pantai Sendiki - Malang Strudel (youtube.com)

- Kecepatan Gambar : Normal, *Slow motion*
- Jarak Shot : Normal, *Long Shot*
- Tone Warna : Natural/Asli, menyatu dengan alam
- Transisi : *Cut*
- Angle Kamera : Normal, *High angle, Aerial (drone)*
- Gerakan Kamera : *Pan, Tilt, Move in/out, handle*
- Narasi : Menjelaskan mengenai kegiatan, aset, fasilitas Pantai Sendiki

7. *Ending*



Gambar 18 *Ending* Video Pantai Sendiki - Malang Strudel (youtube.com)

- Kecepatan Gambar : Normal, *Slow motion*
- Jarak Shot : Normal, *Long Shot*
- Tone Warna : Natural/Asli, menyatu dengan alam
- Transisi : *Cut*
- Angle Kamera : Normal, *High angle, Aerial (drone)*
- Gerakan Kamera : *Pan, Tilt, Move in/out, handle*
- *Motion* Grafis : Logo Malang Strudel
- Narasi : Menjelaskan mengenai kegiatan, aset, fasilitas Pantai Sendiki

c. Kesimpulan

Pantai Sendiki Surga Tersembunyi yang Masih Alami ini memberikan penulis untuk memasukan informasi mengenai aset-aset di tempat wisata. Selain itu didapatkan acuan pengambilan gambar secara *aerial*.

2.7 Studi Mengenai *Adventure*

2.7.1 Definisi Kata *Adventure*

Dalam kamus bahasa indonesia *adventure* memiliki arti petualangan atau berpetualang. Jika diartikan lebih lanjut, petualangan adalah sesuatu pengalaman yang menarik, suatu perbuatan yang berani dan beresiko, perjalanan yang menantang, sesuatu yang tak biasa, sesuatu yang berbahaya dan sesuatu yang hebat. Para pelaku yang melakukan petualangan disebut petualang atau *adventurer*, mereka adalah orang yang menyukai sesuatu yang baru, yang jarang dilakukan oleh orang lain, sesuatu yang menantang yang mengandung resiko.

Ketika berpetualang, para petualang ini sering kali digambarkan dengan busana yang terbilang santai atau *casual*, biasanya berpenampilan menggunakan kain kaos yang dipadukan dengan *outdoor outfit* seperti jaket atau flannel. Tas besar untuk membawa barang bawaan yang banyak, biasanya tas yang digunakan adalah tas ransel atau carrier. Celana jeans atau cargo yang sering digunakan tergantung kenyamanan petualang itu sendiri. Sepatu yang relatif tidak selalu harus menggunakan sepatu *boots*, dan bisa menggunakan sepatu *casual* sehari-hari, tergantung dari kenyamanan petualang itu sendiri.

2.7.2 Definisi Wisata *Adventure*

Wisata petualangan adalah sebuah perjalanan rekreasi ke tempat-tempat terpencil atau eksotis dengan tujuan untuk menjelajahi atau terlibat dengan berbagai kegiatan keras. Sebagian besar melibatkan wisata petualangan hiking atau pergi ke daerah-daerah yang masih jarang diketahui orang dengan rute perjalanan yang menantang. Umumnya yang berhubungan dengan berkemah.

2.8 Proses Pembuatan Video Promosi

2.8.1 Tahap Pra Produksi

Pra produksi merupakan tahap paling awal yang dilakukan sebelum melakukan produksi video. Pra produksi kondisi dimana semua hal yang berhubungan dengan produksi dan proses syuting sudah disiapkan dengan baik, seperti biaya, *timeline*, *storyboard*, teknis, dan lain-lain. Tujuan dari tahap pra produksi ini adalah agar kinerja ketika proses produksi dapat dilakukan dengan maksimal.

2.8.2 Tahap Produksi

Produksi merupakan tahap dimana gambar sudah mulai diambil (*shooting*) untuk pengambilan *footage* video. Penggunaan alat dan teknis yang sudah disiapkan pada tahap praproduksi akan diaplikasikan pada tahap produksi.

2.8.3 Tahap Pasca Produksi

Pasca produksi merupakan tahap terakhir dari pembuatan video promosi ini. Pada tahap ini, gambar yang sudah diambil di tahap produksi akan diolah lebih lanjut. Pasca produksi bisa juga disebut dengan tahap editing. Proses editing merupakan proses yang mampu menyatukan gambar dari beberapa *footage* sehingga dapat menghasilkan video yang diinginkan.

2.9 Objek Wisata

2.9.1 Definisi Objek Wisata

Wisata dalam kamus besar bahasa Indonesia (KBBI) diartikan sebagai bepergian untuk memperluas pengetahuan, bersenang-senang, dan yang lain sebagainya. Sedangkan seseorang atau kelompok orang yang melakukan kegiatan perjalanan disebut sebagai wisatawan. Seperti yang tercantum dalam UU No.10 Tahun 2009, undang-undang tentang kepariwisataan, Pengertian tentang wisata diberikan batasan sebagai : kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara. Sunaryo (2013:1).

Secara lebih luas masih tercantum dalam undang undang diatas juga diterangkan mengenai pengertian kepariwisataan adalah, keseluruhan kegiatan yang terkait dengan pariwisata dan bersifat multidimensi dan multidisiplin yang muncul sebagai wujud kebutuhan setiap orang dan Negara serta interaksi antara wisatawan, Pemerintah, Pemerintah Daerah dan Pengusaha. (Sunaryo .2013:2) yang berarti bahwa pariwisata bersifat berkembang dan memiliki banyak kemungkinan yang berkaitan dengan peranan orang orang yang terlibat didalamnya.

2.9.2 Objek Wisata Pantai Sendiki

Pantai Sendiki terletak di Desa Tambakrejo, Kecamatan Sumbermanjing Wetan, Kabupaten Malang. Pantai ini bersebelahan dengan Pantai Tamban (berjarak sekitar 2km). Dari pusat Kota Malang, tempat liburan ini berjarak 68 km yang dapat ditempuh kurang lebih selama 2 jam perjalanan.



Gambar 19 Foto Pantai Sendiki (<https://zabhie.site/Pantai-sendiki-malang>)

2.9.3 Objek Wisata Pantai Tamban

Pantai Tamban merupakan sebuah Pantai di pesisir selatan yang terletak di tepi Samudera Indonesia secara administratif masuk dalam wilayah Dusun Tambakrejo, Desa Tambakrejo, Kecamatan Sumbermanjing Wetan, Kabupaten Malang, Jawa Timur. Pantai ini masih satu desa dengan Pantai Sendangbiru dan berjarak sekitar 65 km dari Kota Malang. Apabila menggunakan kendaraan bermotor, Pantai ini bisa ditempuh dengan waktu kurang lebih 2-3 jam perjalanan dari Kota Malang. Letak Pantai ini dekat dengan Pantai Sendiki yang berjarak 2km dari Pantai Tamban.



Gambar 20 Foto Pantai Tamban (<https://m.timesindonesia.co.id>)

2.9.4 Objek Wisata Pantai Selok

Pantai Selok terletak di desa Sumber bening ini memiliki keindahan yang tak kalah dengan Pantai-Pantai yang sudah terkenal. Masih sangat sedikit masyarakat yang tahu tentang keberadaan Pantai ini. Pantai selok merupakan Pantai yang masih bersih dan masih terjaga kealamiannya. Kelebihan Pantai Selok dibanding Pantai-Pantai lainnya adalah airnya yang sangat jernih, dan cocok untuk dijadikan spot berkemah.



Gambar 21 Foto Pantai Tamban (www.dakatour.com)

BAB III

METODELOGI RISET

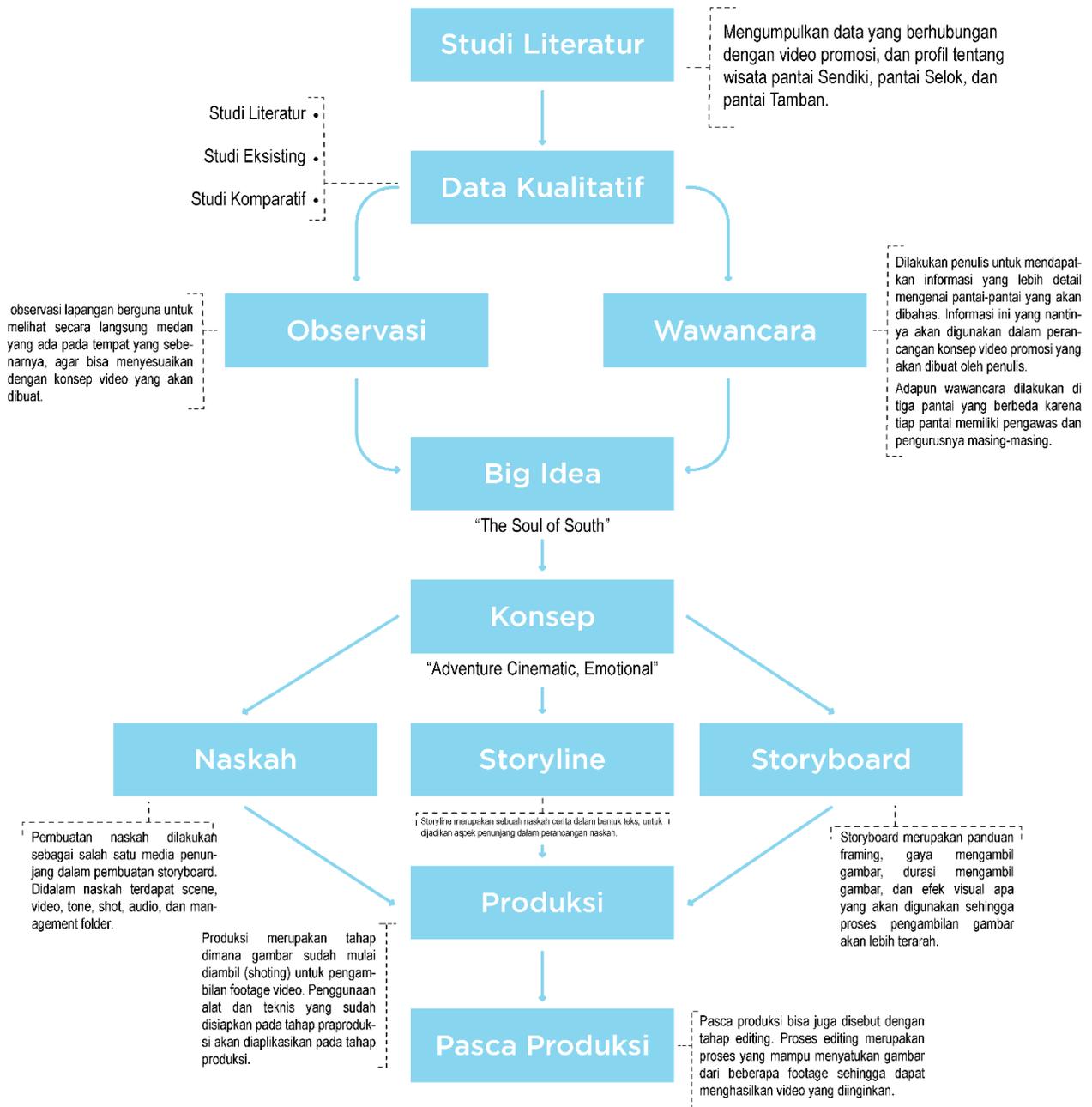
3.1 Definisi Judul

Pada perancangan ini judul yang diangkat adalah “Perancangan Video Sebagai Media Promosi Pantai Sendiki, Pantai Tamban, dan Pantai Selok Kabupaten Malang Dengan Konsep *Adventure Cinematic* Melalui Pendekatan Emosional”. Bagian yang akan menjadi objek penelitian adalah segala aspek yang berkaitan dengan objek wisata alam Pantainya, namun hanya di Pantai Sendiki, Pantai Tamban, dan Pantai Selok. Perancangan video promosi ini diharapkan dapat menjadi media promosi yang bisa menarik banyak minat wisatawan untuk dapat mengunjungi ketiga Pantai tersebut. Video promosi ini nantinya akan memperlihatkan keindahan Pantai-Pantai tersebut dengan konsep sinematografi yang lebih menekankan pada pemandangannya, dan akan juga dimasukkan informasi mengenai kegiatan-kegiatan yang dapat dilakukan di Pantai-Pantai tersebut.

3.2 Skema Alur Penelitian

Tahap pengumpulan data merupakan proses dimana penulis dapat mengumpulkan data yang dibutuhkan. Dalam perancangan ini penulis menggunakan data kuantitatif dan kualitatif. Data kuantitatif berupa kuisisioner dan data kualitatif berupa observasi, wawancara, studi literatur yang nantinya akan diharapkan dapat menghasilkan sebuah *storyboard*.

Proses penelitian yang lebih mendekati dan ringkas sebagai berikut:



Gambar 22 Gambar Alur Penelitian

3.2.1 Target Audiens

Target audiens yang akan disasar oleh video promosi ini antara lain

a. Geografis

Target *audience* dari video promosi ini adalah para wisatawan lokal maupun wisatawan asing dari berbagai macam daerah yang ingin berkunjung ke Malang.

b. Demografis

Secara demografis target audiens dari video promosi ini adalah semua gender, laki-laki atau perempuan selama memiliki hobi berpetualang dan suka datang ke tempat-tempat baru.

c. Usia

Target audiens dari video promosi ini adalah rentang usia antara 20-40 tahun. Karena pada usia tersebut merupakan usia produktif manusia.

d. Pekerjaan

Perancangan ini tidak terbatas oleh profesi manapun, dan dapat ditunjukkan oleh siapa saja yang memiliki hobi bertualang ke tempat-tempat baru

e. Psikografis

- Gemar mengunjungi tempat-tempat baru.
- Menyukai tempat wisata yang dapat memicu adrenalin.
- Tidak memiliki hambatan untuk datang ke tempat wisata yang memiliki infrastruktur yang kurang baik.

3.3 Studi Literatur

Dalam mencari literatur dilakukan dengan mencari buku atau e book untuk mendapatkan informasi serta data jelas yang sudah ada, penulis akan menggunakan 2 buku, yaitu buku tentang teknik videografi serta buku tentang Wisata Malang. Literatur yang membahas tentang ini hanya sebatas tulisan blog pribadi dan artikel online ringan.

- a. Mencari sumber data hasil penelitian mengenai wisata alam
- b. Studi literasi tentang proses pembuatan video promosi

3.3.1 Jenis Data

Secara umum metode pengumpulan data ada dua yaitu data kuantitatif dan data kualitatif. Data kuantitatif adalah data yang berupa angka atau data statistik. Pengumpulan data kuantitatif biasanya menggunakan metode kuesioner agar dengan mudah mengumpulkan data statistik yang kemudian akan diolah. Pengumpulan data melalui kuesioner membutuhkan waktu yang singkat namun memiliki beberapa

kekurangan seperti datanya yang kurang akurat. Sedangkan data kualitatif adalah data non angka, biasanya dilakukan wawancara, diskusi, observasi lapangan agar menghasilkan data yang akurat karena berasal dari narasumber yang memiliki keterkaitan dengan subjek penelitian.

Riset ini penulis memutuskan untuk memperdalam pengumpulan data berjenis kualitatif.

1. Kualitatif

a. Observasi

Observasi berarti mengamati secara langsung dan berkelanjutan merupakan suatu metode penelitian untuk memperkuat data yang telah diperoleh sebelumnya. Data yang didapat akan dikompilasi dan dianalisa untuk mendapatkan data yang baru. Metode observasi memiliki kelebihan yaitu mendapat data langsung dari narasumber yang bersangkutan. Namun data yang diperoleh bersifat subjektif. Serta waktu yang diperlukan untuk observasi cenderung lama.

b. Wawancara mendalam

Wawancara mendalam dilakukan pada saat riset dilokasi. Wawancara dilakukan pada narasumber yang bersangkutan dengan objek penelitian.

- Wawancara dengan Pak Yono selaku pengawas dan pengurus Pantai Sendiki.

Point pertanyaan:

1. Bagaimana keadaan pengunjung di Pantai Sendiki?
2. Bagaimana perkembangan pengunjung di Pantai Sendiki?
3. Kegiatan apa saja yang dapat dilakukan di Pantai Sendiki?
4. Apakah pengunjung diperbolehkan untuk berenang?
5. Apakah bapak setuju dengan diadakannya video promosi untuk Pantai Sendiki?

- Wawancara dengan Pak Sunaryo dan Pak Suyoto selaku pengurus dan pengawas Pantai Selok.

Point pertanyaan:

1. Bagaimana keadaan pengunjung di Pantai Selok?
2. Bagaimana perkembangan pengunjung di Pantai Selok?
3. Kegiatan apa saja yang dapat dilakukan di Pantai Selok?
4. Apakah pengunjung diperbolehkan untuk berenang?

5. Apakah bapak setuju dengan diadakannya video promosi untuk Pantai Selok?

- Wawancara dengan Pak Wano selaku pengurus dan pengawas Pantai Tamban.

Poin pertanyaan:

1. Bagaimana keadaan pengunjung di Pantai Selok?
2. Bagaimana perkembangan pengunjung di Pantai Selok?
3. Kegiatan apa saja yang dapat dilakukan di Pantai Selok?
4. Apakah pengunjung diperbolehkan untuk berenang?
5. Apakah bapak setuju dengan diadakannya video promosi untuk Pantai Selok?

3.4 Tahapan Pembuatan *Storyboard*

1. Tahap Identifikasi Masalah

Beberapa permasalahan muncul saat hasil dari skrip yang dibuat tidak sesuai dengan saran dari pakar yang telah ditemui saat studi dengan cara *Deep Interview*.

2. Tahap Analisa Permasalahan

Permasalahan yang didapat dianalisa lebih dalam untuk mendapatkan solusi agar dapat menjawab dan menyelesaikan permasalahan dengan lebih efektif.

3. Tahap Pengambilan keputusan

Pengambilan keputusan dilakukan saat semua data sudah cocok dan sesuai dengan keinginan serta data dari pakar maupun cocok dengan apa yang kita dapat dari observasi lapangan, sehingga proses pembuatan *storyboard* dapat dilakukan dengan lancar dan menghasilkan *storyboard* yang sesuai dengan kebutuhan.

4. Pembuatan *Storyboard*

Pembuatan *Storyboard* akan dirancang sesuai hasil dari observasi langsung serta merancang konsep yang ingin dibuat serta melihat dan menilai dari saran yang diberikan untuk di jadikan acuan dalam pembuatan *storyboard*.

5. Wawancara Mengenai *Teaser*

Setelah *teaser* pertama dibuat, penulis akan menyebarkan dan memperlihatkan *teaser* kepada target yang dituju, guna untuk meminta kritik dan saran yang dapat membangun video ini agar terlihat lebih menarik dan pesan yang ingin disampaikan dapat tersampaikan dengan baik.

6. Penyempurnaan *Storyboard*

Penyempurnaan *storyboard* dilakukan setelah mendapatkan kritik dan saran dari hasil *teaser* pertama. Dalam tahap ini *storyboard* yang dibuat mendekati hasil akhir yang nantinya akan dilanjutkan dengan proses editing.

BAB IV TEMUAN DATA DAN ANALISA

4.1 Temuan dan Analisa Data

Sub bab ini membahas hasil riset yang telah dilakukan menggunakan metode yang dibahas pada bab sebelumnya. Analisa ini bertujuan untuk mengetahui kebutuhan desain dan konten yang akan ditampilkan. Hasil dari bab ini akan dijadikan acuan dalam merancang produk.

4.2 Data Kulitatif

4.2.1 Observasi Lapangan

1. Rute Jalan Menuju Daerah Pantai Selatan

Sumber pertama yang didapatkan oleh penulis adalah sebuah dokumentasi foto tentang aset-aset yang berada di Pantai – Pantai yang penulis tuju. Aset – aset tersebut antara lain di dapat dari Pantai Sendiki, Pantai Selok, dan Pantai Tamban yang ada di Kabupaten Malang Selatan. Jika dari arah Malang Kota untuk bisa sampai ke daerah Pantai-Pantai tersebut, pengunjung harus menempuh jarak dengan estimasi waktu kurang lebih 2-3 jam jika dengan kendaraan pribadi.



Gambar 23 Dokumentasi Rute Menuju Pantai Malang Selatan

Jalan masih menunjukkan daerah perkotaan, gambar berikut diambil di daerah Kabupaten Malang dan Gapura Selamat Datang Kota Turen.



Gambar 24 Dokumentasi Rute Menuju Pantai Malang Selatan

- a) **Analisa:** Setelah melewati Kota Turen, Penulis mengambil jalan ke arah Sendangbiru. Dan dapat dilihat pada gambar diatas menunjukkan bahwa kondisi sudah mulai jauh dari daerah perkotaan dan hanya menyisakan sawah-sawah. Jika pada malam hari, jalan diatas tidak terdapat penerangan jalan / Lampu Jalan.
- b) **Keterangan:** gambar tidak akan digunakan ke dalam video, hanya sebagai hasil observasi. Karena tidak masuk dalam *scene* manapun.



Gambar 25 Dokumentasi Rute Menuju Pantai Malang Selatan

- a) **Analisa:** Setelah menempuh jarak beberapa kilo meter penulis tiba di Desa Gedog Wetan. Setelah masuk ke dalam desa ini jalanan sudah mulai terasa seperti memasuki daerah perbukitan karena jalan yang di tempuh sudah mulai sempit dan dikelilingi oleh pepohonan.
- b) **Kesimpulan:** gambar tidak akan digunakan ke dalam video, hanya sebagai hasil observasi. Karena tidak masuk dalam *scene* manapun.



Gambar 26 Dokumentasi Rute Menuju Pantai Malang Selatan

- a) **Analisa:** Setelah beberapa kilo meter dari Desa Gedog Wetan penulis masuk ke Desa Druju dan tidak jauh setelah itu masuk ke Desa Argo Tirto. Jalan yang ditempuh setelah melewati desa ini adalah jalan pegunungan, sama seperti jalan yang ada setelah melewati Desa Gedog Wetan, hanya saja lebih berlubang dan kurang bagus infrastrukturnya.
- b) **Kesimpulan:** gambar tidak akan digunakan dalam video, hanya sebagai hasil observasi, karena tidak masuk dalam *scene* manapun.



Gambar 27 Dokumentasi Rute Menuju Pantai Malang Selatan

- a) **Analisa:** Penulis sudah sampai di jalanan daerah Pantai Selatan Kabupaten Malang. Hal ini ditandai dengan jalan yang semakin sempit dan semakin dipenuhi oleh pepohonan disekitarnya. Lalu penulis melanjutkan perjalanan dengan mengambil rute Sendangbiru karena penulis ingin menuju ke Pantai Sendiki, Pantai Tamban, dan Pantai Selok.
- b) **Kesimpulan:** gambar tidak akan digunakan di dalam video, hanya sebagai hasil observasi, karena tidak masuk dalam *scene* manapun.

2. Pantai Sendiki



Gambar 28 Dokumentasi Rute Pantai Sendiki

- **Analisa:** Gambar diatas adalah gapura desa Tambakrejo, gapura ini juga merupakan tanda bahwa Pantai Sendiki dan Pantai Tamban sudah dekat, karna hanya berjarak beberapa kilo meter saja dari gapura ini. Gapura tersebut juga menandakan bahwa Pantai Sendiki dan Pantai Tamban itu berada di desa Tambakrejo Kabupaten Malang Selatan. Pantai Sendiki dan Pantai Tamban memiliki akses jalan yang sama karena letak kedua Pantai ini cukup berdekatan.
- **Kesimpulan:** gambar tidak akan dimasukan ke dalam video, hanya sebagai hasil observasi, karena tidak ada dalam *scene* manapun dalam video.



Gambar 29 Dokumentasi Rute Menuju Pantai Sendiki

gambar diatas adalah *sign system* jalan menuju Pantai Sendiki, dari gambar tersebut dapat terlihat bahwa Pantai Sendiki dan Pantai Tamban berada pada satu daerah namun memiliki jalur yang berlawanan.



Gambar 30 Dokumentasi Rute Menuju Pantai Sendiki

- **Analisa:** Setelah melewati jalur beraspal, maka jalur berikutnya adalah jalanan berbatu, berpasir, dan berlubang yang dikelilingi oleh sawah yang terbentang luas. Apabila musim penghujan, maka jalanan ini akan sangat sulit di lalui dikarenakan merdan jalan yang berubah menjadi sangat licin untuk dilalui oleh kendaraan biasa.
- **Kesimpulan:** gambar diatas akan digunakan dalam pembuatan video, karena dapat memberikan informasi yang berguna mengenai rute perjalanan.



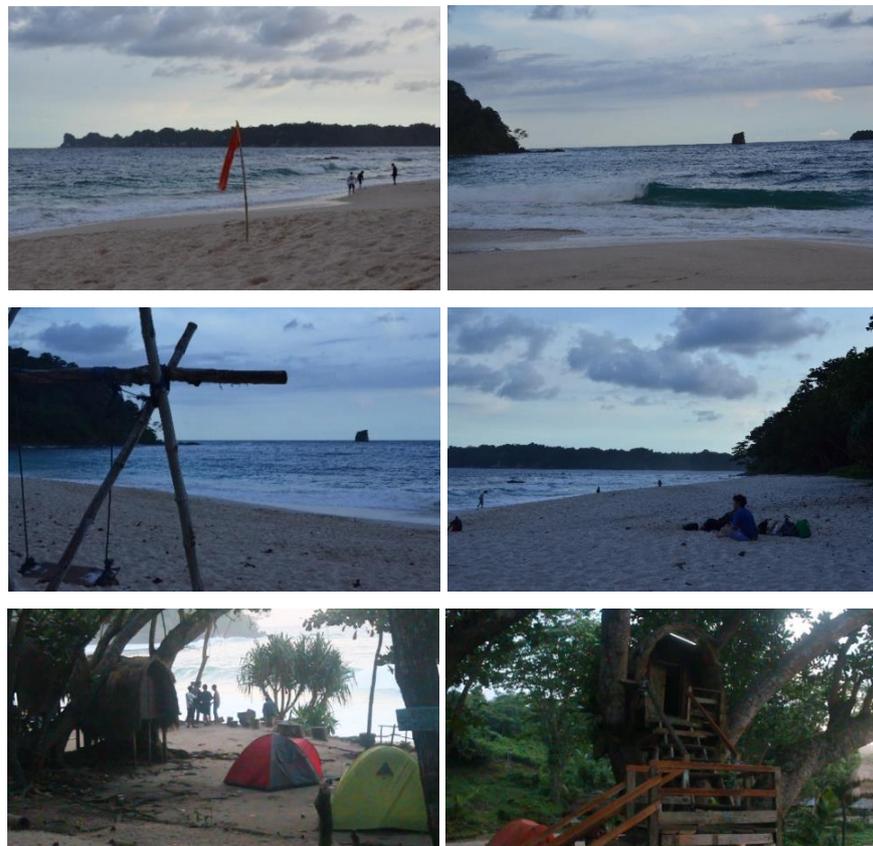
Gambar 31 Dokumentasi Rute Menuju Pantai Sendiki

- **Analisa:** Setelah melalui jalur yang berbatu, berpasir, dan berlubang maka tibalah penulis di tempat parkir. Dan untuk sampai kePantainya pengunjung harus berjalan kaki kurang lebih 200 meter menanjak. Pada jalan menanjak ini terdapat warung-warung yang menjajakan makanan baik berupa makanan ringan ataupun makanan berat.
- **Kesimpulan:** gambar diatas akan digunakan dalam pembuatan video, karena dapat memberikan informasi yang berguna mengenai fasilitas disekitar daerah Pantai Sendiki.



Gambar 32 Dokumentasi Rute Menuju Pantai Sendiki

- **Analisa:** Setelah melewati jalur menanjak, pengunjung harus melewati jalur menurun kurang lebih 200 meter dan setelah itu pengunjung akan langsung dihadapi oleh pemandangan Pantai sendiki yang luas. Jalur menurun ini berbeda dengan jalur menanjak sebelumnya, karena pada jalur ini sudah dibuat anak tangga untuk dapat memudahkan pengunjung dalam melewatinya.
- **Kesimpulan:** gambar akan digunakan dalam video karena memiliki potensi untuk dijadikan video.

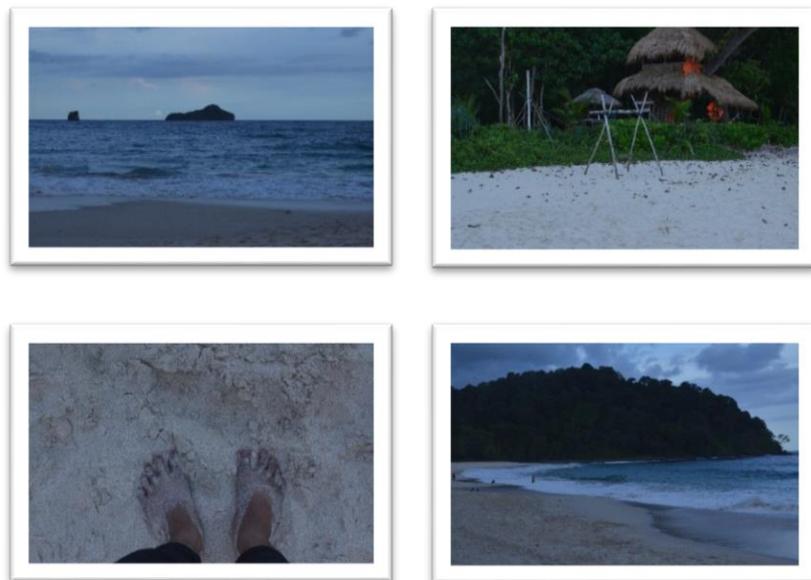


Gambar 33 Dokumentasi Pantai Sendiki

- **Analisa:** Setelah melalui jalan menurun, maka tibalah pengunjung di Pantai Sendiki. Keindahan Pantai Sendiki dapat menghilangkan segala rasa lelah yang diderita selama perjalanan.

Banyak hal yang dapat pengunjung lakukan di Pantai sendiki, diantaranya adalah bermain ayunan atau sekedar duduk santai sambil menikmati keindahan Pantai Sendiki. Pengunjung juga dapat bermalam di Pantai ini. Bisa dengan berkemah atau menyewa rumah pohon yang ada di Pantai. Untuk menyewa rumah pohon ini dikenakan biaya 150.000 rupiah, sedangkan untuk berkemah pengunjung diharuskan membawa tenda masing-masing.

- **Kesimpulan:** gambar 4.14, dan 4.15 akan dimasukkan dalam video promosi karena dapat mencerminkan fasilitas Pantai Sendiki.



Gambar 34 Dokumentasi Pantai sendiki

- **Analisa:** Gambar diatas menunjukkan berapa indahny Pantai Sendiki dengan airnya yang jernih, fasilitas yang cukup memadai, pasir yang putih. Namun pengunjung di Pantai ini semakin lama semakin berkurang, penurunan minat pengunjung membuat Pantai ini semakin sepi, amat sangat disayangkan jika Pantai seindah ini tidak banyak orang yang tahu terutama para *Adventurer*.
- **Kesimpulan:** gambar 4.16 akan dimasukkan ke dalam video sebagai konten panorama Pantai Sendiki.

3. Pantai Selok

Pantai selok merupakan salah Satu Pantai yang berada di deretan Pantai Banyu Meneng. Disini penulis mengambil Pantai Selok karena Pantai ini memiliki potensi yang sangat bagus, mulai dari airnya yang jernih, pasirnya yang putih, pepohonan rimbun yang cocok untuk dijadikan tempat berteduh dari sinar matahari yang cukup panas. Pengunjung juga dipersilahkan untuk berkemah di Pantai ini.



Gambar 35 Dokumentasi Pantai sendiki

- **Analisa:** Pantai Selok berjarak sekitar satu setengah jam dari Pantai Sendiki dan Pantai Tamban. Berbeda dengan Pantai sendiki, jika Pantai Sendiki dikelola oleh masyarakat maka Pantai Selok ini dikelola oleh Perhutani, hal ini dapat diketahui dari seragam para pengawas Pantai dan biaya masuk Pantai yang lebih mahal dibanding dengan Pantai Sendiki yaitu sekitar 10.000 rupiah untuk satu orang dan dikenakan biaya lagi bagi kendaraan.



Gambar 36 Dokumentasi Rute Pantai Selok

Jalur menuju Pantai selok bisa dibilang cukup menantang, karena pengunjung harus berjalan beberapa ratus meter melewati hutan – hutan yang kemudian akan langsung sampai ke Pantai Selok



Gambar 37 Tanda Memasuki Area Kemah

- **Kesimpulan:** gambar 4.17, 4.18, dan 4.19 akan dimasukkan ke dalam video sebagai konten perjalanan menuju Pantai Selok.



Gambar 38 Dokumentasi Pantai Selok

- **Analisa:** Pantai Selok merupakan salah satu Pantai yang memiliki potensi, karena Pantainya yang indah, airnya yang jernih, pasirnya yang putih dan halus, serta banyaknya pepohonan rindah yang ada di tepi Pantai membuat Pantai ini sangat cocok untuk dijadikan tempat wisata. Namun kenyataannya Pantai ini sangatlah

sepi, masih belum banyak diketahui oleh masyarakat. Pengunjung yang datang ke Pantai ini juga lebih banyak anak muda dibanding keluarga.

- **Kesimpulan:** gambar 4.18, gambar 4.19, dan gambar 4.21 akan digunakan dalam video karena memiliki ciri khas yang menggambarkan Pantai Selok.

4. Pantai Tamban

Merupakan salah satu Pantai yang sangat sepi pengunjung, lebih sepi dibanding Pantai Sendiki dan Pantai Selok. Pantai ini memiliki potensi yang sangat bagus. Seperti area Pantai yang luas serta air yang jernih. Ketika sore hari pengunjung di perkenankan untuk bermain air di bibir Pantai, asalkan tidak sampai terlalu jauh dari bibir Pantai. Berbeda dengan Pantai Sendiki dan Selok. Pantai ini lebih banyak memiliki ekosistem laut yang indah, dikarenakan para nelayan yang ingin memancing pasti ke daerah Pantai Tamban ini. Pantai ini juga cocok untuk para pengunjung yang ingin menikmati keindahan Pantai sambil mengemil makanan atau minuman, karena di Pantai ini terdapat beberapa toko makanan yang langsung menghadap ke arah Pantai.



Gambar 39 Dokumentasi Pantai Tamban

- **Analisa:** Seperti yang dikatakan sebelumnya, menurut nelayan setempat di Pantai tamban ini terdapat banyak ikan dibandingkan dengan Pantai-Pantai lain. Maka dari itu beberapa nelayan terkadang suka memancing di daerah Pantai ini. Pantai Tamban ini memiliki bibir Pantai yang sangat luas terbentang kurang lebih 1 kilo meter, dan dikelilingi oleh pepohonan yang rindang, serta warung jajanan /

makanan yang terdapat di pinggir Pantai. Namun meski ada warung di dekat Pantai, kebersihan di Pantai ini masih terjaga. Sama seperti Pantai-Pantai sebelumnya Pantai ini juga mengalami penurunan pengunjung yang signifikan, bahkan saat akhir pekan Pantai ini terasa sangat sepi.

- **Keterangan:** gambar 4.22 dan gambar 4.23 akan digunakan di dalam video karena memiliki ciri khas dari Pantai Tamban.

4.2.2 Wawancara Mendalam

Wawancara mendalam dilakukan penulis untuk mendapatkan informasi yang lebih detail mengenai Pantai-Pantai yang akan dibahas. Informasi ini yang nantinya akan digunakan dalam perancangan konsep video promosi yang akan dibuat oleh penulis. Adapun wawancara dilakukan di tiga Pantai yang berbeda karena tiap Pantai memiliki pengawas dan pengurusnya masing-masing.

1. Pantai Sendiki



Gambar 40 Wawancara Dengan Pak Yono

Di Pantai sendiki penulis bertemu dengan Pak Yono selaku penjaga dan juga pengurus Pantai Sendiki. Dari hasil wawancara yang dilakukan dengan beliau maka dapat disimpulkan bahwa:

- a) Pantai sendiki masih sangat minim pengunjung.
- b) Semakin lama Pantai Sendiki mengalami penurunan pengunjung.
- c) Kegiatan pengunjung yang biasa dilakukan di Pantai Sendiki antara lain, berkemah, bakar-bakar / api unggun, menginap di rumah pohon, atau hanya sekedar bersantai menikmati pemandangan.

- d) Pengunjung diperbolehkan berenang pada saat tidak pasang naik di tepi Pantai karena ombak Pantai yang tidak memiliki arus balik.
- e) Beliau juga menyetujui dengan diadakannya media promosi untuk mempromosikan Pantai Sendiki agar lebih banyak diminati masyarakat.
- f) Infrastruktur yang kurang bagus menjadi tantangan pengunjung jika ingin berkunjung ke Pantai Sendiki.

- **Analisa**

Informasi tambahan yang didapat adalah di Pantai Sendiki pengunjung diperbolehkan untuk membangun tenda dan membuat api unggun.

- **Konten video**

Konten yang akan dimasukkan ke dalam video, antara lain, penulis akan merancang *scene* kegiatan berkemah dan juga api unggun yang dilakukan di Pantai Sendiki.

2. Pantai Selok



Gambar 41 Wawancara Dengan Pak Sunaryo dan Pak Suyoto

Di Pantai Selok penulis bertemu dengan Pak Sunaryo dan Pak Suyoto selaku pengurus dan penjaga di Pantai Selok. Beliau bekerja sebagai pengurus dan pengawas Pantai Selok, bukan hanya Pantai Selok saja, beliau juga merupakan pengurus Pantai Ngentup dan Pantai Banyu Meneng. Dari hasil wawancara yang penulis lakukan dengan beliau maka dapat diambil hasil:

- a) Pantai Selok ini masih sangat sepi pengunjung
- b) Dari tahun ketahun jumlah pengunjung yang datang ke Pantai ini semakin menurun.

- c) Kegiatan yang dapat dilakukan wisatawan di Pantai ini antara lain Berkemah, api unggun atau bakar – bakar, bermain air di tepi Pantai, dan lain – lain.
- d) Pengunjung diperbolehkan bermain air atau berenang pada sore hari, dikarenakan pada sore hari air laut mengalami pasang surut dan ombak menjadi lebih tenang.
- e) Beliau juga menyetujui adanya promosi untuk wisata Pantai Selok dikarenakan sepinya pengunjung.
- f) Infrastruktur yang kurang bagus menjadi tantangan bagi wisatawan untuk mengunjungi Pantai Selok ini.

- **Analisa**

Dari hasil wawancara yang didapat maka penulis mendapatkan tambahan informasi mengenai ombak yang ada di Pantai Selok. Ombak yang ada di Pantai Selok akan mengalami pasang surut pada saat sore hari, dan membuat air laut menjadi lebih tenang dibanding biasanya.

- **Konten video**

Dari informasi tambahan yang didapat maka penulis melakukan pengambilan gambar aktor yang sedang bermain air di tepi Pantai Selok yang akan dimasukkan ke dalam konten video.

3. Pantai Tamban



Gambar 42 Wawancara Dengan Pak Wano

Di Pantai Tamban penulis bertemu dengan Pak Wano selaku pengawas sekaligus penduduk yang tinggal di daerah Pantai Tamban. Disini penulis mengajukan beberapa pertanyaan dan didapat hasil jawaban seperti.

- a) Pantai Tamban ini masih sangat sepi pengunjung.
- b) Pantai Tamban ini semakin lama pengunjungnya semakin berkurang bahkan pernah seminggu sama sekali tidak ada pengunjung yang datang, hal itu menyebabkan banyak warung-warung sekitar tutup dan sudah lama tidak dibuka, hanya ada satu atau dua warung saja yang masih buka.
- c) Kegiatan yang dapat dilakukan di Pantai ini adalah berkemah, bakar – bakar, bermain air ditepi Pantai, dan menikmati jajanan atau makanan yang dijual di warung – warung di tepi Pantai.
- d) Beliau juga mengharapkan Pantai Tamban ini bisa ramai lagi seperti dulu. Hal ini dikarenakan kurangnya media promosi untuk memperkenalkan Pantai ini.
- e) Infrastruktur yang kurang baik juga menjadi tantangan bagi wisatawan untuk sampai ke Pantai Tamban ini.

- **Analisa**

Dari hasil wawancara yang didapat maka penulis mendapatkan tambahan informasi mengenai kapal nelayan yang biasa berlayar di Pantai pada siang hari, karena siang posisi ikan-ikan akan lebih dekat dengan Pantai.

- **Konten Video**

Dari informasi tambahan yang didapat maka penulis menambahkan konten pada video promosi. Konten yang ditambahkan adalah pengambilan gambar kapal nelayan yang sedang beraktifitas.

4.3 Kesimpulan Hasil Riset

1. Terdapat banyak sekali aset di Pantai Sendiki, Pantai Selok, dan Pantai Tamban yang memiliki potensi yang dapat digunakan dalam perancangan video promosi.
2. Infrastruktur yang kurang bagus juga dapat dijadikan aset untuk dituangkan ke dalam video promosi agar bisa mendapatkan kesan adrenalin dalam berpetualang.
3. Terdapat banyak kegiatan mengasikan yang dapat dilakukan di Pantai Sendiki, Pantai Selok, dan Pantai Tamban yang tidak diberitakan didalam jejaring sosial atau media informasi lainnya.
4. Masih banyak wisatawan dan para petualang yang tidak tahu tentang keberadaan Pantai Sendiki, Pantai Selok, dan Pantai Tamban.

5. Peran media promosi sangat dibutuhkan untuk dapat mengenalkan Pantai-Pantai tersebut kepada para *adventurer* agar mereka dapat mengetahui bahwa di Malang Selatan terdapat Pantai indah yang layak untuk dikunjungi.
6. Perancangan video promosi dengan konsep *Adventure Cinematic* ini akan didistribusikan melalui internet atau media sosial seperti Youtube.
7. Durasi dalam satu video diperkirakan kurang lebih 1 menit.

4.4 Kriteria Desain

4.4.1 Contoh Desain



Gambar 43 Gambar Kriteria Desain

Video akan menggunakan tone warna yang cenderung lebih dingin dan hangat, ini digunakan agar dapat menambah kesan emosional serta keindahan alam yang ada di dalam video.

4.4.2 Color Grading

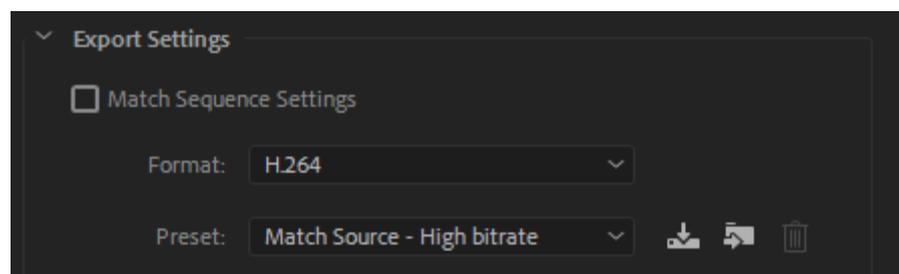
Color Grading ini digunakan untuk memberikan kesan warna biru (*cold*) dan oranye (*warm*), atau biasa di sebut dengan istilah *Teal and Orange*. Adapun detail yang akan digunakan adalah sebagai berikut:



Gambar 44 Color Grading Video

- *Software* : Adobe Premiere Pro CC 2018
- *Creative Look* : *SL Blue Cold, SL big Ldr*
- *Exposure* : -0,1
- *Contras* : 13,6
- *Highlight* : -6,2
- *White* : 0
- *Black* : 0

4.4.3 Format



Gambar 45 Format Video

H.264 merupakan solusi video dengan Definisi Tinggi (*High Definition Video*) yang sering juga digunakan untuk kompresi HDSLRL, karena format ini tidak terlalu membebani bandwidth internet dan hardisk di komputer ketika proses postproduksi.

4.5 Konsep Desain

4.5.1 Durasi Film

Video promosi ini berdurasi kurang lebih 1 menit di tiap videonya. Durasi ini dipilih karena durasi tersebut merupakan durasi yang ideal bagi video promosi. Tidak terlalu singkat dan juga tidak terlalu lama namun segala informasi dapat disampaikan dengan baik.

4.5.2 Resolusi dan Format Video

Video promosi ini akan menggunakan resolusi Full HD 1920 x 1080 pixel dengan format h264. Format tersebut merupakan format yang cukup untuk di distribusikan melalui YouTube. Video akan menghasilkan gambar yang tajam namun tidak memakan kapasitas yang terlalu besar.

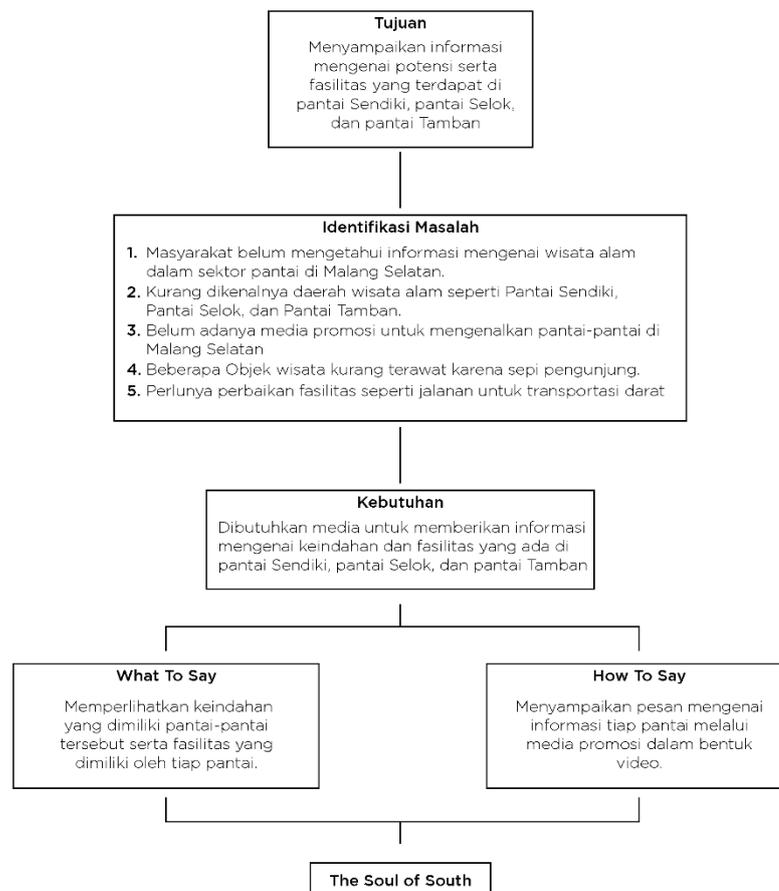
(Halaman ini sengaja dikosongkan)

BAB V

KONSEP DESAIN

5.1 Konsep Desain

Konsep desain perancangan video promosi ini ditentukan melalui hasil analisa dan identifikasi masalah. Hasil analisa dari wawancara, observasi, dan pembuatan *storyboard* menjadi acuan utama konsep desain. Hasil analisa tersebut dirangkum menjadi kebutuhan desain yang kemudian dapat disimpulkan *Big Idea* dari perancangan ini yaitu “*The Soul of South*”.



Grafik 1 Bagan Perumusan Konsep

Big idea “*The Soul of South*” ini memiliki arti sebagai jiwa selatan. Dimana Pantai-Pantai di Malang Selatan ini adalah sebuah aset yang sangat berharga dan merupakan sebuah objek wisata yang dapat diangkat dan dikenalkan kepada banyak masyarakat, apabila Pantai-Pantai di Malang Selatan sudah mulai terlihat eksistensinya maka Malang Selatan akan terkenal dengan wisata Pantainya yang sangat beragam dan indah. *The Soul of South* yang dimaksud disini adalah bahwa Pantai-Pantai di Malang

Selatan ini merupakan sesuatu besar yang masih tersembunyi, atau dapat di ibaratkan seperti jiwa yang masih tertidur.

5.1.1 Konsep *Adventure Cinematic*

Konsep *Adventure Cinematic* memiliki arti “keindahan yang menantang”. Kata “Keindahan” disini direpresentasikan melalui kata *cinematic*. *Cinematic* pada konsep ini merupakan sebuah Teknik pengemasan video dengan memperhatikan beberapa aspek seperti keharmonisan antar *footage* dengan *backsound*, *footage* dengan tone warna, *footage* dengan transisi, dan *footage* dengan *motion grafis*. Sedangkan kata “Menantang” disini direpresentasikan melalui kata *Adventure*. *Adventure* yang berarti petualangan seperti halnya jika ingin berkunjung ke Pantai Sendiki, Pantai Selok, dan Pantai Tamban yang cukup menantang karena infrastruktur jalan yang masih sangat minim, sehingga akan menjadi tantangan sendiri bagi wisatawan yang mau berkunjung ke Pantai Sendiki, Pantai Selok, dan Pantai Tamban.

Konsep ini didukung dari gaya pengambilan *footage* serta teknis editing. Gaya pengambilan *footage* yang memiliki kesan *adventure* karena *footage* pada video lebih menampilkan kesan petualangan ke tempat wisata alam dengan aktor yang menggunakan pakaian yang *casual* dan membawa tas *carrier*.

5.1.2 Konsep Pendekatan Emosional

Pendekatan emosional dilakukan melalui Teknik *cinematic* yang mengacu pada elemen-elemen seperti Tone warna, *cinematic bar*, *backsound music*, *motion grafis*. Pendekatan emosional ini dilakukan untuk menyampaikan penggambaran perasaan yang akan dirasakan ketika mengunjungi tiap Pantai, emosi yang diharapkan tersampaikan antara lain:

1. Pantai Sendiki

Pendekatan emosional yang ingin disampaikan di Pantai Sendiki ini diharapkan dapat memberikan kesan emosional semangat, senang, dan ketenangan. Pendekatan emosional ini dilakukan dengan cara penggunaan tone warna *cold* yang lebih mengacu ke warna biru dan penggunaan *backsound* dengan tempo pelan lalu naik pada bagian tengah dan turun pada bagian akhir.

2. Pantai Selok

Pendekatan emosional yang ingin disampaikan di Pantai Selok ini diharapkan dapat memberikan kesan emosional gembira, dan tenang (*Calm*). Pendekatan emosional ini dilakukan dengan cara penggunaan tone warna *warm* yang lebih mengacu ke warna oranye dan biru, serta penggunaan *backsound* dengan tempo pelan lalu naik pada bagian tengah dan turun pada bagian akhir.

3. Pantai Tamban

Pendekatan emosional yang ingin disampaikan di Pantai Tamban ini diharapkan dapat memberikan kesan emosional ketenangan (*Calm*). Pendekatan emosional ini dilakukan dengan cara penggunaan tone warna *warm* yang lebih mengacu ke warna oranye dan hijau, serta penggunaan *backsound* dengan musik yang hanya menggunakan musik instrumental.

5.1.3 Konsep Penempatan Video

Berdasarkan hasil riset, maka video promosi akan didistribusikan melalui media sosial *Youtube*, karena media *Youtube* memiliki kelebihan serta keuntungan dalam melakukan promosi terutama dalam bentuk audio visual.

Adapun kriteria konsep yang akan digunakan dalam penempatan video di media sosial *Youtube* adalah, sebagai berikut:

1. Pemilihan *Thumbnail*



Gambar 46 Thumbnail Pantai Selok



Gambar 47 Thumbnail Pantai Sendiki



Gambar 48 Thumbnail Pantai Tamban

Thumbnail yang digunakan adalah potongan gambar dari *intro* masing-masing video, hal ini dilakukan untuk menunjukkan judul video pada gambar thumbnail agar menjadi identitas masing-masing video promosi Pantai Malang Selatan.

2. Resolusi dan Format Video

Video akan menggunakan resolusi *Full HD* 1080p dengan kecepatan gambar *25fps*. Format video dalam bentuk H.264 – MPEG 4 AVC, kompresi ini digunakan karena memiliki keuntungan tidak memakan banyak kapasitas penyimpanan dan tidak mengalami penurunan kualitas.

3. Penargetan *Channel*

Penargetan *channel* kepada pengguna dengan menggunakan *hashtag* “*traveling*”, “*promotion video*”, “*beach*”, “*Malang*”, “*Sendiki*”, “*Selok*”, “*Tamban*”, “*Cinematic*”, “*Adventure*”, dan “*Indonesia*”. Penggunaan *hashtag* ini dilakukan agar lebih terfokuskan kepada user yang sedang mencari konten yang sesuai dengan *hashtag* tersebut, sehingga penargetan *audience* akan lebih terbantu.

5.1.4 Aktor

Aktor yang digunakan adalah aktor laki-laki, karena medan yang sangat sulit membuat penulis memutuskan menggunakan aktor laki-laki agar kesan medan atau rute perjalanan lebih terasa.

a. Idle Aktor



Gambar 49 Idle Aktor

Gambar diatas merupakan gambar seseorang yang bernama Hamish Daud. Penulis mengambil acuan Hamish Daud karna dinilai sangat cocok untuk seorang traveler yang akan memerankan sebagai aktor pada video promosi ini.

Adapun kriteria aktor yang akan digunakan adalah sebagai berikut:

- Hobi *traveling*
- Hobi *backpacker*

b. Busana Aktor

Busana atau pakaian merupakan salah satu elemen yang sangat berpengaruh dalam memperkuat pesan yang disampaikan serta konsep video promosi ini. Adapun busana atau pakaian yang akan digunakan oleh aktor adalah sebagai berikut:

- Kasual: Kaos lengan pendek, Flannel, Jaket
- Tas *carrier*
- Celana cargo pendek / *Jeans* panjang
- Sepatu *casual* dengan sol yang tebal

5.2 Management Footage

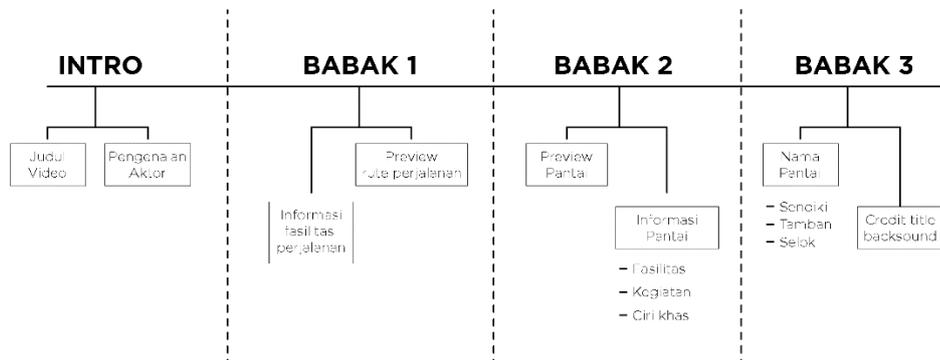
Pengaturn *footage* dilakukan dengan membuat folder yang menempatkan setiap *footage* pada tempatnya agar tidak terjadi kehilangan file / *footage*.

Name	Date modified	Type	Size
Aktor	21/05/2018 0:32	File folder	
Closing	21/05/2018 0:47	File folder	
Opening	21/05/2018 0:26	File folder	
Pantai Selok	21/05/2018 0:37	File folder	
Pantai Sendiki	21/05/2018 0:44	File folder	
Pantai Tamban	21/05/2018 0:39	File folder	
Rute Pantai	21/05/2018 0:25	File folder	

Gambar 50 Management Footage

Pembagian folder dilakukan berdasarkan *footage* yang dimiliki. Pada *footage* dengan objek aktor akan dimasukkan ke dalam folder Aktor. *Footage* rute Pantai Sendiki, Pantai Selok, dan Pantai Tamban akan dimasukkan ke dalam folder yang sesuai dengan tiap Pantai. *Footage* dengan rute umum menuju Pantai selatan akan dimasukkan ke dalam folder Rute Pantai. *Footage* pembuka akan dimasukkan ke dalam folder *Opening* dan *footage* penutup akan dimasukkan ke dalam folder *Closing*.

5.3 Storyline



Grafik 2 Bagan Storyline

5.3.1 Plot Storyline

1. Pantai Sendiki

Intro (3 detik)

- *Intro* diawali dengan landscape perjalanan Pantai Sendiki
- *Intro* digunakan untuk memperlihatkan rute perjalanan dan pengenalan aktor
- Pengambilan gambar *aerial* (Drone) pada awal *intro* disertai dengan judul video

Babak 1 (20 detik)

- *Footage* yang memperlihatkan aktor yang sedang dalam perjalanan menuju Pantai Sendiki
- Pengenalan karakter aktor serta pakaian yang digunakan serta pakaian yang dikenakan
- Dilanjutkan dengan memperlihatkan fasilitas-fasilitas yang terdapat sepanjang perjalanan menuju Pantai Sendiki.
- Pada babak ini juga disertakan dengan pemberian informasi mengenai jarak serta rute perjalanan
- Babak ini akan diakhiri dengan aktor yang sudah tiba di Pantai Sendiki

Babak 2 (30 detik)

- Diawali dengan memperlihatkan landscape laut Pantai Sendiki
- Memperlihatkan fasilitas yang ada di Pantai Sendiki
- Memperlihatkan kegiatan yang dapat dilakukan di Pantai Sendiki
- Memperlihatkan objek yang menjadi ikon di Pantai Sendiki

Babak 3 (8 detik)

- Babak ini merupakan babak penutup
- Pada babak ini akan diawali dengan *scene* pembuatan api unggun
- Dan akan diakhiri dengan memunculkan nama Pantai pada bagian penutup
- Serta credit title untuk *background* lagu

2. Pantai Tamban

Intro (3 detik)

- *Intro* diawali dengan landscape pemandangan di Pantai Tamban
- *Intro* digunakan untuk memperlihatkan rute perjalanan dan pengenalan aktor
- Pengambilan gambar *aerial* (Drone) pada awal *intro* disertai dengan judul video

Babak 1 (20 detik)

- *Footage* yang memperlihatkan aktor yang sedang dalam perjalanan menuju Pantai Tamban

- Pengenalan karakter aktor serta pakaian yang digunakan serta pakaian yang dikenakan
- Dilanjutkan dengan memperlihatkan fasilitas-fasilitas yang terdapat sepanjang perjalanan menuju Pantai Tamban
- Pada babak ini juga disertakan dengan pemberian informasi mengenai jarak serta rute perjalanan
- Babak ini akan diakhiri dengan aktor yang sudah tiba di Pantai Tamban

Babak 2 (56 detik)

- Diawali dengan memperlihatkan landscape laut Pantai Tamban
- Memperlihatkan fasilitas yang ada di Pantai Tamban
- Memperlihatkan kegiatan yang dapat dilakukan di Pantai Tamban
- Memperlihatkan objek yang menjadi ikon di Pantai Tamban
- Fase ini akan diakhiri dengan landscape Pantai Tamban dari udara (Drone)

Babak 3 (12 detik)

- Babak ini merupakan babak penutup
- Pada babak ini akan diawali dengan *scene* yang memperlihatkan pengunjung yang sedang bermain-main di Pantai Tamban
- Babak ini akan diakhiri dengan *scene* ayunan yang diam dan penempatan nama Pantai Tamban
- Serta credit title untuk *background* lagu

3. Pantai Selok

Intro (3 detik)

- *Intro* diawali dengan landscape pemandangan di Pantai Selok
- *Intro* digunakan untuk memperlihatkan rute perjalanan dan pengenalan aktor
- Pengambilan gambar *aerial* (Drone) pada awal *intro* disertai dengan judul video

Babak 1 (20 detik)

- *Footage* yang memperlihatkan aktor yang sedang dalam perjalanan menuju Pantai Selok

- Pengenalan karakter aktor serta pakaian yang digunakan serta pakaian yang dikenakan
- Dilanjutkan dengan memperlihatkan fasilitas-fasilitas yang terdapat sepanjang perjalanan menuju Pantai Selok
- Pada babak ini juga disertakan dengan pemberian informasi mengenai jarak serta rute perjalanan
- Babak ini akan diakhiri dengan aktor yang sudah tiba di Pantai Selok

Babak 2 (56 detik)

- Diawali dengan memperlihatkan landscape laut Pantai Selok
- Memperlihatkan fasilitas yang ada di Pantai Selok
- Memperlihatkan kegiatan yang dapat dilakukan di Pantai Selok
- Memperlihatkan objek yang menjadi ikon di Pantai Selok
- Fase ini akan diakhiri dengan landscape Pantai Selok dari udara (Drone)

Babak 3 (12 detik)

- Babak ini merupakan babak penutup
- Pada babak ini akan diawali dengan *scene aerial* yang memperlihatkan keindahan Pantai Selok
- Babak ini akan diakhiri dengan *scene* yang menggambarkan ketenangan dipantai Selok dan akan diberikan informasi mengenai nama Pantai dibagian akhir, Serta credit title untuk *backsound* lagu

5.4 Naskah

5.4.1 Naskah Pantai Sendiki

Judul:

“The Soul of South Sendiki Beach”

Durasi:

1 menit 10 detik

Musik:

Illenium - Fortress (Feat. Joni Fatora)

Aktor:

Ali Fathan (Ali)

Scene 1 – Rute perjalanan menuju Pantai - Day

Intro landscape rute perjalanan menuju Pantai Sendiki menggunakan drone.

Scene 2 – Rute perjalanan menuju Pantai - Day

Ali masuk sambil membawa tas carirrer, dan membenarkan selempangan tas.

Scene 3 – Rute perjalanan menuju Pantai – Day

Ali berjalan melewati jalan hutan dan perkampungan.

Scene 4 – Rute perjalanan menuju Pantai – Day

Sawah yang membentang luas ditemani dengan pepohonan dan Ali yang sedang berjalan melewati sawah-sawah menuju Pantai Sendiki.

Scene 5 – Rute perjalanan menuju Pantai – Day

Ali tiba dipintu masuk Pantai Sendiki, melihat gapura kecil yang bertuliskan “Sendiki Beach”, Ali melangkah memasuki kawasan Pantai.

Scene 6 – Rute perjalanan menuju Pantai – Day

Deretan pertokoan yang menjual berbagai macam kebutuhan pengunjung.

Scene 7 – Daerah Pantai Sendiki – Day

Ali berjalan masuk melewati gapura kedua yang berada di daerah Pantai, terlihat disana ada rumah pohon, tenda pengunjung dan wisatawan yang sedang bermain, serta panorama pasir dan laut Pantai.

Scene 8 – Pantai Sendiki – Day

Terlihat pemandangan laut Pantai Sendiki dengan batu karang besar ditengah laut, angin yang berhembus kencang serta ombak yang saling bertabrakan menimbulkan suara yang menenangkan.

Scene 9 – Pantai Sendiki – Day

Beberapa pengunjung tengah menikmati pesona Pantai dari saung yang ada di pinggir Pantai, dari sana terlihat pemandangan laut Pantai yang terbentang luas.

Scene 10 – Pantai Sendiki – Day

Pesona laut serta pasir Pantai yang kemudian terdapat tebing besar dipenuhi dengan pepohonan membuat keindahan Pantai semakin terasa.

Scene 11 - Pantai Sendiki – Day

Saung-saung kecil juga dapat dijadikan tempat untuk bercengkrama atau sekedar beristirahat menikmati pesona Pantai.

Scene 12 – Pantai Sendiki – Day

Terlihat batu karang yang menjadi salah satu ikon dari Pantai sendiki dengan dikelilingi oleh laut Pantai dengan ombak yang cukup besar.

Scene 13 – Pantai Sendiki – Day

Pengunjung membangun tenda untuk menginap atau sekedar berisithat setelah lelah menjalani aktifitas di Pantai.

Scene 14 – Pantai Sendiki – Day

Bangunan dengan bentuk bintang yang dibuat menggunakan bambu yang diikat sedemikian rupa merupakan sebuah bangunan yang menjadi salah satu ikon dari Pantai ini.

Scene 15 – Pantai Sendiki – Day

Keindahan pesona air laut, pasir Pantai, dan juga pepohonan rindang yang melindungi Pantai ini dari sengatan matahari yang panas.

Scene 16 – Pantai Sendiki – Day

Rumah pohon dipinggir Pantai yang menjadi tempat berlindung bagi para wisatawan yang tidak memiliki tenda atau menginginkan fasilitas yang berbeda dari pada menggunakan tenda.

Scene 17 – Pantai Sendiki – Day

Ali berlajalan menyusuri pesisir Pantai sambil menikmati deburan ombak dan sentuhan angin Pantai yang menyejukan.

Scene 18 – Pantai Sendiki – Day

Setelah lelah berkeliling kemudian Ali duduk di ayunan yang ada dipinggir Pantai, berisitirahat sejenak sambil memandang laut Pantai Sendiki.

Scene 19 – Pantai Sendiki – Evening

Puas menikmati dan bermain di Pantai, Ali memutuskan untuk membangun tenda dan membuat api unggun untuk menghangatkan tubuhnya dari dinginnya angin laut.

Scene 20 – Pantai Sendiki – Night

Api unggun yang dibangun Ali terus menemaninya sepanjang malam, melindungi dari hawa dingin yang ditimbulkan oleh angin laut Pantai Sendiki.

5.4.2 Naskah Pantai Tamban

Judul:

“The Soul of South Tamban Beach”

Durasi:

1 menit 18 detik

Musik:

Emotional Cinematic Ambient AShamaluevMusic

Aktor:

Ihram Ibrahim (Ihram)

Scene 1 – Pantai Tamban - Day

Pemandangan keindahan laut serta pasir Pantai tamban dilindungi oleh bukit yang dipenuhi dengan pepohonan yang rindang.

Scene 2 – Rute perjalanan menuju Pantai - Day

Ihram masuk sambil membawa tas carirrer, dan berjalan menuju Pantai Tamban.

Scene 3 – Rute perjalanan menuju Pantai – Day

Pepohonan yang rindang menemani Ihram selama diperjalanan menuju Pantai.

Scene 4 – Daerah Pantai Tamban – Day

Ihram memandang dengan seksama sebuah sign age yang ada di Pantai Tamban.

Scene 5 – Daerah Pantai Tamban – Day

Sign age Pantai berada bagian pintu masuk yang siap menyambut para wisatawan.

Scene 6 – Daerah Pantai Tamban – Day

Ihram berjalan menuju pinggir Pantai tamban yang dan langsung melihat laut Pantai yang terbentang luas.

Scene 7 – Daerah Pantai Tamban – Day

Jejeran kapal-kapal nelayan yang sedang beraktifitas mencari ikan disekitar laut Pantai Tamban.

Scene 8 – Pantai Tamban – Day

Kapal-kapal nelayan yang dapat disewakan kepada wisatawan untuk menyusuri laut Pantai Tamban atau sekedar memancing ikan.

Scene 9 – Pantai Tamban – Day

Pesona keindahan Pantai dengan deretan laut dan pasir yang indah menghilangkan segala lelah yang dialami pengunjung selama perjalanan.

Scene 10 – Pantai Tamban – Day

Ihram yang sampai disana pun langsung berjalan sambil menikmati pasir Pantai tamban yang halus dan luas.

Scene 11 - Pantai Tamban – Day

Bangunan berbentuk hati yang dibangun dari kawat dan botol-botol yang dibangun sedemikian rupa menjadi salah satu ikon dari Pantai ini.

Scene 12 – Pantai Tamban – Day

Warga yang menjajakan es kelapa sabagai salah satu mata pencaharian mereka siap menyambut para pengunjung yang haus dan lapar.

Scene 13 – Pantai Tamban – Day

Terlihat juga wisatawan yang tengah menikmati es kelapa di pinggir Pantai sambil menikmati hembusan angin serta laut Pantai yang luas.

Scene 14 – Pantai tamban – Day

Keindahan laut Pantai Tamban ini tidak lepas dari jerih payah para nelayan yang ikut serta dalam kebersihan Pantai Tamban.

Scene 15 – Pantai Tamban – Day

Ihram duduk di batang pohon yang ada dipinggir Pantai Tamban, menikmati pemandangan laut Pantai dan angin yang berhembus dengan kencang.

Scene 16 – Pantai Tamban – Evening

Nelayan-nelayan yang sudah beraktifitas seharian mengakhiri aktifitasnya ketika sore menjelang.

Scene 17 – Pantai Tamban – Evening

Keindahan Pantai Tamban pada sore hari tetaplah sama, deburan ombak yang besar dan pasir Pantai yang halus tidak akan berkurang meskipun sore menjelang.

Scene 18 – Pantai Tamban – Evening

Para pengunjung-pun menyudahi aktifitas mereka di Pantai Tamban dan bersiap-siap untuk beristirahat atau pulang.

Scene 19 – Pantai Tamban – Evening

Terlihat satu persatu perahu nelayan sudah mulai berkemas untuk segera menepikan perahu mereka ke bibir Pantai.

Scene 20 – Pantai Sendiki – Evening

Ketenangan yang ada di Pantai tamban akan terasa ketika sore hari menjelang, disanalah pengunjung dapat bersitirahat dari segala kegiatan mereka di Pantai ini.

5.4.3 Naskah Pantai Selok

Judul:

“The Soul of South Selok Beach”

Durasi:

1 menit 3 detik

Musik:

Mike Perry – The Ocean (ft. Shy Martin)

Aktor:

Ali Fathan (Ali)

Scene 1 – Pantai Selok - Day

Pemandangan keindahan laut serta pasir Pantai selok dan batu karang besar. Deburan ombak serta angin yang berhembus kencang ada di Pantai ini.

Scene 2 – Rute perjalanan menuju Selok - Day

Pepohonan serta langit cerah menemani perjalanan ali menuju Pantai selok.

Scene 3 – Rute perjalanan menuju Pantai – Day

Ali berjalan menuju Pantai Selok dengan jalur yang dikelilingi oleh pepohonan yang rindang.

Scene 4 – Daerah Pantai Selok – Day

Pedagang-pedagang yang menjual beraneka macam makanan sudah mulai membuka kiosnya pada siang hari

Scene 5 – Daerah Pantai Selok – Day

Sign age Pantai selok yang siap menyambut para pengunjung agar perjalanan mereka lebih terarah dan tidak tersesat.

Scene 6 – Daerah Pantai Selok – Day

Ali sudah tiba didaerah Pantai Selok dan perjalanannya ditemani oleh jalan yang berbatu serta dikelilingi dengan pepohonan yang rindang.

Scene 7 – Daerah Pantai Selok – Day

Sign age yang bertuliskan “*camping area*” juga ikut menyambut para pengunjung yang ingin beristirahat dengan membangun tenda.

Scene 8 – Daerah Pantai Selok – Day

Ditengah perjalanan ali melihat sebuah sign age yang memberi tahu bahwa Pantai ini adalah habitat asli dari kukang jawa.

Scene 9 – Daerah Pantai Selok – Day

Ditengah-tengah pepohonan yang rindang Ali melihat para kukang-kukang jawa yang sedang beraktifitas disekitar Pantai.

Scene 10 – Daerah Pantai Selok – Day

Di perjalanan Ali juga melihat kois penyewaan barang-barang seperti tenda, terpal, dan lain-lain.

Scene 11 - Pantai Selok – Day

Setelah berjalan cukup lama, Ali pun tiba di Pantai selok, dan langsung disuguhkan pemandangan laut Pantai serta dikelilingi oleh pepohonan yang rindang.

Scene 12 – Pantai Selok – Day

Karena rasa tidak sabar, Ali pun berlali menuju pinggir Pantai untuk melihat langsung keindahan laut dan pasir Pantai selok.

Scene 13 – Pantai Selok – Day

Ali melepas baju dan bersiap-siap untuk menikmati laut Pantai Selok.

Scene 14 – Pantai Selok – Day

Keindahan Pantai dipancarkan dari air lautnya yang jernih serta pasir Pantai yang halus.

Scene 15 – Pantai Selok – Day

Setelah melepas bajunya, ali berlari kearah air laut dan langsung menyebarkan diri disana.

Scene 16 – Pantai Selok – Day

Dilihat dari arah laut, terpancar jejeran pepohonan rimbun yang dapat menjadi tempat berteduh para pengunjung Pantai.

Scene 17 – Pantai Selok – Day

Batu karang besar yang ada dipinggir Pantai dapat dijadikan tempat berteduh dan sebagai salah satu ikon Pantai ini.

Scene 18 – Pantai Selok – Day

Laut Pantai dengan ombak yang tidak terlalu ganas membuat pengunjung dapat merasakan kenikmatan bermain air di Pantai ini.

Scene 19 – Pantai Tamban – Evening

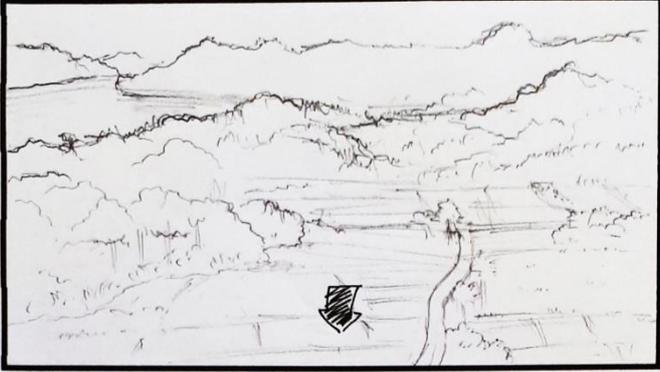
Setelah lelah bermain di Pantai ini, Ali memutuskan untuk membangun tenda, dan beristirahat

Scene 20 – Pantai Sendiki – Evening

Pada sore hari keadaan Pantai sangatlah tenang dan sejuk, memanjakan setiap pengunjung yang datang kePantai ini.

5.5 Storyboard

5.5.1 Storyboard Pantai Sendiki

Scene: 1	Shot: Aerial	Speed: 50 %	Duration:
			3 sec
Description:			Tools:
<p>Pengambilan gambar menggunakan drone untuk menunjukkan rute perjalanan menuju pantai sendiki. Pengambilan angle ini digunakan karena memiliki jangkauan pandang keseluruhan dari rute menuju pantai sendiki.</p>			Drone
			Sound:
			Illenium - Fortress
Scene: 2	Shot: Close up	Speed: 50 %	Duration:
			4 sec
Description:			Tools:
<p>Pengambilan gambar tangan aktor sebagai konten pengenalan aktor. Angle ini sengaja dipilih agar aktor tidak langsung ter-ekspose secara keseluruhan, dan untuk memfokuskan ke busana dan barang-barang yang digunakan oleh aktor.</p>			- kamera - stabilizer
			Sound:
			Illenium - Fortress

Scene: 3 Shot: Close up Speed: 50 %



Duration:

4 sec

Tools:

- kamera
- stabilizer

Sound:

Illenium - Fortress

Description:

Pengambilan gambar aktor close up dari belakang, angle ini diambil agar audience dapat merasakan langsung berada lokasi tersebut. Kamera akan bergerak maju mengikuti pergerakan aktor.

Scene: 4 Shot: Aerial Speed: 50 %



Duration:

3 sec

Tools:

- Drone

Sound:

Illenium - Fortress

Description:

Pengambilan gambar menggunakan drone, gambar yang diambil adalah aktor yang sedang berjalan di rute perjalanan menuju pantai sendiki. Angle yang diambil mengarah langsung menuju pantai sendiki sehingga menimbulkan kesan alur yang maju. Kamera (drone) bergerak diagonal untuk mengikuti arah aktor sekaligus menampilkan landscape pemandangan dalam perjalanan.

Scene: 5 Shot: long shot Speed: 50 %



Description:

Pengambilan gambar long shot dengan fokus aktor yang sedang berjalan menuju pintu masuk pantai. Penggunaan low angle pada scene ini bertujuan untuk memperlihatkan gapura pantai sendiki sebagai tanda pintu masuk ke daerah pantai. Pergerakan kamera akan mengikuti aktor yang bergerak maju.

Duration:

3 sec

Tools:

- kacamata
- stabilizer

Sound:

Ulenium - Fortress

Scene: 6 Shot: Aerial Speed: 50 %



Description:

Pengambilan gambar aerial menggunakan drone pada scene ini bertujuan untuk memperlihatkan toko-toko makanan yang tersedia di daerah pantai. Penggunaan aerial ini bertujuan untuk memperlihatkan keseluruhan keadaan toko-toko yang ada di daerah pantai. Kamera/drone akan bergerak maju dengan tujuan untuk memperlihatkan keseluruhan toko-toko yang tersedia.

Duration:

3 Sec

Tools:

- Drone

Sound:

Ulenium - Fortress

Scene: 1 Shot: medium shot Speed: 50 %



Duration:

3 sec

Tools:

- kamera
- Stabilizer

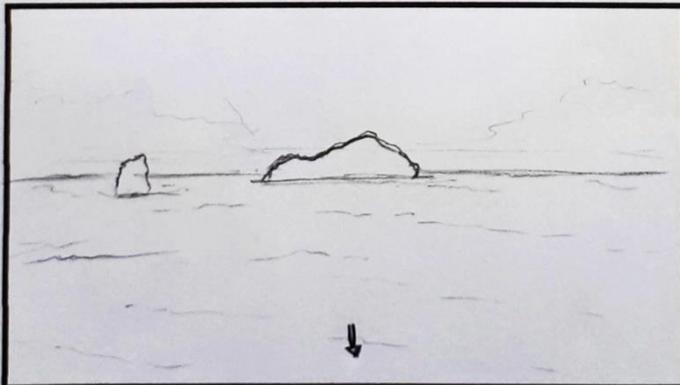
Sound:

Menium - Fortress

Description:

Pengambilan gambar medium shot dengan angle dari belakang aktor, angle ini digunakan agar audience dapat melihat langsung keadaan yang akan dilihat dipantai begitu memasuki daerah pantai sendiki. Kamera akan bergerak maju mengikuti pergerakan aktor yang berjalan maju memasuki daerah pantai sendiki.

Scene: 2 Shot: Aerial Speed: 50 %



Duration:

3 sec

Tools:

- drone

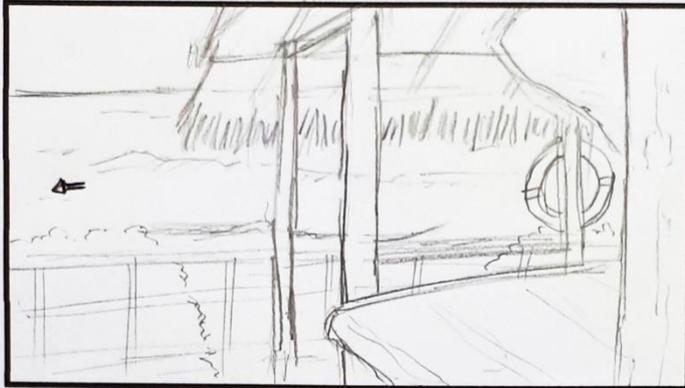
Sound:

Menium - Fortress

Description:

Pengambilan gambar aerial menggunakan drone dengan fokus batu karang besar yang menjadi salah satu ikon dari pantai sendiki. Pengambilan gambar ini dilakukan untuk memperlihatkan keindahan laut dari pantai sendiki. kamera/drone akan bergerak mundur untuk memperlihatkan secara keseluruhan keindahan laut yang luas.

Scene: 9 Shot: Medium shot Speed: 50 %



Description:

Pengambilan gambar medium shot dengan fokus saung sebagai salah satu fasilitas yang ada dipantai sendiki. Pengambilan angle ini digunakan untuk memperlihatkan keadaan saung yang langsung mengarah kelaut pantai, dengan tujuan agar audience dapat merasakan langsung suasana jika berada disaung tersebut sambil melihat keindahan pantai. Kamera akan bergerak panning ke kiri bertujuan untuk menunjukan keadaan disekitar saung.

Duration:

3 sec

Tools:

- Gimbal Stabilizer

Sound:

Ulenium - Fortress

Scene: 10 Shot: Aerial Speed: 50 %



Description:

Pengambilan gambar aerial menggunakan drone yang menunjukkan landscape pantai sendiki bertujuan untuk untuk memperlihatkan keindahan pantai. Aerial shot digunakan untuk mendapatkan jangkauan pandang yang lebih luas dan menyeluruh. Pemngambilan gambar ini akan dijadikan sebagai konten keindahan pantai. Kamera/drone akan bergerak diagonal dari bibir pantai kearah laut, untuk memperlihatkan keseluruhan keadaan pantai.

Duration:

3 sec

Tools:

- Drone

Sound:

Ulenium - Fortress

Scene: 11 Shot: Medium Speed: 50 %



Description:

Pengambilan gambar bangku taman sebagai informasi salah satu fasilitas yang ada dipantai sendiki. Angle yang diambil mengarah ke pantai agar audience dapat merasakan suasana duduk dibangku tersebut sambil memandang kearah laut pantai. Pergerakan kamera akan diam/still agar audience dapat lebih fokus dalam merasakan suasana dalam video.

Duration:

3.15 sec

Tools:

- kamera
- stabilizer

Sound:

Menyusun Fortress

Scene: 12 Shot: Aerial Speed: 50 %



Description:

Pengambilan gambar aerial menggunakan drone yang memfokuskan pada pasir dan laut. Pengambilan angle dari atas dilakukan bertujuan untuk memperlihatkan keindahan antara pasir dan laut pantai sendiki dari angle yang jarang dilihat oleh mata kepala manusia. Kamera/drone akan bergerak memutar untuk menambah kesan emosional dalam aspek keindahan pantai.

Duration:

2 sec

Tools:

- drone

Sound:

Menyusun - Fortress

Scene: 13 Shot: long shot Speed: 50 %



Description:

Pengambilan gambar long shot yang memfokuskan kepada camping area yang ada di pantai sendiki. Pengambilan gambar ini akan digunakan sebagai konten kegiatan di pantai. Angle yang dihasilkan dari gambar ini mengarah ke laut, sehingga audience dapat mengetahui keadaan ketika melakukan camping di pantai sendiki. Pergerakan kamera akan diam/still untuk memfokuskan pada keadaan yang ada di camping area pantai.

Duration:

2 sec

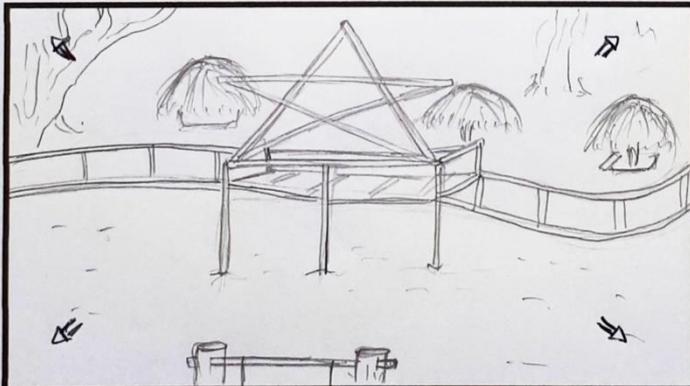
Tools:

- Kamera
~~- Stabilizer~~

Sound:

Ukrom - Fortes

Scene: 14 Shot: Aerial Speed: 50 %



Description:

Pengambilan gambar aerial menggunakan drone dengan fokus suasana pantai di pinggir pantai sendiki. fokus akan tertuju pada bentuk bintang yang terbuat dari bambu-bambu yang digabungkan menggunakan tali simpul yang merupakan salah satu icon dari pantai sendiki itu sendiri, icon ini biasa dijadikan tempat untuk berfoto atau sekedar bersantai. Pergerakan kamera/drone akan bergerak mundur untuk mendapatkan jangkauan pandang yang lebih luas dan menyeluruh.

Duration:

2 sec

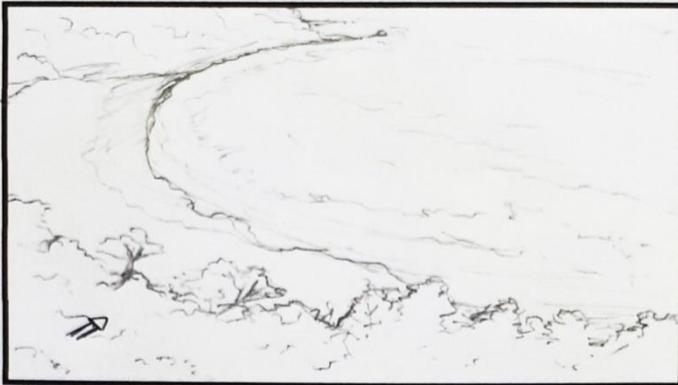
Tools:

- Drone

Sound:

Ukrom - Fortes

Scene: 15 Shot: Aerial Speed: 50 %



Duration:

2 sec

Tools:

- Drone

Sound:

Ulenium - Fortress

Description:

Pengambilan gambar aerial menggunakan drone menunjukan landscape pantai sendiki dari arah hutan, angle ini digunakan agar audience dapat melihat keindahan pantai dari sudut yang berbeda. Pengambilan gambar ini akan dijadikan konten keindahan pantai. Kamera/drone akan bergerak maju dari arah hutan menuju arah laut pantai sendiki.

Scene: 16 Shot: Long Speed: 50 %



Duration:

3.5 sec

Tools:

- kamera
- stabilizer

Sound:

Ulenium - Fortress

Description:

Pengambilan gambar longshot yang memfokuskan pada rumah pohon sebagai salah satu fasilitas yang ada dipantai sendiki. Footage ini akan dijadikan sebagai konten fasilitas/aset yang ada dipantai sendiki. Angle ini digunakan agar audience dapat merasakan langsung apa yang akan dilihat ketika berada dipantai sendiki. Pergerakan kamera maju mendekati rumah pohon untuk memberikan detail dari rumah pohon tersebut.

Scene: 17 Shot: Aerial Speed: 50 %



Duration:

2 sec

Tools:

- Drone

Sound:

Ulanium Fortress

Description:

Pengambilan gambar aerial menggunakan drone dengan adegan aktor yang sedang berjalan di bibir pantai. angle ini diambil karena dapat memperlihatkan keindahan pantai dari arah bibir pantai. scene ini lebih mengutamakan pada landscape keindahan dari bibir pantai kearah laut. Footage ini akan digunakan sebagai konten keindahan pantai. Pergerakan kamera akan bergerak maju melewati aktor karena fokus utama pada footage ini adalah keindahan pantainya.

Scene: 18 Shot: long shot Speed: 60 %



Duration:

2 sec

Tools:

- kamera
- stabilizer

Sound:

Ulanium - Fortress

Description:

Pengambilan gambar longshot yang memfokuskan kepada aktor yang sedang duduk dipantai sendiki. Angle dari samping digunakan karena untuk mendapatkan gambar bendera-bendera yang ada dipantai sendiki. Footage ini akan digunakan sebagai konten kegiatan di pantai sendiki. Pergerakan kamera akan diam/still agar lebih memfokuskan pada kegiatan yang sedang dilakukan oleh aktor.

Scene: 19 Shot: CLOSE UP Speed: 50 %



Description:

Pengambilan gambar close up dengan angle dari bawah/low angle dengan fokus api unggun sebagai salah satu kegiatan yang dapat dilakukan dipantai sendiki. Pengambilan angle ini digunakan untuk mendapatkan kesan emosional ketenangan. Footage ini akan digunakan sebagai konten kegiatan di pantai sendiki. Pergerakan kamera akan diam/still agar lebih memfokuskan kepada kegiatannya.

Duration:

1 sec

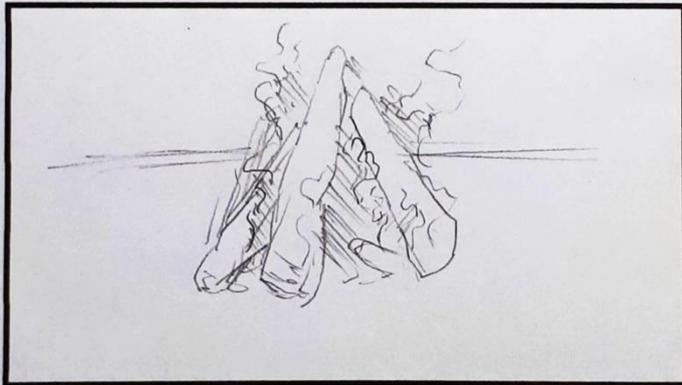
Tools:

- Kamera
- Stabilizer

Sound:

Illeium - Fortress

Scene: 20 Shot: close UP Speed: 50 %



Description:

Pengambilan gambar close up yang memfokuskan kepada api unggun. Footage ini akan digunakan sebagai penutup video pantai sendiki. footage ini dipilih untuk memberikan kesan ketenangan. Pergerakan kamera akan diam/still agar lebih memfokuskan kepada api unggunnya saja.

Duration:

1 sec

Tools:

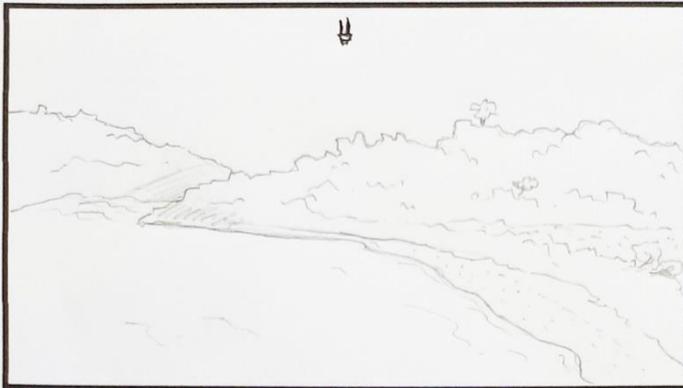
- Kamera

Sound:

Illeium - Fortress

5.5.2 Storyboard Pantai Tamban

Scene: 1 Shot: Aerial Speed: 100 %



Description:

Pengambilan gambar aerial menggunakan drone untuk memperlihatkan landscape pantai Tamban yang akan digunakan sebagai pembuka dari video. pengambilan landscape di awal video harus dilakukan agar sesuai dengan konsep dari video pantai sendiki dan pantai selok. Footage ini akan digunakan sebagai konten keindahan pantai tamban. Pergerakan kamera akan tilt kebawah bertujuan untuk memberikan footage yang dinamis dan jangkauan pandang yang lebih luas.

Duration:

3 sec

Tools:

- drone

Sound:

Cinematic Ambient - AshamaluevMusic

Scene: 2 Shot: Medium long shot Speed: 100 %



Description:

Pengambilan gambar medium longshot yang memfokuskan pada aktor dan juga keadaan rute perjalanan. angle ini diambil bertujuan agar audience dapat merasakan langsung keadaan ketika berjalan di rute itu serta untuk memberikan informasi mengenai busana dan barang yang dibawa aktor serta informasi mengenai keadaan rute perjalanan menuju pantai tamban. Footage ini akan dijadikan sebagai konten rute perjalanan. Pergerakan kamera akan move in, karena mengikuti pergerakan aktor yang berjalan maju.

Duration:

3 sec

Tools:

- kamera
- stabilizer

Sound:

Cinematic Ambient - AshamaluevMusic

Scene: 3 Shot: long shot Speed: 100 %



Description:

Pengambilan gambar longshot yang memfokuskan kepada pepohonan bertujuan untuk memberikan informasi meneau rute jalan yang berbentuk hutan. Low angle digunakan untuk memberikan kesan sesungguhnya ketika audience berada di tempat sesungguhnya. Footage ini akan dijadikan sebagai konten rute perjalanan pantai tamban. Pergerakan kamera akan tilt kebawah karena mengikuti pergerakan aktor yang sedang berjalan maju.

Duration:

3 sec

Tools:

- kamera
- stabilizer

Sound:

Cinematic Ambient - AshamalvevMusic

Scene: 4 Shot: Close up Speed: 100 %



Description:

Pengambilan gambar close up yang memfokuskan kepada wajah aktor yang sedang melihat sign age pantai tamban. Angle ini digunakan karena dapat memperlihatkan langsung ekspresi aktor. Footage ini akan digunakan sebagai konten rute perjalanan. Pergerakan kaera akan diam/still agar audience dapat lebih fokus ke wajah aktor sehingga panyampaian emosional dapat tersampaikan dengan baik.

Duration:

2.5 sec

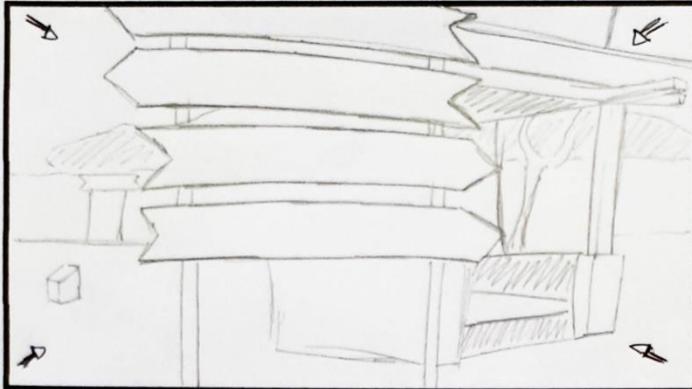
Tools:

- kamera
- stabilizer

Sound:

Cinematic Ambient - AshamalvevMusic

Scene: 5 Shot: Close UP Speed: 100 %



Description:

Pengambilan gambar close up dengan memfokuskan objek pada sign age yang ada di pantai tamban untuk memberikan informasi mengenai apa saja yang ada di pantai tamban. Footage ini akan digunakan sebagai konten fasilitas pantai. Kamera akan bergerak move in mendekati sign age, agar audience dapat lebih fokus pada objek utama.

Duration:

3 sec

Tools:

- kamera
- stabilizer

Sound:

Cinematic Ambient
Ashamalwe Music

Scene: 6 Shot: Medium long shot Speed: 100 %



Description:

Pengambilan gambar medium long shot digunakan untuk memperlihatkan aktor serta pemandangan laut pantai tamban. Pengambilan gambar dari belakang aktor bertujuan agar audience dapat merasakan langsung keadaan yang dirasakan oleh aktor. Footage ini akan digunakan sebagai konten keindahan pantai. Pergerakan kamera akan move in mengikuti arah aktor dan maju memperlihatkan landscape pemandangan pantai tamban.

Duration:

4 sec

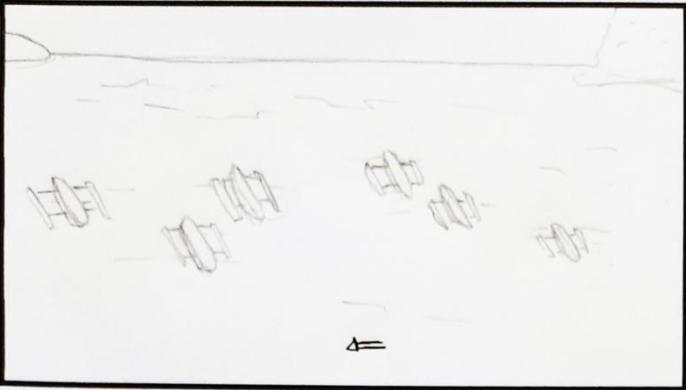
Tools:

- kamera
- stabilizer

Sound:

Cinematic Ambient
Ashamalwe Music

Scene: 7 Shot: Aerial Speed: 100 %



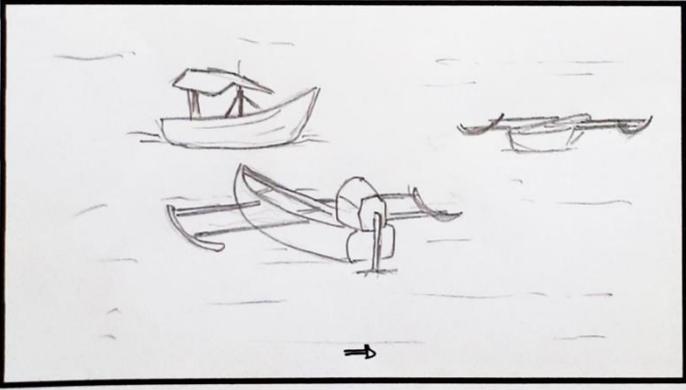
Duration: 4 sec

Tools: - Kamera - Stabilizer

Sound: Cinematic Ambient Ashamalwey Music

Description:
Pengambilan gambar aerial menggunakan drone yang memfokuskan pada kapal nelayan yang sedang beraktifitas dipantai tamban dengan tujuan memberikan informasi bahwa di pantai tamban terdapat nelayan yang masih sangat aktif dalam mencari ikan. Footage ini akan digunakan sebagai kegiatan dipantai tamban. Pergerakan kamera akan pannting kekanan untuk mendapatkan gambar lebih luas mengenai kapal-kapal yang ada di pantai tamban.

Scene: 8 Shot: long shot Speed: 100 %



Duration: 2 sec

Tools: - Kamera - Stabilizer

Sound: Cinematic Ambient Ashamalwey Music

Description:
Pengambilan gambar longshot yang memfokuskan pada kapal-kapal pantai tamban, dengan tujuan untuk memberikan informasi mengenai kapal-kapal taban yang dapat disewakan kepada kepada pengunjung. Footage ini akan digunakan sebagai konten fasilitas pantai. Pergerakan kamera akan panning kekanan bertujuan untuk mendapatkan jangkauan pandang yang lebih luas.

Scene: 9 Shot: Aerial Speed: 100 %



Description:

Pengambilan gambar aerial menggunakan drone dengan memfokuskan pada pemandangan pantai. angle ini digunakan untuk mendapatkan gambar bibir pantai dan laut pantai. Footage ini akan digunakan sebagai konten keindahan pantai tamban. Pergerakan kamera/drone akan diam/still.

Duration:

2 sec

Tools:

- Drone

Sound:

Cinematic Ambient -
AshamaluvMusic

Scene: 10 Shot: Medium long shot Speed: 100 %



Description:

Pengambilan gambar medium long shot yang memfokuskan kepada aktor yang sedang berjalan di bibir pantai dan suasana pantai. angle ini digunakan agar penonton dapat merasakan apa yang dirasakan oleh aktor. Footage ini akan dijadikan sebagai konten keindahan serta kegiatan di pantai tamban. Pergerakan kamera akan move in mengikuti arah gerak aktor.

Duration:

2 sec

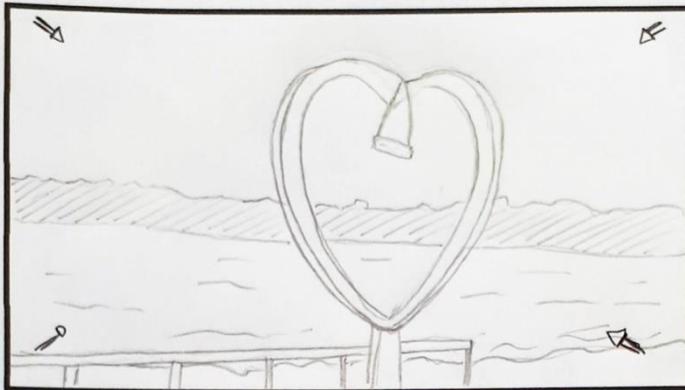
Tools:

- kamera
- stabilizer

Sound:

Cinematic Ambient -
AshamaluvMusic

Scene: 11 Shot: long shot Speed: 100 %



Description:

Pengambilan gambar longshot memfokuskan kepada objek yang menjadi salah satu ikon di pantai taman. angle ini digunakan untuk mendapatkan jangkauan pandang mengarah kelaut pantai taman. Footage ini akan dijadikan sebagai konten fasilitas pantai taman, karena objek ini sering dijadikan untuk foto-foto. Kamera akan bergerak move in agar audience dapat lebih fokus pada objek tersebut.

Duration:

2 sec

Tools:

- kamera
- stabilizer

Sound:

Cinematic Ambient - AshamalueMusic

Scene: 12 Shot: long shot Speed: 100 %



Description:

Pengambilan gambar longshot yang memfokuskan pada aktifitas warga pantai yang sedang berjualan es kelapa untuk memberikan informasi mengenai fasilitas pantai. Angle ini digunakan agar audience dapat membayangkan menikmati es kelapa dipinggir pantai. Footage ini akan digunakan sebagai konten fasilitas pantai. Pergerakan kamera akan diam/still agar scene lebih memfokuskan kepada sang penjual yang sedang membuat es kelapa.

Duration:

2 sec

Tools:

- kamera
- stabilizer

Sound:

Cinematic Ambient - AshamalueMusic

Scene: 13 Shot: Medium long shot Speed: 100 %



Description:

Pengambilan gambar medium longshot digunakan untuk memfokuskan gambar pada kegiatan wisatawan yang sedang menikmati es kelapa di pinggir pantai. Angle ini digunakan untuk memperlihatkan wisatawan dan juga laut pantai. Footage ini akan digunakan sebagai konten kegiatan di pantai tambahan. Pergerakan kamera akan diam/still agar audience dapat lebih fokus pada kegiatan yang dilakukan wisatawan.

Duration:

5 sec

Tools:

- kamera
- stabilizer

Sound:

Cinematic Ambient - Ashkanaloe Music

Scene: 14 Shot: Ekstreme longshot Speed: 945 %



Description:

Pengambilan gambar ekstreme longshot bertujuan untuk memperlihatkan kondisi kegiatan nelayan dilaut pantai, footage ini akan menggunakan timelaps agar seluruh kegiatan dapat terekam dengan singkat. Footage ini akan digunakan sebagai konten kegiatan di pantai. Pergerakan kamera akan diam/still karena video menggunakan timelaps.

Duration:

3 sec

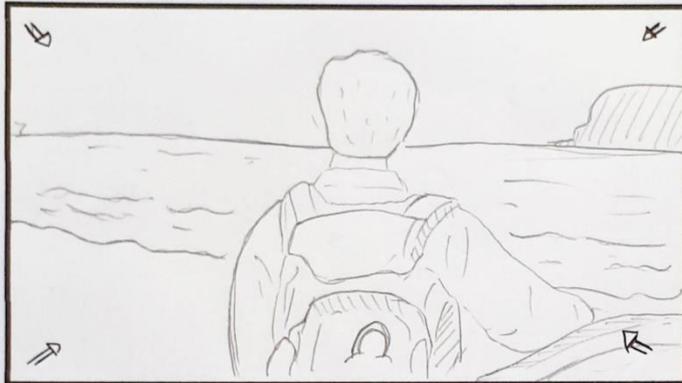
Tools:

- kamera
- Tripod

Sound:

Cinematic Ambient - Ashkanaloe Music

Scene: 15 Shot: Medium long shot Speed: 100 %



Duration:

3 sec

Tools:

- Kamera
- Stabilizer

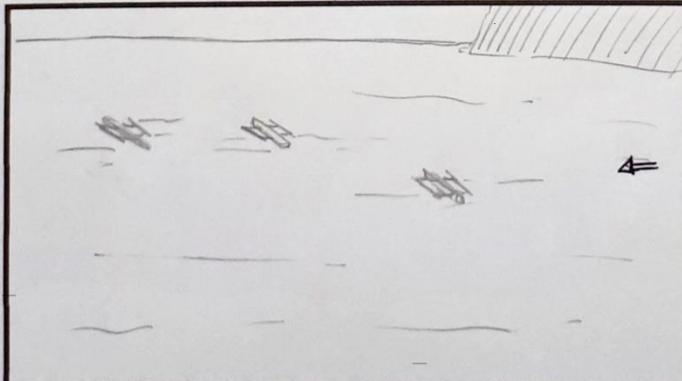
Sound:

Cinematic Ambient - AshamalueV music

Description:

Pengambilan gambar medium longshot digunakan untuk mendapatkan gambar aktor dan pemandangan laut. Angle kamera diambil dari belakang aktor bertujuan agar audience dapat merasakan langsung apa yang dirasakan oleh aktor. Footage ini akan digunakan sebagai konten keindahan pantai. Pergerakan kamera akan move in melewati aktor agar dapat memfokuskan pada landscape pantai.

Scene: 16 Shot: Aerial Speed: 100 %



Duration:

2 sec

Tools:

- Drone

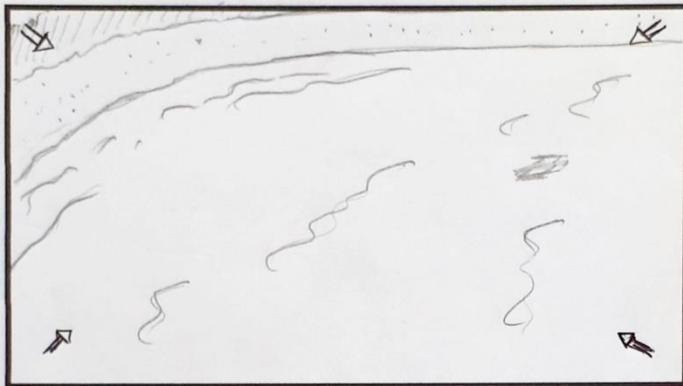
Sound:

Cinematic Ambient - AshamalueV music

Description:

Pengambilan gambar aerial menggunakan drone bertujuan untuk memperlihatkan kapal-kapal nelayan yang sedang berlayar. Angle ini digunakan agar footage mendapatkan gambar yang luas. Footage ini akan digunakan sebagai konten kegiatan pantai tambahan. Pergerakan kamera akan panning ke kiri agar jangkauan pandang dapat lebih luas dan menyesuaikan dengan alur video.

Scene: 17 Shot: Aerial Speed: 100 %



Duration:

2 sec

Tools:

- Drone

Sound:

Cinematic Ambient - Ashamaloe Musik

Description:

Pengambilan gambar aerial menggunakan drone memfokuskan pada landscape pantai tamban. Angle ini digunakan agar landscape pantai dapat tergambarkan secara menyeluruh dan luas. Footage ini akan digunakan sebagai konten keindahan alam. Pergerakan kamera akan move in mendekati ke arah bibir pantai tamban.

Scene: 18 Shot: Speed: %



Duration:

3 sec

Tools:

- Kamera
- stabilizer

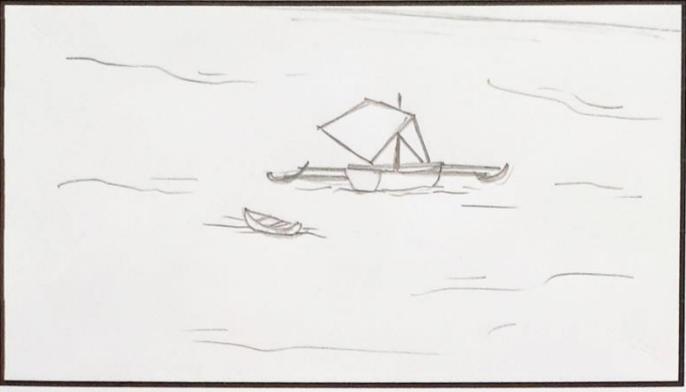
Sound:

Cinematic Ambient - Ashamaloe Musik

Description:

Pengambilan gambar longshot yang memfokuskan pada kegiatan wisatawan di pantai tamban. Angle ini digunakan agar kegiatan wisatawan yang sedang bermain air dapat tersampaikan, dan dari angle ini tebing pantai tamban juga dapat terlihat. Footage ini akan dijadikan sebagai konten kegiatan di pantai tamban. Pergerakan kamera akan diam/still agar audience dapat lebih fokus pada kegiatan yang dilakukan oleh wisatawan tersebut.

Scene: 19 Shot: long shot Speed: 100 %



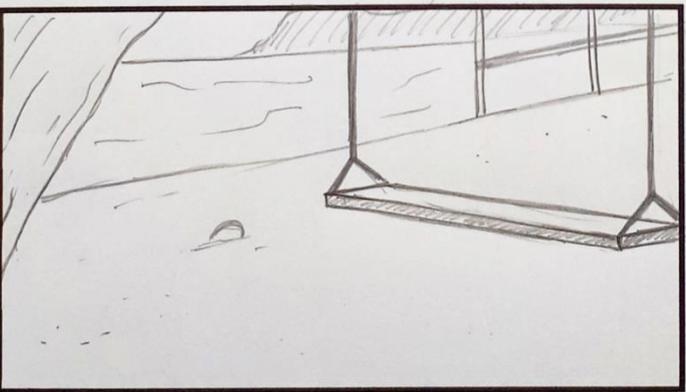
Duration:
2 sec

Tools:
- kamera
- lensa

Sound:
cinematic Ambient -
Askanalua Music

Description:
Pengambilan gambar longshot yang memfokuskan kepada kapal nelayan. Angle ini digunakan karena kapal yang akan dimasukkan kedalam scene hanya satu kapal saja. Footage ini akan dimasukkan kedalam konten kegiatan di pantai tamban. Pergerakan kamera akan diam/still agar audience dapat lebih fokus melihat kegiatan nelayan yang ada di pantai tamban.

Scene: 20 Shot: close up Speed: 50 %



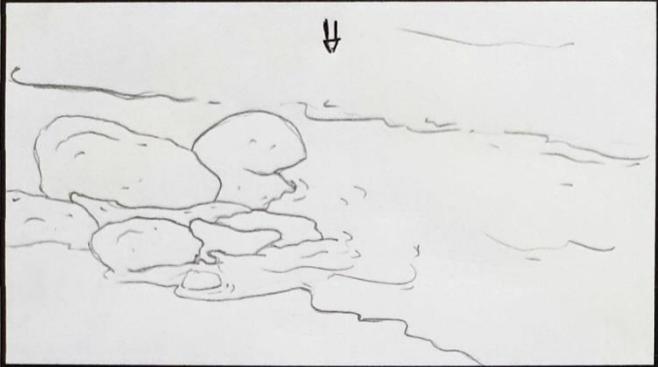
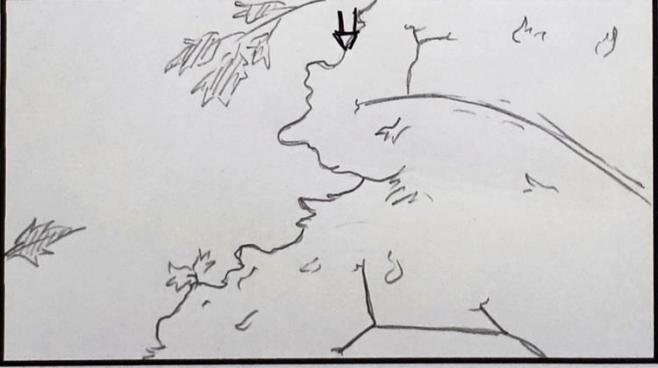
Duration:
2 sec

Tools:
- kamera
- stabilizer

Sound:
cinematic Ambient -
Askanalua Music

Description:
Pengambilan gambar close up ayunan sebagai salah satu fasilitas pantai tamban sebagai penutup. Angle ini digunakan untuk memberikan informasi bahwa ayunan tersebut berada dekat dengan bibir pantai. Footage ini akan dimasukkan kedalam konten fasilitas pantai tamban. Pergerakan kamera akan diam untuk memberikan kesan tenang kepada audience.

5.5.3 Storyboard Pantai Selok

Scene: <u>1</u>	Shot: <u>Aerial shot</u>	Speed: <u>100 %</u>	Duration:
			3 sec
Description:			Tools:
<p>Pengambilan gambar aerial menggunakan drone yang memfokuskan kepada keindahan pantai selok sebagai scene pembuka dari video ini bertujuan untuk memberikan preview dari pantai selok. Angle yang diambil adalah arah dari bibir pantai menuju ke batu karang yang menjadi salah satu ikon dari pantai selok. Kamera/drone akan bergerak kebawah menuju bibir pantai untuk memperlihatkan keadaan di bibir pantai juga.</p>			- Drone
			Sound:
			Mike Perry - The ocean ft. shy Martin
Scene: <u>2</u>	Shot: <u>long shot</u>	Speed: <u>50 %</u>	Duration:
			2 sec
Description:			Tools:
<p>Pengambilan gambar longshot pepohonan bertujuan untuk memberikan informasi rute menuju pantai yang dipenuhi dengan pepohonan. Pengambilan dari bawah/Low angle digunakan untuk mendapatkan efek cahaya dari matahari sebagai penerangan alami. Footage ini akan digunakan sebagai konten rute perjalanan. Pergerakan kamera kebawah sehingga menimbulkan kesan kamera bergerak maju.</p>			- kamera - stabilizer
			Sound:
			Mike Perry - The ocean ft. shy Martin

Scene: 3 Shot: Close up Speed: 50 %



Duration:

3 Sec

Tools:

- kamera
- stabilizer

Sound:

Mike Perry - The ocean ft. Shy Martin

Description:

Pengambilan gambar aktor yang sedang berjalan. Pengambilan dari belakang digunakan agar audience bisa merasakan keadaan yang sesungguhnya. Pengambilan close up digunakan untuk menjelaskan tentang busana dan barang yang digunakan oleh aktor. Pergerakan kamera akan maju mengikuti pergerakan aktor yang berjalan maju.

Scene: 4 Shot: Medium Speed: 50 %



Duration:

2 Sec

Tools:

- kamera
- stabilizer

Sound:

Mike Perry - The ocean ft. Shy Martin

Description:

Pengambilan gambar medium shot kios makanan yang ada dipantai tamban untuk memberikan informasi mengenai fasilitas yang ada di panta, footage ini akan digunakan dalam konten fasilitas pantai. Pergerakan kamera akan panning ke kanan agar dapat gambar keseluruhan dari kios, serta agar dapat sealur dengan footage lainnya.

Scene: 5 Shot: Medium shot Speed: 50 %



Duration:

3 sec

Tools:

- kamera
- stabilizer

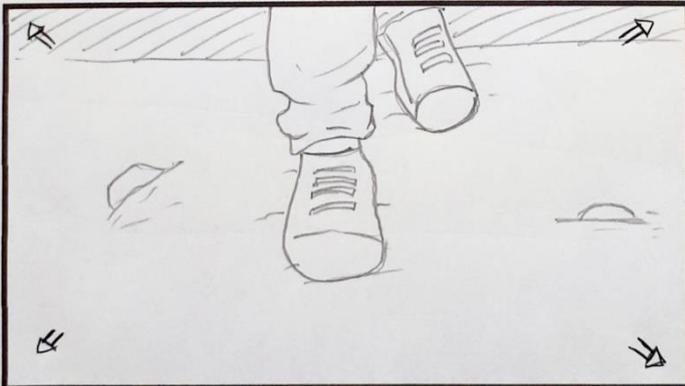
Sound:

Mike Perry - The ocean
ft. Shy Martin

Description:

Pengambilan gambar medium shot yang memfokuskan pada sign age yang terdapat di rute menuju pantai selok. Angle yang digunakan adalah eye-level dengan tujuan agar audience dapat merasakan langsung keadaan yang sesungguhnya. Footage ini akan digunakan sebagai konten rute perjalanan. Pergerakan kamera akan diam/still untuk lebih memfokuskan kepada sign age itu sendiri.

Scene: 6 Shot: Close up Speed: 50 %



Duration:

2 sec

Tools:

- kamera
- stabilizer

Sound:

Mike Perry - The ocean
ft. Shy Martin

Description:

Pengambilan gambar kaki aktor yang sedang berjalan dengan tujuan untuk memberikan informasi mengenai jalan menuju pantai selok yang berbatu dan bertanah. Pengambilan angle dari depan digunakan untuk menjelaskan sepatu apa yang dapat digunakan pada rute ini. Footage ini akan digunakan sebagai konten rute perjalanan. Pergerakan kamera akan mundur mengikuti aktor yang bergerak maju.

Scene: 7 Shot: Close up Speed: 50 %



Duration:

2 sec

Tools:

- Kamera
- Stabilizer

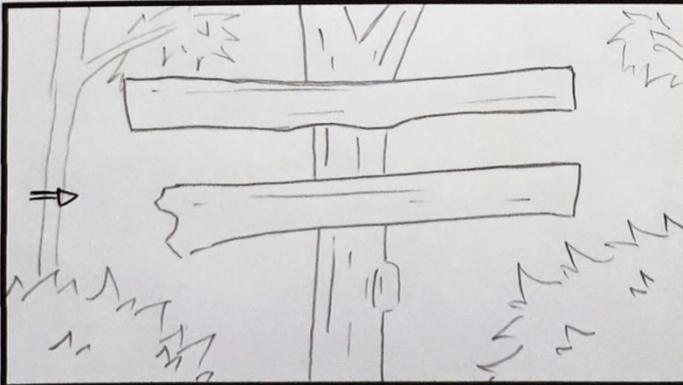
Sound:

Mike Perry - The Ocean
ft. Shy Martin

Description:

Pengambilan gambar close up memfokuskan pada sign age yang menjelaskan tentang fasilitas camping area. Footage ini akan digunakan sebagai konten fasilitas yang ada dipantai selok. Pergerakan kamera akan panning ke kanan karena mengikuti alur pergerakan aktor yang berjalan maju, karena sign age ini berada di kiri jalan.

Scene: 8 Shot: Medium Speed: 50 %



Duration:

3 sec

Tools:

- Kamera
- Stabilizer

Sound:

Mike Perry - The Ocean
ft. Shy Martin

Description:

Pengambilan gambar medium shot yang memfokuskan pada sign age mengenai kukang jawa yg ada di pantai selok akan dijadikan sebagai konten informasi pada video. Pergerakan kamera panning ke kanan karena mengikuti pergerakan aktor yang berjalan maju, sebab sign age ini berada di kiri jalan.

Scene: 9 Shot: long shot Speed: 50 %



Duration:

3 sec

Tools:

- kamera
- stabilizer

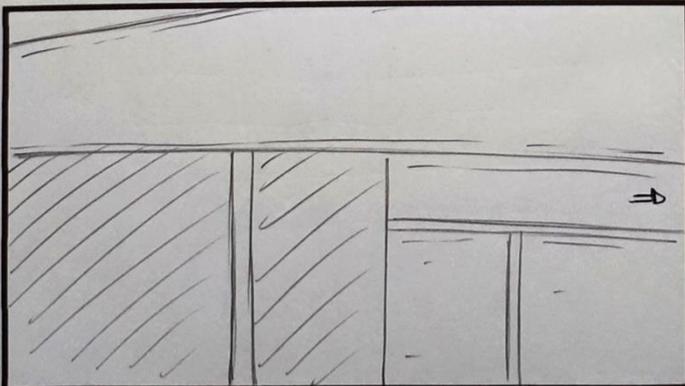
Sound:

Mike Perry - the ocean
ft. Shy Martin

Description:

Pengambilan gambar longshot yang memfokuskan pada gambar kukang jawa yang ada di pantai selok. Pengambilan longshot dikarenakan kukang akan merasa terganggu dan pergi jika pengambilan gambar dilakukan dari dekat. Footage ini akan digunakan sebagai konten aset dari pantai selok. Pergerakan kamera akan diam/still untuk memfokuskan scene pada kukang itu sendiri.

Scene: 10 Shot: close up Speed: 50 %



Duration:

3 sec

Tools:

- kamera
- stabilizer

Sound:

Mike Perry - the ocean
ft. Shy Martin

Description:

Pengambilan gambar close up kiosk penyewaan barang di pantai selok. pengambilan close up dilakukan untuk memfokuskan kepada tulisan toko dan isi dari penyewaan itu sendiri. Footage ini akan digunakan dalam konten fasilitas pantai selok. Pergerakan kamera akan panning kekanan untuk memperlihatkan kiosk lebih menyeluruh, serta menyesuaikan alur video.

Scene: 11 Shot: long shot Speed: 50 %



Description:

Pengambilan gambar longshot aktor yang sudah memasuki kawasan pantai selok, angle gambar diambil dari depan karena untuk memberikan informasi mengenai ekspresi aktor, rute perjalanan, serta keadaan yang ada sepanjang kawasan pantai. Pergerakan kamera akan move out mengikuti pergerakan aktor yang berjalan maju.

Duration:

2 sec

Tools:

- kamera
- stabilizer

Sound:

Mike Perry - the ocean
ft. Shy Martin

Scene: 12 Shot: Medium Speed: 50 %



Description:

Pengambilan gambar medium shot aktor yang berlari ketika sudah memasuki daerah pantai selok. Angle diambil dari samping karena untuk memperlihatkan ekspresi aktor yang kemudian dilanjutkan dengan memperlihatkan pemandangan bibir pantai selok. Pergerakan kamera akan panning ke kiri karena mengikuti arah gerak aktor dan dilanjutkan kepada gambar pemandangan pantai selok.

Duration:

2.5 sec

Tools:

- kamera
- stabilizer

Sound:

Mike Perry - the ocean
ft. Shy Martin

Scene: 13 Shot: long Speed: 50 %

Duration:



3 Sec

Tools:

- Kamera
- Stabilizer

Sound:

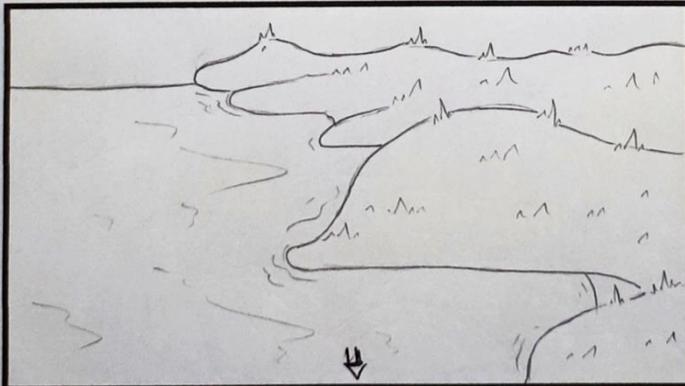
Mike Perry - the ocean
ft. Shy Martin

Description:

Pengambilan gambar longshot dengan fokus landscape pantai dan aktor sebagai objek foreground dilakukan untuk memberikan informasi aktor sudah sampai di pantai dan beres-beres untuk menikmati suasana pantai. Footage ini akan dijadikan sebagai konten keindahan pantai sendiri karena fokus scene ini lebih ke landscape pantai. Pergerakan kamera akan move in bertujuan untuk memperlihatkan aktor di bagian awal dan kemudian dilanjutkan dengan gambar landscape pantai.

Scene: 14 Shot: Aerial Speed: 50 %

Duration:



4 Sec

Tools:

- Drone

Sound:

Mike Perry - the ocean
ft. Shy Martin

Description:

Pengambilan gambar aerial menggunakan drone yang memperlihatkan landscape pantai selok, bertujuan untuk memberikan informasi mengenai kondisi pantai selok. Aerial digunakan agar jangkauan pandang lebih luas serta menyeluruh. Footage ini akan digunakan sebagai konten keindahan pantai selok. Pergerakan kamera akan tilt kebawah dengan tujuan untuk mendapatkan footage yang dinamis dan lebih luas.

Scene: 15 Shot: long shot Speed: 100 %



Description:

Pengambilan gambar longshot aktor yang sedang berlari menuju tepi pantai selok. pengambilan dari belakang bertujuan untuk memperlihatkan aktor dan juga tepi pantai selok. Footage ini akan digunakan sebagai konten kegiatan di pantai selok. pergerakan kamera akan diagonal ke kiri karena untuk memperlihatkan aktor dan tepi pantai secara menyeluruh.

Duration:

2 sec

Tools:

- kamera
- stabilizer

Sound:

Mike Perry - the ocean
ft shy Martin

Scene: 16 Shot: Aerial Speed: 100 %



Description:

Pengambilan gambar aerial menggunakan drone yang memfokuskan pada kondisi bibir pantai, serta untuk memperlihatkan saung tinggi yang ada di bibir pantai selok. Footage ini akan digunakan sebagai konten keindahan pantai selok. Pergerakan kamera akan move out karena untuk memperlihatkan keseluruhan bibir pantai selok.

Duration:

2 sec

Tools:

- Drone

Sound:

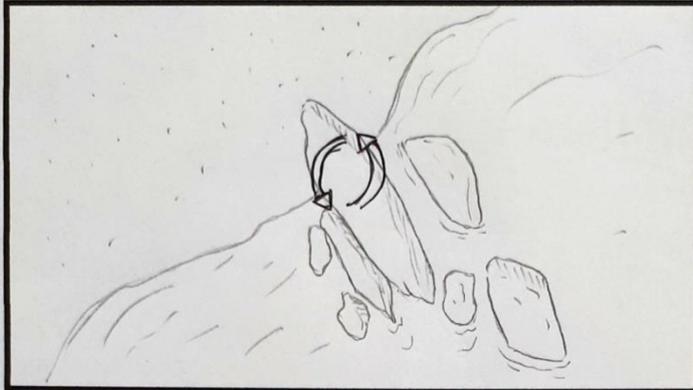
Mike Perry - the ocean
ft. Shy Martin

Scene: 17

Shot: Aerial

Speed: 100 %

Duration:



2 sec

Tools:

- Drone

Sound:

Mike Perry - The Ocean
ft. Shy Martin

Description:

Pengambilan gambar aerial menggunakan drone yang memfokuskan kepada batu karang sebagai salah satu ikon dari pantai selok. pengambilan gambar ini juga untuk memperlihatkan keindahan pantai selok. Footage ini akan digunakan sebagai konten keindahan pantai. Pergerakan kamera akan rotate searah jarum jam untuk memberikan kesan dramatis dan estetik.

Scene: 18

Shot: Aerial

Speed: 100 %

Duration:



2 sec

Tools:

- Drone

Sound:

Mike Perry - The Ocean
ft. Shy Martin

Description:

Pengambilan gambar aerial menggunakan drone yang menampilkan keindahan pantai selok mulai dari pasir maupun lautnya. Footage ini akan digunakan sebagai konten keindahan pantai selok. Pergerakan kamera akan move out karena untuk menampilkan keindahan pantai semakin luas.

Scene: 19 Shot: long Speed: 50 %



Description:

Pengambilan gambar longshot dengan memfokuskan gambar pada objek tenda bertujuan untuk memberikan informasi mengenai kegiatan yang dapat dilakukan di pantai selok. Footage ini akan digunakan sebagai konten kegiatan di pantai selok. Pergerakan kamera akan diam/still karena agar audience dapat fokus kepada objek utama yaitu tenda yang berada di camping area.

Duration:

2 Sec

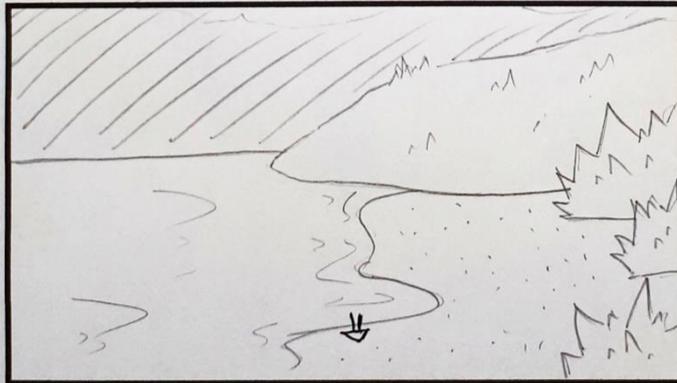
Tools:

- kamera
- stabilizer

Sound:

Mike Perry - The ocean
ft. Shy Martin

Scene: 20 Shot: Aerial Speed: 100 %



Description:

Pengambilan gambar aerial menggunakan drone yang memfokuskan kepada keadaan dibagian bibir pantai sendiki bertujuan untuk memberikan preview terakhir dipantai selok. angle ini diambil karena dapat memperlihatkan antara bibir pantai dan laut pantai. Footage ini akan digunakan sebagai penutup video. Footage ini akan dijadikan sebagai konten keindahan pantai sendiki. Pergerakan kamera/drone akan tilt kebawah bertujuan untuk mendapatkan gambar yang lebih luas menjangkau bibir pantai dan laut pantai

Duration:

2 Sec

Tools:

- ~~kamera~~
- Drone

Sound:

Mike Perry - The ocean
ft. Shy Martin

5.6 Konsep *Adventure*

Konsep *adventure* dalam perancangan ini terdapat pada busana aktor serta rute perjalanan sekitar Pantai yang memiliki kesan petualangan dan menantang. Adapun penerapannya sebagai berikut:

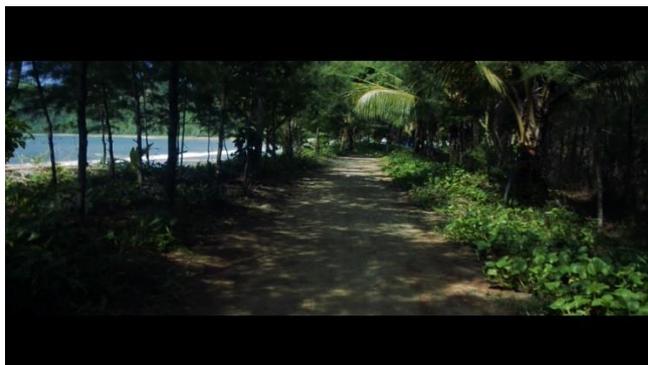
1 Busana Aktor



Gambar 51 Penerapan *Adventure* Aktor

Konsep *adventure* terdapat pada aspek busana dan makeup dengan tujuan memperkuat peran aktor dalam memainkan perannya. Busana yang digunakan adalah busana para petualang pada umumnya antara lain baju yang kasual seperti kaos atau jaket, celana panjang atau celana pendek, tas carrier. Penggambaran ini dilakukan untuk memberikan informasi bahwa aktor dalam video ini merupakan seorang petualang atau *traveler / backpacker* yang juga merupakan segmentasi utama dari perancangan ini.

5. Rute perjalanan



Gambar 52 Penerapan *Adventure* Rute

Infrastruktur yang masih kurang terawat membuat rute perjalanan menuju tiap-tiap Pantai sangat sulit. Dilihat dari infrastruktur yang kurang memadai maka segmen yang dituju adalah *adventurer*.

5.7 Penerapan Konsep *Cinematic*

5.7.1 Teknik Pengambilan Gambar

1. *Close up Shot*



Gambar 53 Penerapan *Close up Shot*

- Lensa: Fix 35 mm
- *Movement* : *Move In*
- Edit : *Cut*

2. *Long Shot*



Gambar 54 Penerapan *Long Shot*

- Lensa : 18-55 mm kit
- *Movement* : Still
- Edit : *Cut*

3. *Medium shot*



Gambar 55 Penerapan Medium shot

- Lensa : 18-55 mm kit
- *Movement : Move In*
- Edit : *Cut*

4. *Low Angle*



Gambar 56 Penerapan Low Angle

- Lensa : 18-55 mm kit
- *Movement : Move In*
- Edit : *Cut*

5. *Top Angle*



Gambar 57 Penerapan *Top Angle*

- Lensa : Drone DJI Phantom 3
- *Movement* : *Move Out*
- Edit : *Cut*

5.7.2 Proses Editing

1. Bentuk Dimensi *Frame*

Dimensi frame atau *aspec ratio* yang digunakan dalam perancangan ini menggunakan *aspec ratio* 1.85:1 atau 16:9. Hal tersebut dilakukan untuk memenuhi kriteria video sebagai video *cinematic*.



Gambar 58 Penerapan *Cinematic Bar*

2. Tone Warna

Color Grading ini digunakan untuk memberikan kesan warna biru (*cold*) dan oranye (*warm*), atau biasa di sebut dengan istilah *Teal and Orange*. Adapun detail yang akan digunakan adalah sebagai berikut:

Diberi warna-warna komplementer.



Gambar 59 Penerapan Tone Warna

3. Audio

Audio yang digunakan adalah *music* yang memiliki tempo *upbeat*. Tempo *upbeat* digunakan karena dapat memberikan kesan modern dan dapat mengatur emosional penonton. Adapun musik yang akan dipakai adalah:

- a. Illenium - Fortress (feat. Joni Fatora)
- b. Cinematic Ambient – AshamaluevMusic
- c. Mike Perry – The Ocean (feat. Shy Martin)

4. Text

Pada penyajian untuk informasi akan dimasukan unsur teks didalamnya, diantaranya pada *opening*, pemberian nama Pantai pada *scene*, dan closing. *Font* yang akan digunakan adalah sebagai berikut:

a. *Gotham Bold*

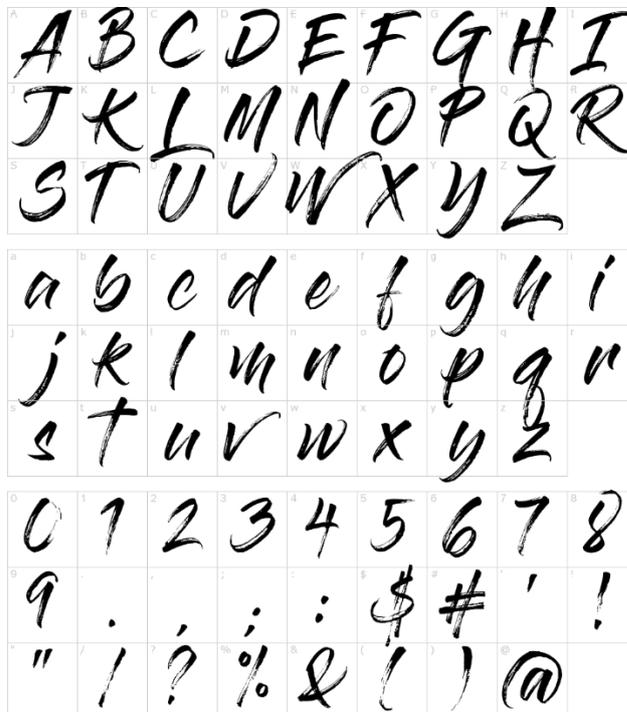
Font ini digunakan dalam penyajian informasi-informasi yang akan digunakan pada isi dalam video tiap-tiap Pantai.

**Gotham Bold:
ABCDEFGHIJKLMN
OPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmn
opqrstuvwxyz
0123456789**

Gambar 60 Font Gotham Bold

b. *Gloss and Blooms*

Font ini digunakan pada penyajian informasi pada *opening*, pemberian nama Pantai pada *scene*, dan *closing*.



Gambar 61 Font Gloss and Blooms

5.8 Editing

Proses editing pada video promosi ini dilakukan pada tahap *post production*. Sebelum melakukan editing pada *footage-footage* yang ada, penulis akan membuat draft agar dapat mempermudah dalam mencari *footage* yang paling bagus dan pengambilan yang akan dimasukkan ke dalam proses editing. Adapun aspek yang dilakukan dalam proses editing, antara lain:

1. Menentukan kecepatan frame per second
2. *Cutting Scene*
3. Menstabilkan *footage*
4. *Color grading*
5. Menentukan kecepatan *frame per scene*
6. Mensinkronasi *footage* dengan audio
7. *Color grading*
8. *Visual effect*

Setelah membuat draft video, penulis akan memilih *footage* yang sesuai untuk dilanjutkan ke dalam proses *editing*. Proses *editing* akan menggunakan *software* Adobe After Effect CC 2018, Audacity, dan Adobe Premiere Pro CC 2018.

Adapun proses *editing* mencakup sebagai berikut:

1. *Cutting scene*
2. Menstabilkan *footage*
3. Mengatur kecepatan video
4. Memasukan *background*
5. Mensinkronasikan *background*
6. Meredam *noise* pada suara
7. Mengatur transisi antar *footage*
8. *Color grading*
9. Menambahkan *visual effect*

(Halaman ini sengaja dikosongkan)

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

1. Video promosi mengenai wisata Pantai Sendiki, Pantai Selok, dan Pantai Tamban ini merupakan usaha untuk memperkenalkan dan memberikan informasi mengenai keindahan, fasilitas, serta kegiatan yang dapat dilakukan di Pantai tersebut.
2. Video promosi menggunakan konsep *Adventure Cinematic* bertujuan untuk memberikan keindahan dalam suatu tantangan petualangan.
3. Visualisasi video promosi menggunakan teknik sinematografi untuk mendapatkan pendekatan emosional pada video promosi Pantai Selok, Pantai Sendiki, dan Pantai Tamban
4. Video promosi ini bertujuan memberikan informasi yang dapat meningkatkan pengetahuan masyarakat mengenai destinasi wisata Pantai di Malang Selatan, dan meningkatkan minat masyarakat untuk berkunjung ke Pantai Sendiki, Pantai Selok, dan Pantai Tamban.

6.2 Saran

Dalam Proses perancangan ini ada beberapa hal yang belum dapat diselesaikan dengan baik. Beberapa diantaranya yaitu:

1. Konten video promosi yang hanya berfokus kearah keindahan Pantai, sehingga informasi mengenai rute perjalanan menuju Pantai kurang terjelaskan.
2. Konten yang ditonjolkan oleh penulis lebih kearah memberikan informasi yang general mengenai tiap-tiap Pantai dan belum sampai ketahap yang lebih detail dalam pemberian informasi.
3. Dari segi teknis hal yang masih harus diselesaikan yaitu dalam hal pendekatan emosional, seperti pemilihan *backsound* dan tonalitas warna, sehingga pendekatan yang disampaikan dapat lebih tersampaikan.
4. Dalam pembuatan *storyboard* dan *storyline* hendaknya dilakukan secara matang pada proses pra produksi sehingga dapat memudahkan proses produksi dan *post* produksi.
5. Berdasarkan segala hambatan yang dialami selama proses perancangan, diharapkan dapat menjadi cermin dan panduan dalam mengerjakan tugas akhir bagi penelitian atau perancangan lainnya yang hendak mengangkat promosi wisata alam.

(Halaman ini sengaja dikosongkan)

DAFTAR PUSTAKA

- Baksin, A. (2009). Videografi Operasi Kamera dan Teknik Pengambilan Gambar. Bandung: Windaya Padjajaran.
- Brown, B. (2002). *Cinematography Theory and Practice*. Oxford: Focal Press.
- Fachruddin, A. (2012). Dasar-Dasar Produksi Televisi. Jakarta: PT. Fajar Interratama Mandiri.
- Naratama. (2004). Menjadi Sutradara Televisi. Jakarta: PT. Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Pratista, H. (2008). Memahami Film. Yogyakarta: Homerian Pustaka.
- Sin, A. (2009). Videografi Operasi Kamera dan Teknik Pengambilan Gambar. Bandung: Windaya Padjajaran.
- Sunaryo, B. (2013). Kebijakan Pembangunan Destinasi Pariwisata : Konsep dan Aplikasinya di Indonesia. Yogyakarta: Gava Media.
- Kurniansyah, Peran Media Sosial Sebagai Alat Promosi Bisnis Pariwisata. (2018, Oktober) Di dapat dari www.academia.edu
- Heiderich, Timothy. *Cinematography Techniques: The Different Types of Shots in Film*. (2018, Oktober) Di dapat dari www.oma.on.ca

(Halaman ini sengaja dikosongkan)

LAMPIRAN

1. Kuisioner *post test* video promosi Pantai Sendiki, Pantai Selok, dan Pantai Tamban

Nama

5 tanggapan

Dimas

Zakiya Asna Yola Puspa M

Bintang

Ade

Agung rizki

Bagaimana kesan anda setelah melihat video promosi pantai Malang Selatan?

5 tanggapan

kagum, baru tau ada pantai kyk gitu di malang

Bagus, good, amazing, wonderful Indonesia ❤️

Mbois

Tertarik utk datang

Sangat menarik sekali, pengambilan gambar yang bagus serta pengeditan vidio yang menarik, membuat kesan promosi pantai malang terlihat nyata.

seberapa berhasilkah video ini dalam mempromosikan pantai Malang Selatan?

5 tanggapan

lumayan

Berhasil

Berhasiil get

Berhasil, karena saya jadi tertarik utk datang

Sangat berhasil

Apakah konsep adventure dan cinematic sudah terimplementasikan dalam video promosi ini?

5 tanggapan

hampir berhasil, namun porsi konsep adventurnya belum terlalu mengena

Sudah

Sudah

Sudah, mungkin lebih di tambahkan footage pemandangan alamnya.

Iya, semuanya selaras dalam satu kesatuan vidio

Apakah pendekatan emosional sudah didapatkan dalam video promosi ini?

5 tanggapan

Sudah

lumayan dapat

Sudah, soalnya liat lemos sama ali uda emosi saya

Sangat sudah sekali

Apa kelebihan dan kekurangan pada video promosi ini?

5 tanggapan

kelebihan: teknik pengambilan gambar sangat melihatkan keindahan pantai sendiki, kekurangan: pendekatan emosionalnya kurang mengena

Kelebihannya mempresentasikan pantai Malang selatan

Kekurangan Durasinya harus lebih lama.videonya terlalu singkat

Kurang saya jadi talentnya

Lebih ditambahkan footage pemandangan alam dan suasana sekitar

Kelebihan dari vidio ini, penonton di buat ikut terjun dalam vidio tersebut, dari efek, pengambilan gambar serta edit semua jadi satu kesatuan

Kekurangan vidio ini, kurang sedikit lama

2. Formulir Hak Cipta Aartikel

FORMULIR HAK CIPTA ARTIKEL

JUDUL ARTIKEL:

Perancangan video sebagai Media Promosi Pantai Sendiki, Pantai Selok, dan Pantai Tamban di Kabupaten Makang Selatan Dengan Konsep Adventure Cinematic Melalui Pendekatan Emosional

DAFTAR LENGKAP SEMUA PENULIS:

	Nama	NRP/NIP
1.	Andy Suprayogi	0631144000039
2.	Bambang Marsiono Sobuito	194101172006041002
3.		
4.		

AFILIASI:

TRANSFER HAK CIPTA

Yang bertandatangan di bawah ini menyerahkan hak di bawah hak cipta yang ada dalam artikel tersebut di atas kepada Institut Teknologi Sepuluh Nopember untuk:

- (a) diperbanyak dan
- (b) diterbitkan dalam Publikasi Ilmiah Online Institut Teknologi Sepuluh Nopember Surabaya dengan catatan tanpa ada perubahan isi artikel tersebut.

Sedangkan hak-hak lain yang ada di bawah hak cipta mengikuti ketentuan dalam Undang-Undang RI No 19 Tahun 2002 tentang Hak Cipta.



Nama Andy Suprayogi

Tanggal 28-01-2019



Nama Bambang Marsiono Sobuito

Nama

Nama

3. Cek List Kelengkapan

CEK LIST KELENGKAPAN LULUS YUDISIUM DEPARTEMEN DESAIN PRODUK

Nama	Andy Suprayogi
NRP	0831144000029
Periode Wisuda	119

No	KETERANGAN	OK	TDK
1	Form Revisi yang telah ditandatangani Dosen Pembimbing & Penguji	✓	
2	LULUS SEMUA MATA KULIAH Minimal 144 SKS	✓	
3	LULUS TEFL (minimal 477)	✓	
4	LULUS SKEM (minimal 1400) - Print out score SKEM	✓	
5	Bukti Unggah Artikel POMITS/Formulir Telaah & Persetujuan Publikasi Artikel POMITS oleh Pembimbing - Link; ejournal.its.ac.id - Pilih jurnal SAINS & SENI - Login dengan username NRP, password M4h4sisw4ITS! - Untuk yang tidak dipublish pilih REPOSITORY (mohon konsultasi dengan dosen pembimbing)	✓	
6	Formulir Calon Wisudawan (bisa diambil di Bag. Akademik Departemen) yang telah diisi & melengkapi dokumen	✓	

Surabaya, 28-01-2019

Menyetujui mahasiswa yang bersangkutan mengajukan Yudisium

MAHASISWA	DOKUMEN KELENGKAPAN YUDISIUM DEPARTEMEN DESAIN PRODUK
 (Andy Suprayogi.....)	

(Halaman ini sengaja dikosongkan)

BIODATA PENULIS



Andy Suprayogi, lahir di Tangerang 16 September 1996. Putra keempat dari empat bersaudara, pasangan dari Bapak Agus Suprayogi dan Ibu Suprihatini. Penulis yang mempunyai ketertarikan pada bidang desain, video editing, dan ilustrasi. Penulis telah menempuh pendidikan di SDN Karawaci Baru 2 Tangerang, dan melanjutkan pendidikan SMP di Pondok Pesantren Daar El-Qolam Tangerang, dan mengikuti program IPA di SMA 2 Tangerang, penulis melanjutkan pendidikan jenjang Strata 1 di jurusan Desain Produk Industri program studi Desain Komunikasi Visual (DKV) Fakultas Arsitektur, Desain, dan Perencanaan pada tahun 2014 melalui jalur SNMPTN. Selama menjadi mahasiswa penulis mendalami pengalaman dibidang video editing dan ilustrasi. Ketertarikan penulis terhadap videografi dan traveling membawa penulis untuk memilih topik tugas akhir yang berhubungan dengan destinasi wisata alam yang akan dijadikan sebagai media promosi berupa video. Diharapkan perancangan ini dapat bermanfaat bagi pembaca.

Kedepannya penulis akan terus mengembangkan pengetahuan dalam bidang desain dan dunia sosial dengan beriringan. Merancang sesuatu yang tidak hanya berdampak pada diri sendiri, namun juga memiliki banyak manfaat bagi orang lain.

Untuk berdiskusi lebih lanjut mengenai tugas akhir, penulis dapat dihubungi melalui:

Email: andysuprayogi@gmail.com

Instagram: [@andyueo](https://www.instagram.com/andyueo)

(Halaman ini sengaja dikosongkan)