

PERANCANGAN VIDEO PROMOSI KAWASAN WISATA PANTAI BANTOL KABUPATEN MALANG

Restu Hendriyani Magh'firoh ¹,
Yulius Widi Nugroho ²,
Karina Evangelista Samuel³

*Institut Informatika Indonesia, Surabaya¹
restu@ikado.ac.id*

Abstrak

Pantai Bantol memiliki potensi wisata yang tinggi, namun banyaknya wisatawan yang berkunjung terhitung rendah dikarenakan belum banyak sorotan untuk kawasan wisata tersebut termasuk pada sosial media. Penelitian ini ditunjukkan untuk merancang sebuah video promosi yang menarik minat masyarakat untuk datang berkunjung. Metode penelitian yang digunakan berupa metode kualitatif yaitu wawancara dengan Kepala Desa Banjarejo serta Juru Kunci Pantai Bantol, serta melakukan observasi secara langsung di wilayah Pantai Bantol. Metode perancangan yang dilakukan yaitu mulai penyusunan ide dan konsep, perancangan storyline serta storyboard yang akan disusun dalam bentuk video. Hasil penelitian ini berupa perancangan video iklan promosi Wisata Pantai Bantol yang di upload pada kanal Youtube dan Instagram. Media pendukung yang dirancang berupa media promosi (*Youtube Banner, Youtube Thumbnail, X-Banner, Poster*) dan *merchandise (Totebag, Mug, Kaos, Topi, Phone Case)*. Perancangan ini diharapkan memberikan dampak positif seperti menambah jumlah pengunjung yang berwisata di Pantai Bantol.

Kata kunci: Video Promosi, Wisata, Pantai Bantol, Malang

Abstract

Bantol Beach has high tourism potential, but the number of tourists visiting is relatively low because there has not been much attention for the tourist area, including on social media. This research is shown to design a promotional video that attracts people to come to visit. The research method used is a qualitative method, namely interviews with the Banjarejo Village Head and the Locksmith of Bantol Beach, as well as direct observations in the Bantol Beach area. The design method carried out is to organize ideas and concepts, design storylines and storyboards that will be arranged in video form. The results of this study are in the form of designing a promotional video for Bantol Beach Tourism which is uploaded on Youtube and Instagram channels. Supporting media designed are in the form of promotional media (Youtube Banner, Youtube Thumbnail, X-Banner,

Poster) and merchandise (Totebag, Mug, T-shirt, Hat, Phone Case). This design is expected to have a positive impact such as increasing the number of visitors who travel to Bantol Beach.

Keywords: *Promotion Video, Tour, Bantol Beach, Malang*

PENDAHULUAN

Kabupaten Malang merupakan wilayah dengan potensi wisata alam yang sangat besar, terdapat beberapa obyek wisata di kabupaten Malang, salah satunya ialah kawasan wisata pantai yaitu Kawasan Wisata Pantai Bantol. Pantai Bantol adalah sebuah pantai di pesisir selatan yang terletak di Dusun Sumberceleng, Desa Banjarejo, Kecamatan Donomulyo, Kabupaten Malang, Jawa Timur (Wikipedia, 2021). Kawasan Wisata Pantai Bantol memiliki banyak daya tarik, salah satunya karena masih memiliki suasana alami dan tenang. Air di Pantai Bantol yang jernih dan menyegarkan. Letak Pantai Bantol yang berada di sebuah teluk dan dilindungi oleh gugusan karang sepanjang garis di bibir pantai membuat pantai ini aman untuk berenang ketika gelombang tidak terlalu tinggi, selain itu terdapat muara sungai yang juga dapat digunakan sebagai tempat berenang atau memarkirkan perahu bagi nelayan sekitar.

Kawasan Pantai Bantol memiliki dua sisi pantai dimana kedua sisi tersebut dipisahkan oleh aliran air sungai atau Kondang, sehingga ketika ingin menyusuri sisi lain pantai harus menyeberangi sungai tersebut. Kawasan Wisata Pantai Bantol bersebelahan langsung dengan beberapa pantai seperti Pantai Seling, Pantai Kedungceleng, dan Pantai Pulo Doro. Pantai Kedungceleng dan Pantai Pulo Doro terletak di sebelah kanan Pantai Bantol sehingga untuk menuju kesana harus menyeberangi Kondang atau aliran sungai, setelah itu melewati hutan bakau dengan akses jalan setapak. Pantai Seling terletak disebelah kiri, untuk menuju kesana tidak perlu melewati Pantai Bantol terlebih dahulu. Dari arah loket masuk akan ada penunjuk arah menuju Pantai Seling pada pertigaan jalan sebelum tanjakan jalan yg menuju Pantai Bantol. Akses jalan masih jalan setapak yang jika hujan akan berubah menjadi jalanan berlumpur.

Pantai Bantol sendiri memiliki potensi wisata yang cukup tinggi, namun banyaknya wisatawan yang berkunjung terhitung rendah. Pengunjung Pantai

Bantol terbilang masih sedikit, Pak Marsudi selaku penjaga dan salah satu pengurus menjelaskan bahwa untuk hari-hari biasa hanya satu dua orang wisatawan yang berkunjung, sedangkan untuk weekend atau hari libur jumlah pengunjung naik namun tidak signifikan. Hari-hari tertentu jumlah pengunjung dapat naik secara signifikan, salah satunya adalah saat diadakannya proses ritual adat Labuhan yang hanya digelar setahun sekali. Pengunjung yang datang saat hari biasa tidak bisa dibilang pengunjung, karena kebanyakan yang datang ke Pantai Bantol adalah para peternak yang mencari rumput untuk pakan ternaknya atau pemancing yang datang untuk memancing ikan di sekitaran Pantai Bantol atau pantai sebelahnya.

Pantai Bantol terletak jauh dari kawasan penduduk, akses jalan menuju lokasi baru mendapatkan perbaikan beberapa tahun terakhir ini sejak berjalannya pembangunan Jalan Lintas Selatan (JLS). Akses dari Desa Banjarejo sampai dengan Dusun Sumberceleng termasuk cukup baik, beberapa jalan sudah di aspal maupun di cor. Akses jalan menuju pantai selepas JLS terbilang lumayan sulit dikarenakan akses jalannya masih menggunakan jalan batu atau makadam, ada beberapa titik tanjakan yang sudah di cor namun sebagian besar masih jalan tanah alami, sehingga saat musim penghujan akses jalan tersebut dapat tergenang air, becek, dan berlumpur. Hal ini merupakan salah satu alasan mengapa Pantai Bantol masih jarang sepi pengunjung. Selain itu, dikarenakan masih belum banyaknya sorotan untuk kawasan wisata tersebut termasuk pada sosial media.

Seiring berkembangnya zaman, banyak platform yang dapat digunakan untuk mengenalkan suatu objek wisata, salah satunya dapat berupa konten promosi yang di unggah di salah satu media sosial yang bertujuan untuk mengenalkan potensi wisata tersebut sehingga dapat menarik minat para wisatawan untuk berkunjung. Menurut Tjiptono (2010:219), promosi adalah aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi /membujuk, dan mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan. Promosi menjadi cara paling utama untuk memperkenalkan dan memasarkan produk atau jasa. Menggunakan promosi yang menarik membuat produk tersebut akan mendapat atensi dari masyarakat luas. Terdapat berbagai macam media promosi, salah satunya menggunakan Internet. Semua hal bisa

dilakukan dengan menggunakan jaringan internet termasuk mengakses berbagai sosial media seperti Instagram, Youtube, dan Facebook.

Sosial media saat ini banyak menggunakan video sebagai salah satu bentuk penyajian informasinya. Menurut So,dkk (2015:3) Video merupakan salah satu media informasi yang ditujukan kepada khalayak umum berupatampilan yang terdiri dari gambar dan suara. Video memiliki kemampuan untuk merekam gambar dan suara dalam satu medium pada waktu yang bersamaan. Faktor yang mempengaruhi pemilihan video sebagai media promosi adalah di karenakan Kawasan Pantai Bantol belum pernah secara official membuat media apapun untuk berpromosi. Video yang akan dirancang ini berupa video iklan yang bertujuan untuk mempromosikan Kawasan Wisata Pantai Bantol yang nantinya akan diunggah pada platform media sosial seperti di Youtube. Penyebaran video promosi melalui sosial media seperti Youtube dan Instagram dipilih karena banyaknya pengguna remaja sampai dewasa. Penggunaan dengan rentang usia remaja dewasa cenderung menggunakan media sosial sebagai tempat untuk mencari dan berbagi informasi. Laporan Statista mencatat, pengguna media sosial di Indonesia pada 2020 paling banyak yakni berusia 25-34 tahun (Databoks, 2020). Rinciannya, pengguna laki-laki dan perempuan masing-masing sebanyak 20,6% dan 14,8%. Posisi selanjutnya yakni pengguna berusia 18-24 tahun. Rinciannya, pengguna laki-laki dan perempuan masing-masing sebanyak 16,1% dan 14,2%. Jumlah pengguna media sosial di Indonesia paling sedikit yakni berusia 55-64 tahun, kemudian usia 65 tahun ke atas (Databoks, 2020).

Berdasarkan catatan tersebut pemilihan media sosial sebagai wadah untuk promosi sesuai dengan target audience yang telah ditentukan, yaitu remaja sampai dengan dewasa usia 18-30 tahun yang merupakan wisatawan lokal. Penggunaan video iklan sebagai media promosi diharapkan dapat menyebarkan informasi mengenai Kawasan Wisata Pantai Bantol, sehingga dapat menarik minat wisatawan dan menambah jumlah pengunjung yang berwisata di Pantai Bantol setiap harinya.

KAJIAN TEORI

Pantai Bantol

Pantai Bantol pertama kali diperkenalkan oleh Bayan Dayat. Bayan Dayat adalah seorang perantau yang ingin mencari penghidupan baru di bibir pantai. Ini terjadi sekitar tahun 1950-an. Lokasi di sekitar pantai pada saat itu masih hutan belantara (Wikipedia). Pantai Bantol mulai dibuka dan dikenal sebagai tempat wisata sekitar tahun 2015-2016. Pada awalnya segala kegiatan yang ada di Pantai Bantol masih dikelola oleh warga sekitar, mulai dari sarana dan prasarana. Baru sekitar awal tahun 2017 mulai adanya campur tangan oleh pemerintah setempat, dan mulai dikembangkan lebih jauh sebagai kawasan wisata yang dikelola oleh lembaga swasta yang diketuai oleh Bapak Suwaji. Sebelum dibuka sebagai kawasan wisata menurut Mbah Mardi sebagai juru kunci, Pantai Bantol digunakan untuk acara ritual adat Jawa oleh warga setempat. Acara adat tersebut diselenggarakan sebagai peringatan 1 Suro pada penanggalan Jawa yang disebut Labuhan.

Akses jalan menuju Pantai Bantol dimulai dari perempatan Desa Sumbermanjing Kulon, Kecamatan Pagak, berjarak kurang lebih 10 km ke arah selatan. Jalannya tidak terlalu sulit, meskipun belum beraspal, kendaraan apapun bisa masuk. Menurut Bu Suliyah (Kepala Desa Banjarejo), jalan menuju Pantai Bantol menjadi jalan akses keluar masuk mobil jenis truk untuk mengangkut kayu maupun hasil kebun masyarakat setempat. Jalan masuk ini diperbaiki sejak tahun 1990 yakni ketika pihak desa memaksa ke Perum Perhutani agar mengizinkan pelebaran jalan. Pantai Bantol memiliki beberapa tempat wisata lain yang dapat dikunjungi dan dinikmati seperti bukit Pesanggrahan, Pantai Seling, Pantai Kedung Celeng, dan Pantai Pulo Doro.

Videografi

Dalam kamus bahasa Indonesia, video adalah teknologi pengirim sinyal elektronik dari suatu gambar gerak. Menurut Sadiman (2009:74), video adalah sebuah media audio visual yang menampilkan gambar yang di dalamnya diiringi dengan suara yang ditampilkan ke dalam gambaran yang bersifat fakta maupun fiktif, bersifat informatif, edukatif, maupun bersifat intruksi. Videografi terdiri dari

kata video dan grafis graphic, video berkonotasi pada perangkat kamera berteknologi elektronisasi yang memiliki fungsi utama untuk merekam dan menyimpan secara simultan atau terus menerus pada obyek gambar atau visual berikut fungsi pendukung merekam suara atau audio secara langsung menjadi materi data rupa runggu atau audio visual. Sedangkan grafis bermakna pada tata pengaturan gambar yang diekspresikan sedemikian rupa, baik diam maupun bergerak, termasuk juga suara, sehingga dapat memberikan suatu nilai informasi, pesan atau kesan tertentu yang dapat diapresiasi atau dimaknai oleh pemirsa atau penonton. Jadi dapat dideskripsikan bahwa videografi adalah ilmu menata gambar rekam melalui teknologi kamera video secara teratur, tertib, terarah dan simultan, sehingga menghasilkan gambar video yang memiliki nilai makna informasi, pesan atau kesan tertentu yang dapat dipahami oleh pemirsa atau penonton.

Video Promosi

Menurut Degey (2016:9) Video promosi adalah video yang digunakan untuk mempromosikan sesuatu. Ciri dari video promosi adalah mempromosikan sesuatu secara lebih detail dengan durasi yang lebih panjang dari video iklan karena proses pengambilan gambar untuk video promosi harus dilakukan secara berkala dari objek yang ingin dipromosikan agar hasil dari video promosi tersebut lebih terperinci dan mencakup semua hal yang berhubungan dengan objek tersebut. Video promosi sangat tepat bagi perusahaan, organisasi, institusi maupun perorangan yang ingin menjadi pemimpin di antara para pesaing. Dengan video promosi yang baik tentunya akan meningkatkan citra perusahaan, meningkatkan brand di hadapan para calon pelanggan atau target audience.

METODE PENELITIAN

Metode pengumpulan data yang digunakan merupakan metode kualitatif. Tentang metode penelitian kualitatif, Craswell (2008) mendefinisikannya sebagai suatu pendekatan atau penelusuran untuk mengeksplorasi dan memahami suatu gejala sentral. Perancangan video promosi ini dilakukan dengan metode pengumpulan data primer maupun sekunder. Pengumpulan data primer dilakukan

menggunakan metode observasi yang dilakukan dengan mendatangi langsung ke lokasi wisata yaitu Pantai Bantol untuk melakukan riset mengenai letak pantai, akses, dan titik-titik unggul wisata yang ada. Melakukan wawancara pada juru kunci Pantai Bantol dan Kepala Desa Banjarejo. Data yang didapat menjadi acuan perancangan ide dan konsep video promosi yang akan digunakan untuk membuat storyline serta storyboard yang menjadi panduan untuk pengambilan video serta proses editing. Pengumpulan data sekunder merupakan pengumpulan data yang digunakan berupa data tertulis yang diperoleh dari sumber yang berkaitan dengan tujuan penelitian dengan mengumpulkan data dari buku, jurnal, dan internet (*e-book* dan jurnal).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Logo

Proses perancangan video diawali dengan pembuatan logo sebagai identitas media yang digunakan dalam setiap perancangan. Konsep logo berupa logo *badge* dengan ilustrasi menyerupai pemandangan yang merupakan ciri khas Pantai Bantol yaitu adanya muara sungai yang memisahkan bagian pantai.



Gambar 1. Logo

Sumber: Dokumentasi Pribadi

Warna utama yang digunakan dalam proses perancangan logo menggunakan warna biru, hijau dan orange.



Gambar 2. Skema Warna

Sumber: Dokumentasi Pribadi

Jenis font yang digunakan adalah Montserrat. Selama beberapa dekade, jenis huruf Montserrat tidak dipilih sebagai jenis huruf yang representatif untuk logo atau merek, namun demikian, banyak merek telah menggunakannya sebagai media iklan untuk poster atau tempat iklan.



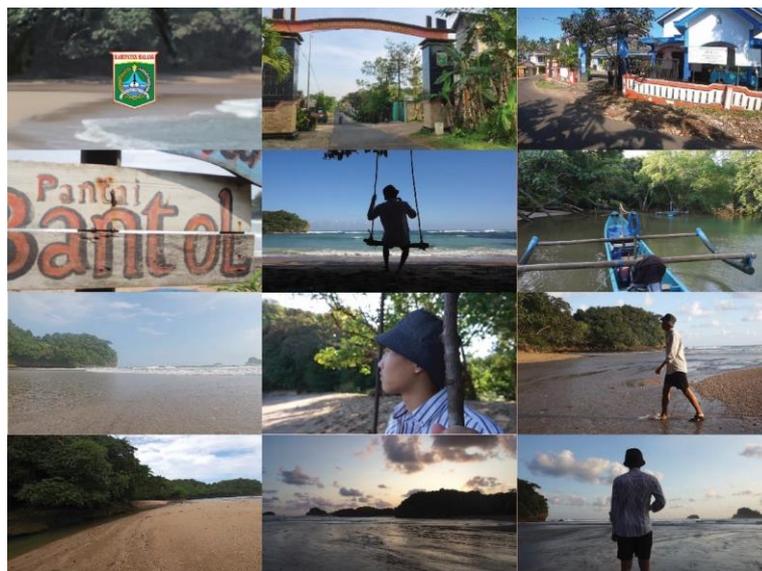
Gambar 3. Jenis Font

Sumber: Dokumentasi Pribadi

Perancangan video promosi dibagi menjadi 4 video dengan durasi 5 menit setiap videonya. Setiap video memiliki konsep yang berbeda menampilkan alur cerita yang beragam mengenai Pantai Bantol yang dipublikasikan melalui platform media sosial Youtube. Video memiliki spesifikasi dengan format 1080p dengan frame rate 50fps. Acuan media yang akan dibuat meliputi:

Video Promosi

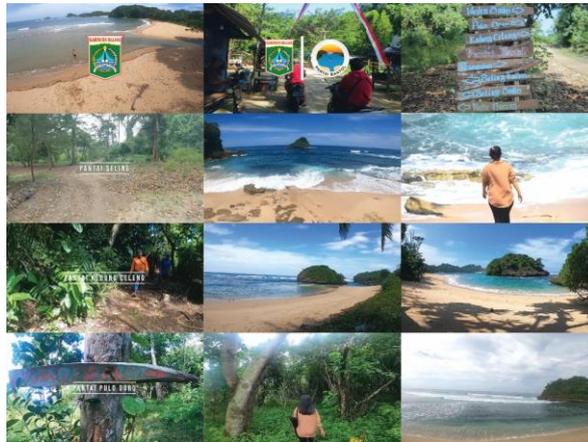
Video dengan judul “Explore Pantai Bantol” menampilkan mengenai keindahan Pantai Bantol, menceritakan seorang pemuda yang datang mengunjungi Pantai Bantol untuk berlibur.



Gambar 4. Cuplikan Video 1

Sumber: Dokumentasi Pribadi

Video yang berjudul “Permata Dibalik Bantol” menampilkan keseluruhan pantai yang berada di sekitar Pantai Bantol. Pantai yang termasuk yaitu Pantai Seling, Pantai Kedung Celeng, dan Pantai Pulau Doro.



Gambar 5. Cuplikan Video 2

Sumber: Dokumentasi Pribadi

Video Promosi yang mengangkat tema adat/budaya dengan judul “Pesangrahan. Perancangan video dengan tema budaya merupakan upaya dalam memperkenalkan budaya setempat kepada masyarakat, maka dilakukanlah pengambilan gambar menggunakan reka adegan ritual adat tentang acara Labuhan atau larung laut yang dilaksanakan setahun sekali setiap 1 Suro. Video dikemas dengan porsi yang lebih singkat dan beberapa adegan ditambahkan untuk memperoleh kesan kearifan budaya lokal.



Gambar 6. Cuplikan Video 4

Sumber: Dokumentasi Pribadi

Video dengan judul “One Day In Bantol” bercerita mengenai sekelompok pemuda berjumlah 3 orang yang mengunjungi Pantai Bantol untuk berwisata dan berkemah. Menikmati suasana di pantai dengan berkumpul bersama teman terdekat.



Gambar 7. **Cuplikan Video 4**

Sumber: Dokumentasi Pribadi

Media Pendukung

Media pendukung menggunakan konsep yang serasi dengan perancangan media utama. Media pendukung dirancang sebagai media tambahan untuk mempromosikan hasil perancangan media utama. Media yang dirancang berupa media promosi (*Youtube Banner, Youtube Thumbnail, X-Banner, Poster*) dan *merchandise* (*Totebag, Mug, Kaos, Topi, Phone Case*).



Gambar 8. Media Pendukung

Sumber: Dokumentasi Pribadi

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Perancangan Video Promosi Wisata Pantai Bantol Kabupaten Malang, membahas mengenai potensi wisata Pantai Bantol yang berada di Desa Banjarejo yang masih belum dikenal secara luas diantara wisata pantai yang ada di wilayah Malang Selatan. Pembahasan awal mengenai Pantai Bantol menjelaskan mengenai potensi wisata yang tinggi namun dengan jumlah pengunjung yang kurang. Kawasan Wisata Pantai Bantol memiliki banyak daya tarik, salah satunya karena masih memiliki suasana alami dan tenang. Melihat potensi wisata tersebut menjadi acuan yang penting untuk mendukung pengembangan objek wisata Pantai Bantol agar menjadi lebih dikenal. Perlu dilakukannya perancangan media promosi yang mengangkat potensi Kawasan Wisata Pantai Bantol berupa video promosi. Perancangan video ini akan mempromosikan Pantai Bantol melalui platform media sosial seperti Youtube dan Instagram. Video dibuat menjadi 4 dengan sub judul dan tema yang berbeda namun masih mengangkat potensi wisata Pantai Bantol. Durasi setiap video kurang lebih 5 menit dengan menggunakan teknik sinematik

yang didukung dengan audio serta narasi yang di buat sesuai tema dan alur cerita yang dibuat sebelumnya, sehingga informasi dalam video promosi tersebut dapat di sampaikan dengan baik. Pemilihan topik mengenai pariwisata memerlukan banyak pemahaman dan observasi langsung ke tempat wisata tersebut, dimana di tempat wisata terdapat suatu kesatuan antara tempat tujuan wisata dengan kehidupan warga sekitarnya.

Saran

Dalam proses perancangan media, dibutuhkan lebih banyak referensi serta penjelasan yang lebih baik lagi. Perlunya persiapan yang lebih juga dapat membantu mematangkan serta materi yang dibawa. Latihan pengambilan video akan lebih memudahkan saat pengambilan gambar yang sebenarnya sehingga angle yang di ambil tidak terkesan monoton. Pentingnya pengerjaan sesuai apa yang telah disusun adalah agar lebih menghemat waktu dan agar pengerjaan tidak terlewat. Diharapkan laporan perancangan ini dapat membantu berbagai pihak yang terlibat dalam berkembangnya industri pariwisata.

DAFTAR PUSTAKA

- Creswell, John W. 2008. Educational Research, planning, conduting, and evaluating qualitative dan quantitative approaches. London: Sage Publicitions.
- Databoks.katadata.co.id, 2020. Jumlah Pengguna Media Sosial. Diakses pada tanggal 5 Oktober 2022, (<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/02/18/jumlah-pengguna-media-sosial-di-dunia-capai-42-miliar>) (Online)
- Degey, Septinus. T Arie Setiawan dan Anthony Tumimomor .2016. Perancangan Video Promosi Pariwisata Kab. Nabire (Studi Kasus : Dinas Kebudayaan, Pemuda, Olah Raga, dan PariwisataNabire). Salatiga : Universitas Kristen Satya Wacana.Artikel Ilmiah :9. Diakses pada tanggal 5 Oktober 2022 (http://repository.uksw.edu/bitstream/123456789/10430/2/T1_692008028_Full%20text.pdf) (Online)
- Sadiman,S Arief., dkk. 2009. Media Pendidikan, Pengertian, Pengembangan dan Pemanfaatannya. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.

- So, Addriyano. Petrus Gogor Bangsa. dan Aniendya Christina. 2015. Perancangan Video Promosi Wisata Kuliner Dikota Ambon. Surabaya: Universitas Kristen Petra: 3. Diambil dari: <https://www.neliti.com/id/publications/87550/perancangan-video-promosi-wisata-kuliner-dikota-ambon>
- Tjiptono, Fandy. 2010, Strategi Pemasaran, Edisi 2, Andi Offset, Yogyakarta.
- Wikipedia, 2021. Pantai Bantol. Diakses pada tanggal 5 Oktober 2022, (https://id.wikipedia.org/wiki/Pantai_Bantol) (Online)