

## PERANCANGAN VIDEO PROMOSI WISATA RORO KUNING DI KOTA NGANJUK

Ernawati<sup>1</sup>, Elham Maulana<sup>2</sup>, Putri Prabu Utami<sup>3</sup>

<sup>1,2</sup>Desain Komunikasi Visual, Fakultas Teknik

Universitas Maarif Hasyim Latif, Sidoarjo, Indonesia

e-mail : <sup>1</sup>ernawati@dosen.umaha.ac.id, <sup>2</sup>maulana241@gmail.com, <sup>3</sup>putri@isbi-tanahpapua.ac.id.

Diterima : 4 April 2022. Disetujui : 05 Juni 2022. Dipublikasikan : 22 Juni 2022



©2022 – DESKOVI Universitas Maarif Hasyim Latif. Ini adalah artikel dengan akses terbuka di bawah lisensi CC BY 4.0 (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>)

### ABSTRAK

Kabupaten Nganjuk memiliki bentang pesona alam dan objek pariwisata yang menarik untuk dikunjungi, seperti contoh objek wisata Roro Kuning. Roro Kuning adalah sebuah tempat objek wisata yang berlokasi di Desa Bajulan, Kecamatan Loceret, Kabupaten Nganjuk Jawa Timur. Objek wisata Roro Kuning ini di bangun pada tahun 2005 oleh pemerintah waktu itu karena terdapat potensi sumber alam sebagai objek wisata. Wisata Roro Kuning ini mempunyai prospek ekonomi bagi masyarakat sekitar dan daerah untuk kedepannya. Maka dari itu objek wisata Roro Kuning ini membutuhkan media promosi berupa video yang mudah untuk disampaikan ke wisatawan yang ingin dituju. Pada perancangan ini akan mengkaji tempat wisata Roro Kuning dimana lokasi wisata tersebut belum banyak diketahui, selain itu kurangnya peran dari pemerintah daerah belum maksimal dalam mempromosikan objek tersebut. Metode perancangan ini meliputi studi literatur, observasi, wawancara dan dokumentasi sebagai sumber pengumpulan data yang di dapat dari Disparporabud Kabupaten Nganjuk. Pada analisis data perancangan ini menggunakan analisis SWOT agar sesuai sasaran audience. Berdasarkan masalah yang ada maka terbentuklah simpulan media yang berupa media videografi. Hasil luaran dari perancangan ini yaitu video promosi yang mempresentasikan tentang keindahan wisata Roro Kuning dengan menggunakan teknik sinematik, hasil videografi tersebut sebagai media komunikasi dan promosi yang efektif yang diarahkan ke media sosial seperti *Instagram*, *Facebook*, dan *TikTok* agar dapat mempersuai target audiens. Sebagai media pendukung akan dibuat pula *cover DVD*, poster, stand banner, t-shirt, pamflet, gantungan kunci untuk mempromosikan keindahan wisata alam Roro Kuning.

**Kata kunci:** *Cinematic*, Objek, Perancangan, Roro Kuning, Videografi, Wisata.

### ABSTRACT

Nganjuk Regency has a landscape of natural charm and interesting tourism objects to visit, such as the Roro Kuning tourist attraction. Roro Kuning is a tourist attraction located in Bajulan Village, Loceret District, Nganjuk Regency, East Java. The Roro Kuning tourist attraction was built in 2005 by the government at that time because there was potential for natural resources as a tourist attraction. Roro Kuning tourism has economic prospects for the surrounding community and the region in the future. Therefore, this Roro Kuning tourist object requires promotional media in the form of videos that are easy to convey to tourists who want to be addressed. This design will examine the Roro Kuning tourist attractions where the tourist sites are not widely known, besides the lack of role of the local government has not been maximized in promoting these objects. This design method includes literature study, observation, interviews and documentation as a source of data collection obtained from Disparporabud Nganjuk Regency. In this design data analysis using SWOT analysis to fit the target audience. Based on the existing problems, the output media conclusions are formed in the form of promotional videos. The output of this design is a promotional video that presents the beauty of Roro Kuning tourism using cinematic techniques, the videography results as an effective communication and promotion medium directed to social media such as *Instagram*, *Facebook*, and *TikTok* in order to suit the target audience. As supporting media, *DVD covers*, posters, banner stands, t-shirts, pamphlets, key chains will also be made to promote the beauty of Roro Kuning's natural tourism.

**Keyword:** *Cinematic*, Design, Object, Roro Kuning, Tourism, Videography.

## PENDAHULUAN

Indonesia memiliki kekayaan alam yang sangat beragam yang dapat diolah dan dimanfaatkan sebagai potensi wisata alam, kini pemerintah mulai mengembangkan potensi industri pariwisata alam Indonesia agar bisa dikenal dunia. Seperti pengembangan wisata di Provinsi Jawa Timur juga memiliki banyak objek pariwisata yang sangat menarik dan belum di explore salah satunya di Kabupaten Nganjuk. Objek pariwisata yang dikembangkan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Daerah Kabupaten Nganjuk, antara lain Air Terjun Sedudo, Candi Lor, Taman Kota Pandan wilis, Candi Ngetos, Roro Kuning dan masih banyak lagi. Dari beberapa objek wisata yang ada, Roro Kuning menjadi salah satu yang penting untuk diangkat. Karena wisata Roro Kuning memiliki pesona alam yang indah dan cerita rakyat yang turun-temurun.

Wisata Roro Kuning ini mempunyai prospek ekonomi bagi masyarakat sekitar dan daerah untuk kedepannya. Roro Kuning bedasarkan cerita rakyat yang di sampaikan oleh Pak Amin sebagai Dinas Pariwisata Kabupaten Nganjuk mengatakan bahwa Roro Kuning berasal dari kerajaan Kadiri dan kerajaan Dhoho nama aslinya Dewi Sekartaji, sekitar abad ke 12. Dewi Sekartaji mengalami sakit parah dan mencari penyembuhan hingga keluar kerajaan kemudian masuk kedalam hutan bertemu dengan seorang Resi Darmo dan disembuhkan dengan ritual mandi di air merambat. Objek wisata Roro Kuning ini di bangun pada tahun 2005 oleh pemerintah waktu itu karena terdapat potensi sumber alam sebagai objek wisata. Air Merambat Roro Kuning bersumber dari 3 mata air yang ada di gunung wilis air tersebut merambat diantara celah-celah pepohonan dan bebatuan yang ada di lereng gunung wilis, dengan ketinggian 20 meter di sekitar sumber aliran air terdapat banyak pohon pinus yang subur sehingga terlihat sangat asri, dan terdapat beberapa fasilitas yang cukup lengkap seperti parkir yang luas, terdapat 2 kolam renang, taman bermain anak-anak, rumah penghijauan, mushola, toilet di beberapat tempat, beberapa gazebo untuk tempat istirahat, warung, toko bunga dan toko oleh-oleh.

Roro Kuning belum cukup menimbulkan minat wisatawan lainnya di luar kabupaten Nganjuk sendiri untuk mengunjungi ke objek wisata tersebut, Dikarenakan kurangnya media promosi untuk menarik wisatawan ke Objek wisata Roro Kuning. Karna kurangnya peran dari pemerintah daerah ayng belum begitu maksimal dalam mempromosikan pariwisata yang ada di Nganjuk tersebut sehingga dimungkinkan terjadinya potensi objek pariwisata tersebut tidak dapat berkembang secara optimal. Sangat disayangkan jika objek pariwisata tidak didukung oleh masyarakat sekitar tempat pariwisata tersebut. Disinilah pentingnya peran dari pemerintah daerah yang melaksanakan pembangunan dan pengembangan sektor pariwisata terutama di Nganjuk. melihat dari ulasan di atas tersebut maka dibutuhkan sebuah media komunikasi

yang dikemas secara informatif sehingga memungkinkan target market dapat mengambil kesan positif dari media komunikasi tersebut.

## METODE PENELITIAN

Metode pengumpulan data pada perancangan ini menggunakan metode kualitatif dalam buku *Resarch Design* karena menurut Creswell (2014:84), metode kualitatif dapat di gunakan untuk menjelaskan atas perilaku dan sikap tertentu. Metode ini juga sering kali digunakan sebagai poin akhir dalam penelitian yaitu menerapkan proses penelitan langsung dari data, lalu ke tema-tema umum kemudian menuju ke teori. Dalam perancangan ini akan menggunakan metode kualitatif sebagai pengumpulan data sebagai berikut.

### Teknik Pengumpulan Data

Dalam pengumpulan data menurut pendapat Creswell (2014:253), mengatakan bahwa pengumpulan data adalah suatu Langkah dalam proses pengumpulan data yang meliputi usaha membatasi peneliti, mengumpulkan informasi melalui observasi dan wawancara, dokumentasi materi-materi visual serta melakukan perancangan protokol untuk merekam atau mencatat informasi. Dalam pembahasan menggunakan bentuk pengumpulan data sebagai berikut :

### Observasi

Observasi adalah suatu tahapan ketika peneliti langsung turun kelapangan untuk mengamati perilaku dan aktivitas individu dilokasi penelitian (Setiawan, 2018:42) dalam pengamatan ini penulis akan melakukan observasi meliputi observasi tersamar, dimana dalam observasi ini berfokus pada tujuanmenangkap makna makna dibalik priwtiwa, dan juga data yang diperoleh secara langsung yang nantinya akan dikembangkan selama melakukan observasi tersebut. Selain itu observasi ini melakukan pengumpulan data dengan terus terang dengan sumber data bahwa ia sedan melakukan penelitian. Perancangan ini sendiri observasi secara tersamar dilakukan agar pihak pengelola mengetahui sejak awal aktivitas dalam perancangan ini nantinya. Hal ini dilakukan untuk menghindari suatu data yang di rahasiakan oleh pengelola Roro Kuning.

### Wawancara

Menurut (Soewardikoen, 2019:53) dalam wawancara penlitian dapat melakukan wawancara secara berhadap-hadapan dengan partisipan, mewawancarai mereka dengan telepon atau terlibat langsung dalam wawanara dalam kelompok tertentu. wawancara-wawancara seperti ini tentu saja memerlukan pertanyaan yang secara umum tidak terstruktur dan fleksibel yang dirancang untuk memunculkan pandangan dan opini dari para partisipan Wawancara yang dilakukan kepada Parporabud Kabupaten Nganjuk, yang meliputi dari Bapak Amin. Data yang didapat langsung dari Bapak Amin

menceritakan bahwa dulu wisata Roro Kuning terdapat air merambat dari tiga sumber mata air yang ada di Gunung Wilis, karna bisa menjadikan potensi sumber alam lalu di musyawarahkan oleh masyarakat sekitar dan di bantu dikembangkan oleh pemerintah pada saat itu untuk dijadikan objek wisata alam. Diberi nama Roro Kuning karena konon dahulu terdapat air merambat yang pernah di tempati dan dibuat oleh Dewi Sekartaji Putri dari Kerajaan Kadiri.

### **Dokumentasi**

Dalam pendapat (Setiawan, 2018:43) dokumentasi merupakan teknik mengkaji dokumen, kumpulan dokumen kualitatif berupa dokumen publik seperti majalah ataupun koran semetara dokumen pribadi terdiri dari jurnal, diary, ataupun surat. Dalam perancangan ini peneliti akan mengumpulkan data-data pulik berupa jurnal yang memiliki keterkaitan dengan Perancangan Video promosi Roro Kuning di Nganjuk. Selain itu juga menelusuri buku- buku yang mengacu videografi, sinematografi dan sejarah.

### **Analisis Data**

Analisis data yang akan digunakan dalam perancnagan ini yaitu Kotler & Keller (2009:51), Analisis SWOT merupakan cara untuk mengamati lingkungan pemasaran eksternal dan internal. Pada perancangan Video Promosi Wisata Roro Kuning di Nganjuk supaya bisa sesuai dengan sasaran audiens dan menarik untuk dapat dilihat maka pada perancangan ini memakai Analisa SWOT, dengan data analisis SWOT (*Strengths, Weakness, OpportunitisThreats*) bisa mejadi refrensi dalam perancangan video promosi pariwisata ini. Analisis swot terdiri dari 4 faktor yaitu:

1. Kekuatan (*Strengths*)  
Kekuatan yang terdapat dalam perancangan video promosi Roro Kuning ini, Videografi ini dikemas menggunakan teknik Sinematografi agar memberi kesan dimensi setiap sudut yang ada di lokasi objek wisata.
2. Kelemahan (*Weakness*)  
Kelemahan yang terdapat dalam perancangan wisata Roro Kuning, beberapa spot pengambilan gambar masih dalam tahapan pembangunan karena terdampak bencana alam.
3. Peluang (*Opportunities*)  
Peluang yang terdapat pada perancangan wisata Roro Kuning ini.sebagian besar wisata yang ada di Kabupaten Nganjuk belum memiliki media berupa video promosi yang menggunakan teknik *cinematic*.
4. Ancaman (*Threats*)  
Ancaman yang terdapat dalam perancangan wisata Roro Kuning kemungkinan terdapat perancangan berikutnya dalam pembuatan videografi dengan menggunakan teknik yang sama maupun berbeda.

### **Tahapan Perancangan**

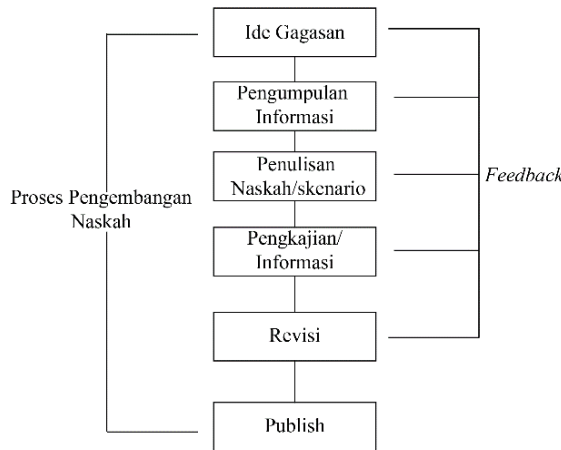
Dalam tahapan memproduksi video pada perancangan ini video promosi wisata Roro Kuning memerlukan suatu sistem dan dengan konsep yang jelas dan efisien. Menurut pendapat Purba (2013:6), Video merupakan teknik pengambilan gambar bergerak, menuntut seseorang videografer untuk merangkai sebuah konsep tentang memahami teknik menghubungkan gambar satu dengan gambar yang lain sehingga menjadikan sebuah satu kesatuan seri gambar yang menarik dalam melakukan videografi.

Proses melaksanakan perancangan video harus di melalui tahapan-tahapan tertentu dalam pendapat Septianti (2020:19), mengatakan bahwa perlu adanya tahapan dalam proses pengerjaannya dari proses eksplorasi, perancangan, hingga perwujudan karyanya. Sementara dalam arti perancangan video ini dilakukan sesuai *Standard Operation Procedure* (SOP) seperti tahapan perencanaan pra produksi, produksi, dan pasca produksi, adapun sebagai berikut:

1. Tahapan Pra Produksi  
Dalam pendapat Nugroho, (2014:106-107) tahapan pra produksi ini diperlukan gagasan ide dari gagasan ini penulis mulai melakukan persiapan dalam kegiatan untuk mengumpulkan data yang diperlukan. Pada proses ini diperlukan persiapan dalam merancang ide, berikut beberapa persiapan yang harus diperlukan.
2. Tahapan Produksi  
Menurut Nugroho, (2014:108) Pada tahapan produksi ini pelaksanaan pengubahan *Scripting, storyline*, dan *storyboard* mejadi bentuk audio visual. seluruh tim mulai bekerja, pengambilan gambar dilakukan di beberapa tempat berbeda dan kegiatan yang juga berbeda. Pada pengambilan gambar menggunakan beberapa teknik mulai *shot size* dan *camera movement*. Selain itu dibutuhkan keahlian dan juga kejelian fokus agar bisa mendapatkan hasil yang maksimal.
3. Tahapan Pasca Produksi  
Menurut Nugroho, (2014:110) Dalam tahapan ini merupakan tahapan terakhir dari bahan yang telah di produksi oleh kamera selanjutnya melakukan penyuntingan suara maupun gambar, pemberian grafik seperti tulisan ataupun berupa foto, pengisian narasi, pengisian ilustrasi music. Pada perancangan video promosi wisata Roro Kuning tahapan merupakan tahapan terakhir yaitu tahapan pengeditan beberapa bahan yang sudah di kumpulkan dikemas menjadi sebuah video.

### **Bagan Perancangan**

Dalam tahapan perancangan video promosi wisata Roro Kuning di Nganjuk, adapun tahapan dalam proses perancangannya sebagai berikut:



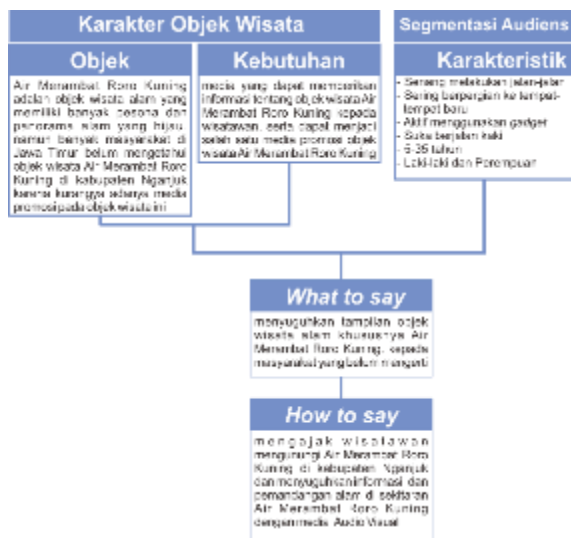
Gambar 1. Bagan perancangan

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

Dalam garis besar konsep dari perancangan ini adalah dibuat untuk merancang sebuah video promosi untuk memperkenalkan sebuah objek wisata Roro Kuning yang memiliki banyak pesona dan panorama alam yang menajubkan. Juga menghasilkan video yang memperlihatkan wisata Roro Kuning kepada audiens.

**Konsep Kreatif**

Pada konsep dasar kreatif berasal dari analisa dan riset observasi yang sudah di bahas pada bab sebelumnya. Berikut konsep kreatif dari perancangan ini



Gambar 2. Konsep kreatif

**Tujuan Kreatif**

Tujuan dari adanya perancang ini adalah untuk merancang sebuah video yang memperkenalkan

potensi pariwisata yang ada di kabupaten Nganjuk khususnya Roro Kuning kepada masyarakat di luar kabupaten Nganjuk. Serta menjadikan ini salah satu sebagai media video promosi pada wisata Air merambat Roro Kuning yang ada di Kabupaten Nganjuk untuk menjadi tempat destinasi wisata saat akhir pekan atau liburan.

**Strategi Kreatif**

1. *What to Say*

Penyampaian pada video ini dalam bentuk media video, dalam video ini terdapat voice narasi yang akan memberikan informasi dan menjelaskan sejarah singkat tentang objek wisata Air Merambat Roro Kuning.

2. *How to Say*

Dari paparan What to Say diatas dapat di deskripsikan bahwasanya menjadi acuan dalam perencanaan strategi komunikasi media. Berikut adalah penjelasan dari how to say yang merupakan komunikasi penyampaian pesan pada video.

- a) Melihatkan kota nganjuk dan Tugu Adipura sebagai pembuka awal video. Pengambilan gambar ini bertujuan sebagai identitas objek wisata Air Merambat Roro Kuning yang berada di daerah Kabupaten ngjuk
- b) Melihatkan bentang persawahan dan bukit di desa Bajulan. Pada pengambilan ini memberikan gambaran kepada para penonton bahwasanya di sepanjang jalan menuju ke objek wisata Air Merambat Roro Kuning akan di suguhkan persawahan dan pepohonan yang asri.
- c) Melihatkan model sebagai objek dalam video. Model disini bertujuan untuk menampilkan keseluruhan perjalanan dengan memperlihatkan keindahan Air merambat roro kuning.

**Materi Program**

Dalam perancangan ini penulis ini menampilkan gambaran mengenai video promosi pesona Indonesia yang menampilkan keindahan alam dan budaya, materi seperti ini ingin penulis implementasikan ke dalam video promosi wisata Air Merambat Roro Kuning di Kabupaten Nganjuk.

**Konsep Penyuntingan**

Pada konsep penyuntingan video penulis menggunakan Teknik Cinematic Look agar terlihat seperti layaknya film, yang perlu dilakukan pada teknik ini bagaimana kita berusaha mengolah kualitas visual yang terdiri dari warna saturation, curve dan yang terpenting adalah kamera movement. Pada pengolahan video penulis tidak hanya menggunakan Adobe Premiere cc2020 sebagai software editing tetapi juga menggunakan Adobe Audition cc2020 sebagai memberi efek pada rekaman suara dan meminimalisir noise.

### Pra Produksi

Pada proses pra produksi ini menjelaskan tahapan-tahapan saat sebelum melakukan pengambilan gambar seperti tahapan membuat penulisan (*Scripting*) penulisan ini meliputi sinopsis, *storyline* dan *storyboard*, lalu tahapan Perencanaan (*Planing*) yaitu membagi jobdesk masing-masing orang dalam tim saat melakukan pengambilan gambar nantinya, berikutnya Pengembangan Konsep (*Concept Development*) dalam tahapan pengembangan konsep masing-masing kru jobdesk sebisa mungkin untuk mengembangkan ide dalam pengambilan gambar yang telah direncanakan dalam pembuatan script diatas sebagai bahan konsep pembuatan video promosi. Dan yang terakhir Peralatan (*Set Up & Reheasal*) proses dimana menyiapkan peralatan yang dibutuhkan saat melakukan proses produksi di lapangan.

### Produksi

Dalam proses tahap produksi membuat video promosi wisata Roro Kuning setiap aset yang digunakan disesuaikan dengan kebutuhan. Kebutuhan yang telah di rencanakan dan di persiapkan pada pra produksi disesuaikan dengan keadaan pada saat di tempat pengambilan gambar. Pada proses produksi perlu beberapa hal yang harus dipertimbangkan dalam proses adalah jadwal pengambilan gambar dan pengisian suara narasi. di sini persiapan tim dan model, serta peralatan yang dibutuhkan pada saat pengambilan gambar, proses ini bertujuan agar sesuai dengan storyboard yang telah di buat agar terjadwal setiap kegiatan.

### Pasca Produksi

Pada tahapan ini merupakan tahapan akhir dalam pemembuatan video dari bahan yang telah diambil selama produksi, selanjutnya kegiatan yang harus dilakukan pengeditan video maupun audio dan pemberian efek trasi dan color grading atau lumetri color agar memberi kesan dinamis dan mempercantik video.

### Final Artwork

Hasil dari perancangan ini berupa *project* Video promosi yang berjudul "AIR MERAMBAT RORO KUNING" yang berdurasi 3.09 dengan format H.264 Mp4.



Gambar 3. Tugu adipura kabupaten Nganjuk

Adegan dibuka pada *Scene* diatas menampilkan awal *footage* kota Nganjuk sebagai opening pada video, di video ini berisi narasi singkat sebagai informasi seputar Kabupaten Nganjuk dan juga terdapat *Backsound* agar memberi dukungan visual dalam video. Pada pengambilan video ini menggunakan drone dengan teknik *aerial* dan *Bird Eye* bertujuan agar dapat menampilkan secara luas kota Nganjuk dan menampilkan tugu Adipura yang menjadi sebagai identitas pada lokasi daerah video tersebut.



Gambar 4. Persawahan

Pada *Scene* ini menampilkan *footage* yang melihatkan bentang persawahan pada video, di video ini juga berisi narasi singkat tentang pesona alam yang ada di desa Bajulan Kabupaten Nganjuk dan berisi *Backsound* agar memberi dukungan visual dalam video. Pada pengambilan video ini menggunakan drone dan kamera mirrorles dengan berbagai teknik seperti *panning*, *crabing*, *aerial* dan *bird eye* bertujuan supaya dapat menampilkan visual pada keindahan bentang persawahan yang ada di desa bajulan yang dimana jalan yang mengarah ke lokasi Air Merambat Roro Kuning.



Gambar 5. Intro title

Pada bagian *Scene* ini menampilkan *footage* bukit sebagai *Intro Title*. Pada bagian ini terdapat transisi *Backsound*, dari *backsound opennig* ke *backsound Nusantara* agar menghubungkan antar adegan visual dalam video. Pada pengambilan video ini menggunakan drone *aerial* bertujuan agar dapat menampilkan gambar dari keindahan alas dowo atau rute menuju lokasi wisata Air Merambat Roro.



Gambar 8. Patung Roro Kuning



Gambar 6. Hutan Pinus

Pada *Scene* diatas menampilkan *footage* jalan kearah pintu masuk ke wisata Air Merambat Roro Kuning, sebelum memasuki pintu masuk terdapat spot untuk foto yaitu hutan pinus. Pada bagian ini terdapat *backsound* memberikan dukungan pada visual dalam video. Pada pengambilan video ini menggunakan drone *aerial* bertujuan agar dapat menampilkan gambar dari keindahan hutan pinus sebelum menuju lokasi wisata Air Merambat Roro.

Pada adegan *scene* diatas menampilkan *footage* terakhir dalam video ini. Di video ini melihat model saat mengabadikan keindahan Air Merambat dan patung Roro Kuning sebagai penutup pada akhir video. pada video ini berisi narasi tentang informasi kata-kata alam agar dapat memberikan pesan pada visual dalam video.

### Media Pendukung



Gambar 7. Patung Roro Kuning

Pada *Scene* diatas menampilkan *footage* ikon patung Roro Kuning dan terdapat model dalam video ini, model tersebut sebagai seorang yang menampilkan keseluruhan perjalanan dan memperlihatkan keindahan wisata Roro Kuning. Pada *scene* ini adegan yang sedang dilakukan model saat berjalan kearah patung Roro Kuning lalu memotret ikon tersebut. Pada bagian ini terdapat *backsound* memberikan dukungan pada visual dalam video. Di video ini berisi narasi tentang Roro Kuning.



Gambar 9. DVD RW Case

DVD RW *Case*, merupakan media pendukung yang berisikan hasil jadi media videografi pada perancangan ini, yang nantinya akan di serahkan ke Dinas Parporabud Kabupaten Nganjuk sebagai arsip juga sebagai bentuk promosi pada wisata Roro Kuning dengan media videografi.



Gambar 10. DVD RW Case

Cover DVD, ini merupakan sebagai tempat DVD RW yang berisikan hasil jadi media videografi pada perancangan ini, yang nantinya akan di serahkan ke Dinas Parporabud Kabupaten Nganjuk.



Gambar 11. Standing x banner

Standing X Banner, ini ditempatkan di Dinas Parporabud Kabupaten Nganjuk dan di loket masuk wisata Roro Kuning. Pada media ini berisikan sedikit informasi mengenai wisata Roro Kuning dan lokasi wisata Roro Kuning.



Gambar 12. Poster

Poster, desain poster yang berkonsep *Green Moody*. Menampilkan informasi singkat tentang wisata Roro Kuning dan juga lokasi wisata Roro Kuning. Poster ini ditempatkan di instansi pemerintah kota Kabupaten Nganjuk dan pasar oleh-oleh yang ada di Kabupaten Nganjuk.



Gambar 13. Stiker

**Stiker**, merupakan media pendukung yang efektif, dapat diaplikasikan dimana saja stiker ini nantinya akan

tempatkan di loket saat pembelian tiket masuk mendapatkan satu stiker per rombongan.



Gambar14. Gantungan Kunci

**Gantungan kunci**, dijadikan sebagai media pendukung, karena *souvenir* ini sangat menarik di kalangan dewasa dan muda. Desain pada gantungan kunci ini menggunakan vektor ikon Roro Kuning.



Gambar 15. Kaos

**Kaos**, media pendukung kaos dinilai cukup efektif, karena ini sangat menarik di semua kalangan desain kaos ini menggunakan vektor line art dari ikon Roro Kuning. Nantinya kaos ini akan di serahkan kepada Ketua Dinas Parporabud Kabupaten Nganjuk dan Staf pengurus wisata Air Merambat Roro Kuning.

## PENUTUP

Dalam proses pembuatan video promosi wisata Roro Kuning di Kota Nganjuk dirancang atas permasalahan utama yang telah di temukan dalam observasi masalah yang timbul seperti bagaimana merancang sebuah videografi sebagai media promosi dan cara menghasilkan sebuah video yang menampilkan wisata Roro Kuning. Dalam merancang videografi sebagai media promosi pengenalan wisata roro kuning ini di butuhkan tahapan-tahapan yakni tahapan pra produksi, produksi, dan pasca produksi jadi diperancangan ini menyimpulkan bahwa video promosi yang dibuat ini bertujuan untuk menampilkan dan mengenalkan wisata alam yang masih alami yakni Roro Kuning yang di kabupaten Nganjuk melalui media videografi.

1. Dalam merancang videografi sebagai media promosi pengenalan wisata roro kuning ini di butuhkan tahapan-tahapan yakni tahapan pra produksi, produksi, dan pasca produksi jadi diperancangan ini menyimpulkan bahwa video promosi yang dibuat ini bertujuan untuk menampilkan dan mengenalkan wisata alam yang masih alami yakni Roro Kuning yang di kabupaten Nganjuk melalui media videografi.
2. Cara menghasilkan sebuah video yang menampilkan wisata Roro Kuning yaitu dengan mengetahui teknik videografi sebagai dasaran dan memahami tentang pencahayaan, *Point Of view*, stabil, *movement*, serta perlatan yang mendukung dalam melaksanakan kegiatan pengambilan gambar. Setelah selesai pengambilan gambar tahapan berikutnya penyuntingan video, pemberian transisi, dan efek jika diperlukan agar video memiliki kesan dinamis saat dilihat.

### SARAN

Salah satu cara untuk memajukan pariwisata daerah itu sendiri adalah adanya suatu konsep publikasi yang mampu mempresentasikan daya tarik dan potensi objek wisata. Sedangkan salah satu media yang ideal dalam menyajikan informasi wisata yang mampu memberikan visualisasi yaitu video. Saran

yang diberikan penulis bagi pemerintah, masyarakat, dan mahasiswa yaitu:

1. Memberikan suatu dukungnya untuk menyebar luaskan video promosi wisata Roro Kuning.
2. Perbaikan dan pengembangan sarana prasarana yang bertujuan untuk mempercepat regulasi kepariwisataan di kabupaten Nganjuk. Guna adanya peningkatan jumlah wisatawan yang signifikan agar meningkatkan pendapatan daerah dan secara tidak langsung berdampak pada perekonomian masyarakat setempat.

### DAFTAR PUSTAKA

- Creswell, J. W. (2014). *Pendekatan metode kualitatif, kuantitatif, dan campuran*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Menejemen Pemasaran Jilid 1 Edisi 13*. Jakarta: Erlangga.
- Nugroho, S. (2014). *Teknik dasar videografi*. Yogyakarta: CV Andi offset.
- Purba, A. (2013). *Shooting yang benar*. Yogyakarta: C.V ANDI OFFSET.
- Setiawan, A. (2018). *Metodologi Desain*. Yogyakarta: arttex.
- Septianti. (2020). *Katak Anak Panah Beracun Sebagai Sumber Ide Penciptaan*. Yogyakarta: Jurnal Corak.
- Soewardikoen, D. W. (2019). *Metodologi penelitian DKV*. Yogyakarta: Kanisius.