

## BAB II DATA DAN ANALISIS

### A. Data Objek

#### 1. Kabupaten Blitar

Berdasarkan data yang dilansir oleh PemKab Blitar (2016) Kabupaten Blitar merupakan salah satu Provinsi di Jawa Timur, dengan ibu kotanya di Blitar. Terdiri atas 22 kecamatan, Kabupaten Blitar berbatasan langsung dengan 3 Kabupaten lain yaitu sebelah timur berbatasan dengan Kabupaten Malang, sebelah barat berbatasan dengan Kabupaten Tulungagung dan sebelah utara berbatasan dengan Kabupaten Kediri. Sementara itu, untuk bagian selatan berbatasan dengan samudera Indonesia.



Gambar 2 Peta Kabupaten Blitar

Sumber: <https://peta-kota.blogspot.com/2011/08/peta-kabupaten-blitar.html>

Kabupaten Blitar memiliki luas 1.589 km<sup>2</sup> dengan ketinggian ± 167 meter dari permukaan laut. Iklim kabupaten Blitar termasuk tipe C dimana suhu rata-rata tertinggi 30 celcius dan suhu terendah 18 celcius. Di Kabupaten Blitar terdapat sungai Brantas yang membelah daerah ini menjadi 2 bagian yaitu Blitar Selatan dan Blitar Utara.

Blitar Utara merupakan daerah yang memiliki kondisi tanah yang subur, yang menjadikan banyak tanaman tumbuh dengan baik di daerah tersebut, oleh karena itu Blitar Utara terkenal dengan perkebunan teh dan wisata air terjun. salah satu faktor penting yang mempengaruhi tingkat kesuburan didaerah Blitar Utara karena adanya gunung Kelud yang masih aktif serta aliran sungai memadai. Sedangkan Blitar selatan termasuk daerah yang kurang subur. Hal ini disebabkan daerah tersebut adalah daerah gunung dan berbatu, dimana batuan tersebut berkapur sehingga mengakibatkan tanah susah ditanami.

Potensi dikawasan kabupaten Blitar cukup banyak dan juga beragam mulai dari wisata bahari, religi, situs purbakala, mauapun wisata yang belum banyak orang tahu. Padahal jika dilihat dengan jeli begitu banyak wisata wisata yang ada di kabupaten Blitar seperti candi Penataran, monument Trisula, pantai Serang, air terjun Tirto Galuh dan pantai Tambak Rejo.



Gambar 3 Candi Penataran

Sumber : <https://indonesiatraveler.id/mengenal-sejarah-candi-penataran-di-blitar/>



Gambar 4 Tirto Galuh

Sumber : <http://www.dakatour.com/wp-content/uploads/2018/09/lokasi-air-terjun-tirto-galuh-blitar.jpg>



Gambar 5 Monumen Trisula

Sumber : <https://jatimtimes.com/baca/179626/20180925/152100/monumen-trisula-saksi-bisu-penumpasan-gerakan-pki-di-blitar>



Gambar 6 Pantai Serang

Sumber : <https://www.garispantai.com/pantai-serang/>

## 2. Pantai Tambak Rejo



Gambar 7 Pantai Tambak Rejo

Sumber : <https://assets.promediateknologi.com/crop/0x0:0x0/x/photo/2021/10/11/95243257.jpg>

Pantai Tambak Rejo merupakan sebuah tempat wisata pantai yang terletak di Desa Tambakrejo, Kecamatan Wonotirto, Kabupaten Blitar Jawa Timur. Untuk menempuh perjalanan dari kota Blitar menuju pantai ini kurang lebih 1 jam.

Pantai berpasir putih ini terletak disebuah teluk dengan garis pantai mencapai 10 km. tidak seperti pantai-pantai lainnya yang menghadap Samudera Hindia, dimana kita diizinkan mandi di pantai

terutama pada sore hari karena air pantai surut dan ombak pantai ini tidak terlalu besar.

pantai ini menawarkan beberapa wahana seperti :

- a. Menaiki Perahu



Gambar 8 Menaiki Perahu

Sumber (Pribadi;1)

Dengan harga 15.000 wisatawan dapat menaiki perahu dan diajak untuk menikmati pemandangan dari laut,

- b. Penyewaan Payung pantai dan Tikar



Gambar II.11 penyewaan payung

Gambar 9 Penyewaan payung

Sumber : <https://maps.google.com/maps/contrib/106139282550270601535>

Untuk menyewa tikar dan payung pantai perjamnya dikenakan 50.000 dan setengah jam 30.000, wisatawan bisa menikmati pemandangan dengan teduh di pinggiran pantai.

c. ATV



*Gambar 10 Menaiki Perahu*

Sumber (Pribadi;)

Untuk menyewa ATV perjamnya dikenakan 25.000.

Pantai Tambak Rejo ramai dikunjungi pada hari minggu terutama ketika ada upacara adat sesaji dimana banyak wisatawan datang untuk melihat larungan Tumpeng, tradisi itu diadakan sebagai wujud syukur terhadap Tuhan Yang Maha Esa atas diberikannya nikmat dan rezeki. Pada ritual ini, banyak disaksikan wisatawan lokal maupun luar daerah. Untuk tiket masuk nya berkisar 10.000 pada hari biasa dan akan bertambah jika dipantai itu ada *event* yang akan diadakan.

Pantai ini memiliki fasilitas yang cukup memadai berupa :

- Lahan parkir luas
- Kamar mandi
- Mushola
- Penjual souvenir
- Warung
- Tempat pelelangan ikan
- Pasar ikan
- Spot foto menarik

Ada banyak hal yang bisa dilakukan di pantai Tambak Rejo seperti bersantai dan menghabiskan waktu dengan orang terdekat, memancing bahkan menikmati aneka kuliner *seafood* dengan harga setandar. Tambak Rejo memiliki TPI (Tempat Pelelangan Ikan) yang menawarkan berbagai macam ikan segar yang baru saja ditangkap oleh nelayan, wisatawan bisa memilih beragam jenis ikan yang tersedia di pantai ini, baik yang masih mentah maupun yang sudah matang.

- **Data Hasil Wawancara**

Selain melakukan observasi di lapangan, penulis melakukan wawancara dengan beberapa narasumber guna mendapatkan informasi terkait pantai Tambak Rejo.

Berikut adalah hasil data wawancara : Wawancara dengan kepala desa Tambak Rejo serta penjaga pantai (Bapak Sutari dan Mas Agus) dan beberapa pengunjung pada tanggal 12 september 2022 pukul 15:24 WIB di desa Tambak Rejo.

Pada wawancara ini, penulis mendapatkan informasi bahwa pengunjung rata-rata hanya dari daerah sekitar sehingga diperlukannya media promosi lewat video untuk pantai Tambak Rejo agar dapat menarik wisatawan luar untuk berkunjung dan memberikan informasi terkait seperti apa suasana pantai Tambak Rejo.

## **B. Analisis Objek dan Target Audience**

### **1. Analisis Objek**

#### **a. Analisis SWOT**

##### **1) Strength (Kekuatan)**

- a) Memiliki berbagai macam fasilitas seperti payung pantai, atv dan menaiki perahu yang dapat di sewa pengunjung pada pihak pantai. Selain itu juga terdapat berbagai fasilitas penunjang antara lain parkir yang luas, toilet, mushola, penginapan, penjual suvenir dan juga berbagai macam kuliner *seafood* yang bisa dijumpai.
- b) Lokasi pantai yang strategis
- c) Aksesibilitas untuk menuju ke tempat wisata yang mudah dijangkau
- d) Keamanan terhadap wisatawan terjaga.

##### **2) Weakness (Kelemahan)**

- a) Sulitnya untuk memperoleh informasi terkait objek wisata petunjuk arah dan peta bagi pengunjung.
- b) Kebersihan lingkungan yang kurang terjaga dengan baik

##### **3) Opportunity (Kesempatan)**

- a) Pemanfaatan pelelangan ikan yang dapat menunjang perekonomian setempat.

- b) Mayoritas pengunjung yang berasal dari luar daerah dapat menjadi peluang usaha baru berupa pembuatan produk oleh-oleh.

**4) Threats (Ancaman)**

- a) Kerusakan lingkungan akibat aktifitas wisata
- b) Mulai berkembangnya objek wisata di daerah lain

## 2. Target Audience

- Segmentasi :

### a. Demografis

Target sasaran utama dalam pernyataan ini

Usia : 19 - 25 tahun

Jenis kelamin : Laki-laki dan Perempuan

Pendidikan : Pelajar dan Mahasiswa

Pekerjaan : Swasta, Wirausaha, belum bekerja, pekerja lain.

### b. Geografis

Secara geografis target audien dari video promosi ini adalah masyarakat Jawa Timur yang berada di daerah Blitar dan sekitarnya lebih tepatnya daerah Kediri, Banyuwangi, Trenggalek, dan Surabaya.

### c. Psikografis

Kelas sosial : Menengah

Gaya Hidup : Tertarik dengan wisata pantai, berpetualangan dan kuliner

Kepribadian : Rasa ingin tahu yang besar

## 3. Analisis Data Hasil Observasi, Wawancara

### a. Analisis Data Observasi

Dari hasil pengamatan yang dilakukan secara langsung yaitu bahwa umumnya perilaku wisatawan yang berkunjung ke pantai Tambak Rejo rata-rata lebih sering melakukan wisata kuliner dikarenakan banyaknya pilihan kuliner disana.

### b. Analisis Data Wawancara

Dari hasil wawancara yang telah dilakukan dengan salah satu pengurus pantai tambak rejo selaku pengelola desa tambak rejo maka menghasilkan analisis sebagai berikut :

Pada wawancara yang mewakili target audien pada pengunjung ini penulis dapat menarik kesimpulan bahwa yang berkunjung ke pantai Tambak Rejo ini sudah mengetahui tentang pantai Tambak Rejo tersebut (nama tempat, objek wisata, fasilitas), berkunjung berdasarkan keinginan untuk mencari tempat bersantai dan menikmati keindahan laut serta kulinernya. Dan menurut identitas visual yang ada pun belum bisa menarik perhatian masyarakat luas. Hal ini di buktikan dalam wawancara tersebut masih banyak kekurangan yang terdapat di pantai Tambak Rejo.

Setelah penulis melakukan wawancara tersebut penulis menemukan hasil berupa fakta mengenai pantai Tambak Rejo seperti berikut :

- a. Pantai Tambak Rejo adalah tempat dimana kita dapat melihat pemandangan alam serta aneka kuliner yang tersedia disana.
- b. Pantai Tambak Rejo belum memiliki promosi video yang menarik.
- c. Diperlukan promosi sebagai media pengenalan yang baik.

### **C. Referensi Perancangan**

Pada perancangan Video Promosi Pantai Tambak Rejo ini memerlukan beberapa referensi karya yang

1. Judul : Pesona Wisata  
Diproduksi : Ale Wild  
Penerbit : Ale Wild



Gambar 11 Pesona Wisata

(Sumber : <https://www.instagram.com/p/CfJGYhbFi1M/>)

Pesona wisata merupakan video yang dibuat oleh ale wild. Hingga saat ini video-videonya telah diunggah di platform media sosial Instagram dan telah di tonton lebih dari 25 ribu kali (viws)

konten video menyuguhkan pemandangan dan segala aktifitas yang ada di daerahnya yaitu di papua.

Pesona wisata memiliki tujuan untuk memberikan inspirasi berlibur agar audien tertarik untuk datang mengunjungi objek wisatanya

Alasan : Dalam video ini menggunakan sudut pandang orang pertama dimana pemeran itu mengajak kita untuk melihat keindahan pemandangan yang disuguhkan didalam video dan sehingga menimbulkan rasa nyaman dan tenang seperti warna/*grading* yang kebiru-biruan. Dan juga banyaknya *footage* yang ditampilkan dan backsound menyenangkan .

2. Judul : Sungai Mudal Jogja  
Diproduksi : Arief  
Penerbit : Jalan bareng arief



Gambar 12 Sungai Mudal

(Sumber : <https://www.instagram.com/p/CjW3r59hvai/>)

Video VLOG yang dibuat oleh jalan bareng arief ini telah diunggah di *platform* media sosial Instagram dan telah di tonton 12 ribu kali (views).

Alasan : Dalam video ini menggunakan sudut pandangan orang pertama jamak diikuti kamera dimana pemeran itu mengajak kita untuk melihat objek serta informasi seperti tiket masuk, lokasi tempat wisata yang dikemas dengan video yang bernarasi serta warna ke hijau-hijauan menambah kesan sejuk dan nyaman.ditambah dengan musik

yang kalem serta informasi teks yang membuat video ini menjadi lebih informatif dan lengkap.

#### **D. Landasan Teori**

##### **1. Pengertian promosi**

Menurut Tjiptono (2008) promosi berasal dari bahasa Yunani klasik yaitu *promovire* dan telah diadopsi ke dalam bahasa Inggris yaitu *promotion*. Promosi merupakan salah satu komponen pemasaran yang menitikberatkan pada upaya menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan konsumen akan suatu jasa atau produk suatu perusahaan.

Promosi merupakan salah satu faktor keberhasilan dalam program pemasaran, sebagai apapun suatu jasa atau produk, jika konsumen belum pernah mendengarnya atau tidak yakin bahwa jasa atau produk tersebut bermanfaat bagi konsumen, maka konsumen tidak akan tertarik dalam membelinya

Promosi berasal dari Bahasa Yunani klasik yaitu *Promovere* dan diadopsi menjadi Bahasa Inggris yaitu *promote*. Promosi adalah elemen pemasaran yang berfokus dalam upaya menginformasikan, membujuk dan mengingatkan kembali konsumen akan layanan jasa atau produk perusahaan.

Promosi adalah salah satu faktor keberhasilan dalam program pemasaran, sebaik apapun kualitas sebuah layanan jasa atau produk apabila konsumen belum pernah mendengarnya atau tidak yakin bahwa layanan jasa atau produk itu akan berguna bagi konsumen, maka konsumen tidak akan tertarik membelinya.

##### **2. Tujuan promosi**

Menurut Moriarty, Sandra (2011: 608) menjelaskan tentang tujuan dari promosi, yaitu

1. Memperkenalkan produk baru

2. Menciptakan pengalaman *brand* positif kepada konsumen
3. Menciptakan kesadaran akan brand atau produk

### **3. Videografi**

Ilmu videografi merupakan ilmu yang mempelajari Teknik pembuatan gambar dan suara untuk media masa dalam era informasi dan komunikasi.

### **4. Tokoh**

Penokohan adalah pelukisan gambaran yang jelas tentang seseorang yang ditampilkan dalam sebuah cerita atau video. Cara pengarang menampilkan tokoh atau pelaku disebut dengan penokohan. Boulton melalui Aminuddin (2013: 79)

### **5. Storyline dan storyboard**

*Storyline* adalah naskah yang ditulis oleh penulis skenario, yang kemudian dipecah oleh sutradara menjadi konsep kreatif tentang arah gaya pengambilan gambar. Sutradara kemudian akan mengurai setiap *scene* menjadi *shot list* dan mengubahnya menjadi sebuah *storyboard* yaitu serangkaian gambar seperti komik yang berisi informasi tentang sketsa adegan, ruang, dan tata letak pemeran (bloking). Informasi ini nantinya akan direkam menjadi sebuah film atau video. (Effendy,2009:42).

### **6. Tahapan Produksi**

Pelaksanaan produksi pada suatu projek video membutuhkan waktu yang cukup panjang dan terencanakan oleh produser dan staf yang terkait. Berikut ini penjelasan berbagai kegiatan yang harus dilakukan pada setiap tahapan yang ditulis oleh Nugroho (2014: 106-110) pada bukunya yang berjudul Teknik Dasar Videografi, Yakni :

- a. Pra produksi

Pra produksi adalah proses awal dari semua kegiatan yang akan datang, mulai dari pengembangan ide atau gagasan, hingga pencarian berbagai informasi untuk disusun oleh penulis skenario. Selanjutnya, produser mempersiapkan beberapa hal yang mendukung rencana tersebut, seperti *casting*, menyiapkan anggaran yang diperlukan dan lain sebagainya.

b. *Set Up* dan *Rehearsal*

*Set Up* adalah persiapan teknis dan dilakukan oleh tim inti dengan anggota kerja yang bertanggung jawab untuk menyiapkan peralatan pengambilan gambar. Sedangkan *Rehearsal* adalah pelatihan yang dipimpin oleh pengarah acara agar semuanya sesuai rencana dan dikonfirmasi pada saat rapat produksi.

c. Produksi

Produksi adalah pelaksanaan perubahan bentuk naskah menjadi bentuk audio visual sesuai dengan aturan yang telah ditetapkan.

d. Pasca produksi

Pasca produksi ini merupakan pengerjaan tahap akhir dari material yang diproduksi baik dengan satu kamera maupun beberapa kamera. Penyelesaian pekerjaan meliputi *editing sound* dan gambar, aplikasi grafis, pengisian narasi, pengisian ilustrasi musik, dan evaluasi setelah semua kegiatan produksi selesai.

## 7. Teknik pengambilan gambar

Menurut Semedhi (2011: 58-60) macam pergerakan kamera terbagi menjadi 2. Yaitu :

- 1) Statis : Pergerakan kamera tanpa menggerakkan kamera dari tempatnya, biasanya, kamera berada di atas tripod dan juru kamera ikut diam di tempat.

- 2) Dinamis : Pergerakan kamera dengan cara menggeser kamera dari posisinya, baik mendekat, menjauh, mengikuti atau gerakan merubah arah seperti ke atas, bawah atau kiri dan kanan dengan cara menggeser kedudukan kamera.

## 8. *Editing Software*

Berikut ini adalah *software* yang digunakan penulis untuk melakukan *editing*, seperti berikut ini

- a. Adobe premiere

Merupakan *software* untuk membuat video atau mengedit seperti transisi, menggabungkan, memotong bahkan mengatur efek antara video dan audio agar sesuai dengan apa yang ingin dibuat.

## 9. **Media promosi**

Media berasal dari Bahasa Yunani kuno yaitu *medius* yang artinya tengah, pengantar atau prantara dan media sendiri dibentuk dari kata jamak yaitu “Medium”, serta secara etimologi berarti perantara. Menurut Arsyad (2002: 4) media merupakan segala bentuk prantara yang bertujuan untuk menyebar atau menyampaikan suatu ide, gagasan ataupun pendapat yang dikemukakan kepada penerima yang dituju atau *target audience*.

## 10. **Instagram**

Media sosial merupakan bentuk media baru, seperti contohnya Instagram merupakan sebuah media sosial. Instagram merupakan sebuah aplikasi jejaring sosial dengan berbagi foto yang dapat dilihat oleh *followers* dari meng-*upload* foto tersebut dan dapat saling berkomentar bahkan memberi *like* ke sesama pengguna.

Namun, semakin kesini Instagram semakin berkembang, dulu Instagram dikenal sebagai media sosial berbasis foto kini memiliki fitur baru berupa *Reels* video pendek berdurasi 1 menit 30 detik dimana user dapat membuat video kreatif untuk dibagikan.



## **11. Kesimpulan**

Berdasarkan data dibab 2 pada teori landasan maka dapat disimpulkan dalam perancangan ini bertujuan untuk mempromosikan pantai Tambak Rejo dengan menggunakan bentuk videografi dan memakai teknik statis dan dinamis serta penggunaan tokoh agar dapat menyampaikan pesan dengan baik, untuk pengabungam antar video menggunakan software editing adobe premiere dan akan di unggah di media sosial Instagram sebagai wadah Promosi video ini.