

# Perancangan Video Promosi Pulau Bawean Beserta Media Pendukungnya

Johan Christian Goenawan<sup>1</sup>, Arief Agung Suwasono<sup>2</sup>, Daniel Kurniawan Salamoon<sup>3</sup>

<sup>1,3</sup>Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni dan Desain  
Universitas Kristen Petra, Surabaya

<sup>2</sup>Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa  
Institut Seni Indonesia, Yogyakarta  
Email: christian.goenawan@hotmail.com

## Abstrak

Perancangan Video Promosi Pulau Bawean Beserta Media Pendukungnya

Kurangnya perhatian pemerintah terhadap pulau-pulau terpencil di pelosok Indonesia, menyebabkan tidak banyak masyarakat yang tahu akan keberadaan serta potensi yang dimiliki dari tiap-tiap pulau tersebut. Pulau Bawean yang merupakan salah satu pulau terpencil yang berada di tengah perairan laut Jawa, adalah pulau yang memiliki banyak sekali potensi di bidang pariwisata. Keindahan alam yang eksotis, masih alami dan belum banyak dijamah orang, membuat penulis ingin mempromosikan pulau ini dalam bentuk video promosi mengenai potensi dari objek-objek wisata di Pulau Bawean. Diharapkan dengan adanya video promosi ini, masyarakat menjadi tahu akan keberadaan serta potensi dari pulau ini, sehingga dapat berimbas pula terhadap jumlah wisatawan yang berkunjung ke pulau yang sedang berkembang ini.

**Kata kunci:** Pulau Bawean, Promosi, Pariwisata, Eksotis, Alami

## Abstract

*Bawean Island Promotional Video Project and The Supporting Media*

*Lack of government attention to remote islands in parts of Indonesia, causes not many people who know the existence and potential of each of that islands. Bawean island which is one of the remote islands in the middle of the ocean waters of Java, is an island that has a lot of potential in the field of tourism. Exotic natural beauty, unspoiled and has not touched by a lot of people, making the writer wants to promote this island in the form of a promotional video about the potential of the attractions on the Bawean Island. By this promotional video, the writer expects people became aware of the existence and potential of this island, so it can also affect to the number of tourists visiting to this burgeoning island.*

**Keywords:** Bawean Island, Promotion, Tourism, Indonesia, Exotic, Nature

## Pendahuluan

Di jaman yang sudah modern ini, manusia dituntut untuk selalu siap menghadapi tekanan yang dapat datang dari mana-mana. Mulai dari kondisi alam yang semakin memburuk, masalah pribadi, maupun dari pekerjaan yang menuntut kita untuk mengeluarkan tenaga dan pikiran yang maksimal Akibatnya pada saat musim libur tiba, mereka berbondong-bondong mencari tempat wisata terbaik untuk melepaskan penat dan kejenuhan atas rutinitas tersebut.

Dari tempat-tempat wisata domestik yang ada, pulau Bali masih menjadi favorit sebagai tujuan wisata mereka. Namun kenyataannya, sekarang ini Bali sudah mencapai titik jenuh sebagai tempat wisata, dimana tiap tahun hampir 3 juta orang yang

berkunjung ke pulau dewata tersebut. Maka dari itu, masyarakat Indonesia memerlukan tempat wisata baru yang lebih *fresh*, dan masih terjaga kealamiannya. Tempat-tempat yang masih jarang dikunjungi orang, namun memiliki potensi sebagai objek wisata yang baru dan menarik. Diantara 17.508 pulau yang ada di Indonesia, salah satu yang memiliki potensi tersebut ialah Pulau Bawean.

Tidak banyak orang yang tahu mengenai keberadaan Pulau Bawean, salah satu pulau kecil yang berada 150 km di Utara pulau Jawa, dan masuk dalam wilayah administratif kabupaten Gresik, Provinsi Jawa Timur. Pulau Bawean yang banyak sekali memiliki potensi keindahan alam sebenarnya cukup memiliki nama bagi para wisatawan asing. Sebab pulau ini sering disebut-sebut sebagai pulau Bali-nya

Jawa Timur. Pantai-pantai berpasir putih yang masih bersih jarang terjamah seperti Noko Gili, Noko Selayar, wisata bawah air dengan terumbu karang yang indah dan masih terawat, beberapa air terjun yang alami di tengah pulau seperti air terjun Laccar, Kuduk-Kuduk, serta terdapat Danau Kastoba sebagai tempat terindah di pulau ini.



**Gambar 1.1 Noko Selayar**

Sumber : <<http://liburanmurah.info/liburan-murah-ke-pulau-bawean-gresik>>

Namun karena kurangnya perhatian dari pemerintah, pulau ini menjadi cukup asing bagi masyarakat Indonesia sendiri. Banyak dari mereka yang tidak mengetahui tentang keberadaan dan potensi dari pulau Bawean. Dan hal ini berdampak pula terhadap keadaan ekonomi dari masyarakat Pulau ini yang tidak pernah maju sehingga menyebabkan mereka sendiri menjadi kurang *aware* dan tidak memiliki dana yang cukup untuk mengembangkan dari potensi pulau ini. Dan dampak paling buruk yang sekarang sedang terjadi ialah, semakin banyaknya angka kematian dari hewan Rusa Bawean (*Axis kuhlii*), satwa liar endemik asli Pulau Bawean yang dilindungi pemerintah berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 7 tahun 1999 tentang Pengawetan Jenis Tumbuhan dan Satwa. Perlu diketahui rusa Bawean ialah jenis spesies dari rusa yang tergolong langka di dunia dan terancam punah. Status konservasi hewan ini yang *Critiscally Endangered!* sangat terancam punah, situasi yang jauh lebih berbahaya daripada komodo yang hanya berstatus *Vulnerable!* rentan punah.



**Gambar 1.2 Rusa Bawean**

Sumber : <<http://baweanadv.blogspot.com>>

Karena faktor kurangnya *awareness* yang dapat membawa beberapa dampak buruk seperti tadi, perlu direncanakannya sebuah perancangan promosi yang serupa terhadap Pulau Bawean ini. Dengan mempromosikan potensi kebudayaan, keindahan alam pulau Bawean beserta rusa Bawean ini, diharapkan akan banyak orang yang semakin tahu mengenai keberadaan pulau Bawean, dan semakin banyak orang yang ingin berwisata di pulau ini. Dengan banyak wisatawan yang berkunjung ke Bawean, otomatis pendapatan daerah setempat dapat meningkat dan mereka memiliki dana maupun sumber daya untuk pengembangan potensi serta infrastruktur dari pulau ini, terutama terhadap aspek konservasi hewan rusa Bawean yang berstatus kritis ini. Sehingga kelestarian rusa Bawean sebagai kebanggaan masyarakat Bawean dan kebanggaan Indonesia di mata dunia ini tetap terjaga

Pemilihan media promosi menggunakan media *audio visual/ video* disebabkan selain karena sebelumnya Pulau Bawean belum pernah melakukan promosi menggunakan media ini, juga salah satu keunggulan dari *audio visual* ialah memiliki jangkauan yang luas, dan mampu menyesuaikan dengan perkembangan teknologi jaman. Dimana sekarang adalah jamannya internet dan gadget, sehingga perancangan audio visual ini akan lebih praktis sebab dapat dinikmati dan diaplikasikan melalui media apapun, kapanpun dan dimanapun, yakni televisi, *handhone*, android, laptop, tablet, dan situs-situs internet seperti *Youtube, Traveller Kaskus, Vimeo*, ataupun *website* pariwisata lainnya.

## Rumusan Masalah

Permasalahan yang ingin dibahas dalam perancangan ini adalah bagaimana merancang sebuah konsep karya video promosi yang kreatif dan menarik tentang Pulau Bawean sehingga dapat meningkatkan *awareness* masyarakat terhadap potensi keindahan dari pulau tersebut. Serta membahas pula bagaimana merancang media pendukung dari video promosi Pulau Bawean tadi dengan menggunakan media komunikasi yang tepat.

## Tujuan Perancangan

Tujuan dari perancangan ini adalah untuk menciptakan sebuah karya video promosi Pulau Bawean yang dikemas secara menarik agar masyarakat menjadi *aware* terhadap Pulau Bawean sebagai tempat tujuan wisata baru yang memiliki potensi keindahan yang tidak kalah dengan tempat wisata alam lainnya. Serta didukung dengan media pendukung dari video promosi tersebut dengan menggunakan media komunikasi yang tepat sasaran.

## Metode Penelitian

Dalam tugas akhir Perancangan Video Promosi Pulau Bawean Beserta Media Pendukungnya ini peneliti menggunakan beberapa metode perancangan diantaranya sebagai berikut:

### Metode Pengumpulan Data

Metode yang digunakan ialah metode deskriptif kualitatif. Yakni meneliti suatu objek melalui proses observasi dan wawancara, baik secara terbuka maupun tertutup, dengan tujuan untuk membuat suatu deskripsi yang mendetail dan informatif untuk mendukung perancangan video promosi Pulau Bawean ini.

### Data primer

- Observasi / pengamatan terhadap lokasi yang dijadikan tema perancangan
- Wawancara dengan beberapa pihak terkait, seperti penduduk pulau Bawean serta dinas kebudayaan dan pariwisata setempat untuk menggali informasi yang dibutuhkan.
- Dokumentasi data visual/ verbal

### Data sekunder

Menggali informasi-informasi tambahan melalui internet, literatur, dan sebagainya

### Metode Analisis Data

Data yang telah didapat selanjutnya dikumpulkan dan dikelompokkan untuk dianalisis menggunakan metode SWOT. Analisis dilakukan dengan membandingkan promosi ini dengan promosi wisata lain yang sejenis, yakni diantara lain:

#### *Strength?*

Unit sub-analisis yang menerangkan mengenai kekuatan dari promosi yang telah dilakukan jika dibandingkan dengan promosi lain yang sejenis.

#### *Weakness?*

Unit sub-analisis yang menerangkan mengenai kelemahan dari promosi yang telah dilakukan jika dibandingkan dengan promosi lain yang sejenis.

#### *Opportunity?*

Unit sub-analisis yang menerangkan mengenai peluang dari promosi yang telah dilakukan jika dibandingkan dengan promosi lain yang sejenis.

#### *Treat?*

Unit sub-analisis yang menerangkan mengenai ancaman terhadap promosi yang telah dilakukan yang dapat datang dari promosi lain yang sejenis.

### Konsep Perancangan

Merancang sebuah video promosi yang mengekspos segala potensi keindahan alam yang dimiliki Pulau Bawean, dengan menggunakan style video footage seperti iklan pariwisata *tv modern*, yakni dengan teknik *cinematografi* yang berkualitas (*timelapse*, permainan *angle*, *depth of field*) disertai

media-media pendukung untuk mempromosikan video promosi ini.

## Tinjauan Teori

Berikut ini adalah beberapa teori-teori yang digunakan penulis untuk memperdalam perancangan video promosi Pulau Bawean ini.

### Tinjauan Teori Tentang Audio Visual

Audio visual adalah media yang mempunyai unsur suara dan unsur gambar, dimana jenis media ini mempunyai kemampuan yang lebih baik karena meliputi suara dan gambar. Media audio-visual merupakan media yang digunakan untuk menyampaikan pesan pembelajaran. Dalam media audio visual terdapat dua unsur yang saling bersatu yaitu audio dan visual. Adanya unsur audio memungkinkan orang untuk dapat menerima pesan pembelajaran melalui pendengaran, sedangkan unsur visual memungkinkan penciptakan pesan belajar melalui bentuk visualisasi. (Khoerunnisa, Anis et all. Media Audio Visual Makalah. 2012)

### Tinjauan Teori Promosi

Promosi merupakan kegiatan terpenting, yang berperan aktif dalam memperkenalkan, memberitahukan dan mengingatkan kembali manfaat suatu produk agar mendorong konsumen untuk membeli produk yang dipromosikan tersebut. Untuk mengadakan promosi, setiap perusahaan harus dapat menentukan dengan tepat alat promosi manakah yang dipergunakan agar dapat mencapai keberhasilan dalam penjualan.

Menurut Basu Swastha (237), "Promosi adalah arus informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran". Menurut Kotler (22) "Promosi merupakan salah satu cara perusahaan melakukan komunikasi melalui pesan-pesan yang didesain untuk menstimulasi terjadinya kesadaran (*awareness*), ketertarikan (*interest*), dan berakhir dengan tindakan pembelian (*purchase*) yang dilakukan oleh pelanggan terhadap produk atau jasa perusahaan". Sedangkan Menurut Lamb Hair dan Mc-Daniel (116), "Promosi adalah komunikasi dari para penjual yang menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan para calon pembeli suatu produk dalam rangka mempengaruhi pendapat mereka atau memperoleh suatu respon."

### Tinjauan Mengenai Pulau Bawean

Pulau Bawean merupakan sebuah pulau kecil yang menyimpan banyak potensi dibidang pariwisata, terutama keindahan alamnya. Terletak di laut Jawa, tepatnya 150 km dari sebelah Utara Pulau Jawa dan secara administratif termasuk dalam wilayah Kabupaten Gresik, Jawa Timur. Batas-batas Pulau Bawean sebelah Barat, Timur, Utara, dan Selatan adalah laut Jawa. Pulau Bawean adalah pulau yang

terbentuk dari sisa-sisa gunung berapi tua dengan luas pulau mencapai 190 km<sup>2</sup>. Bawean terbagi menjadi 2 kecamatan, yaitu Kecamatan Tambak (13 desa) dan Kecamatan Sangkapura (17 desa). Dengan jumlah penduduk sekitar 70.000 jiwa, yang mayoritas bermata pencaharian sebagai nelayan, petani dan menjadi TKI di Malaysia dan Singapura. (BPS Kabupaten Gresik).

Berikut ini beberapa potensi wisata yang dimiliki oleh Pulau Bawean yang dikutip dari Laporan Kajian Pengembangan Potensi Pariwisata Kabupaten Gresik, antara lain:

1. Objek Wisata Pulau Noko Selayar, termasuk dalam wilayah Desa Rujing Kecamatan Sangkapura dengan jarak 4 km dari Pelabuhan Sangkapura.

2. Objek Wisata Danau Kastoba, terletak di atas gugusan perbukitan ditengah Pulau Bawean. Termasuk dalam wilayah Desa Paroman Kecamatan Tambak dan Desa Balik Terus Kecamatan Sangkapura dengan jarak 33 km dari Pelabuhan Sangkapura dan 5 km dari Bandar Udara Bawean yang sedang dalam proses pembangunan.



**Gambar 2.1 Danau Kastoba**  
Sumber : <<http://hans-argrera.blogspot.com>>

3. Objek Wisata Kawasan Pesanggrahan, merupakan bangunan peninggalan kolonial Belanda yang terletak di Desa Sawahmulya Kecamatan Sangkapura.

4. Objek Wisata Pulau Cina, merupakan pulau kecil di sisi utara yang terlepas dari Pulau Bawean dengan jarak 100 m dari Pulau Bawean.

5. Objek Wisata Pulau Gili dan Noko, termasuk dalam wilayah Desa Sidogedungbatu Kec. Sangkapura dengan jarak 10 km dari Pelabuhan Sangkapura.



**Gambar 2.2 Pantai Noko Gili**  
Sumber : <http://lensabawean.blogspot.com>

6. Objek Wisata Pantai Tanjungghe'en, termasuk dalam wilayah Desa Kumalasa Kecamatan Sangkapura dengan jarak 9 km dari Pelabuhan Sangkapura.

7. Objek Wisata Pantai Jherat Lanjheng, terletak di Desa Lebak Kecamatan Sangkapura dengan jarak 4 km dari Pelabuhan Sangkapura dekat dengan jalan lingkar Bawean.



**Gambar 2.3 Sunset di Pantai Jherat Lanjheng**  
Sumber: Johan (dokumentasi, 2013)

9. Objek Wisata Penangkaran Rusa Bawean, terletak di Desa Pudakit Timur Kecamatan sangkapura dengan jarak 6 km dari Pelabuhan Sangkapura dan berbatasan dengan hutan suaka alam Bawean.

10. Objek Wisata Air Terjun Laccar, terletak di Desa Teluk Dalam Kecamatan Sangkapura dengan jarak 12 km dari Pelabuhan Sangkapura.

11. Objek Wisata Air Terjun Sumberlaras, terletak di Desa Sumberlaras dan termasuk dalam wilayah Kecamatan Sangkapura.



**Gambar 2.4 Air Terjun Sumberlaras**  
**Sumber: Johan (dokumentasi, 2013)**

## Pembahasan

### Tujuan Kreatif

Selain sebagai salah satu media promosi akan Pulau Bawean, video ini juga memiliki tujuan yang terbagi dalam dua aspek, yakni secara rasional dan irasional. Pada aspek irasional, *touching point* lebih menargetkan pada kondisi emosional seseorang, yakni untuk mempersuasi orang yang melihat rangkaian gambar-gambar keindahan alam yang dimiliki pulau ini. Sehingga tidak hanya menimbulkan rasa kekaguman oleh mereka namun juga dapat menimbulkan rasa penasaran dan tertarik untuk merasakan langsung berwisata di pulau yang disebut-sebut sebagai pulau Bali kedua ini.

Sedangkan pada aspek rasional, video ini bertujuan untuk memberi informasi akan potensi-potensi yang dimiliki pulau Bawean ini sebagai sarana promosi tempat tujuan wisata baru di Indonesia.

### Strategi Kreatif

Untuk mencapai harapan tersebut, maka perlu disusun sebuah strategi khusus untuk menuangkan perpaduan antara keindahan dan nilai jual. Yakni dengan mengemas gambar dan audio yang menampilkan rekaman-rekaman keindahan alam pulau Bawean yang dipadu dengan jenis wisata lainnya seperti wisata budaya, wisata sejarah, serta diselipkan unsur *slice of life* dan fasilitas yang terdapat di pulau ini. Dimana semua hal tersebut dikemas dengan teknik *video footage* yang dibuat seakan-akan lebih indah dari aslinya agar lebih menarik dan mudah diingat orang yang melihatnya.

### Format Program

Format program dari perancangan ini adalah sebuah video promosi (*footage*) mengenai Pulau Bawean, dengan output video yang dihasilkan adalah HDV 720p (25 fps) dengan ratio 16:9. Dimana video promosi ini akan ditayangkan dengan format kompresi MPEG (*Moving Picture Experts Group*), sebab format ini dapat menghasilkan kualitas gambar yang sudah cukup baik apabila ditayangkan melalui dvd/ televisi. Sedangkan untuk penayangan video pada media internet, akan menggunakan format MP4 dengan ukuran data yang lebih kecil.

### Judul Program

Judul yang akan dipakai untuk perancangan ini agar lebih menarik dan lebih menjual adalah "*Bawean Island, Your Own Hidden Paradise*". Sebab konsep dari perancangan adalah video ini adalah bahwa Pulau Bawean adalah pulau yang menyimpan keindahan alam seperti surga, namun keadaannya yang masih tersembunyi dan jarang orang yang tahu akan keberadaan pulau ini. Sehingga ketika para wisatawan

yang berlibur di Bawean akan merasa pulau ini adalah surga milik mereka sendiri. Penggunaan bahasa Inggris disebabkan karena penyebaran video ini yang mencakup mancanegara.



**Gambar 3.1 Final logo judul**

### Durasi

Durasi dari video promosi ini ialah sekitar 3-4 menit, mencakup keseluruhan video mulai dari *opening*, *content*, dan *closing*. Sedangkan *bumper* judul berdurasi sekitar 8 detik.

### Premis (Pesan yang ingin disampaikan)

Video ini ingin menyampaikan kealamian dan keeksotisan dari objek-objek pariwisata yang dimiliki oleh pulau Bawean. Sehingga dapat memberikan *awreness* maupun menarik minat masyarakat untuk berkunjung ke pulau ini.

### Target Audience

Video promosi ini dibuat untuk dapat menjangkau masyarakat dengan target yang dibagi berdasarkan empat kategori, yakni:

#### a. Demografis

- Jenis Kelamin : Pria dan Wanita
- Umur : 18 – 55 Tahun (Usia Produktif)
- Tingkat Ekonomi : Menengah (penghasilan Rp 5.000.000,- sampai dengan Rp 15.000.000,- per bulan)
- Pekerjaan : Semua Pekerjaan

#### b. Geografis

Seluruh daerah yang ada di Indonesia baik kota besar maupun kota kecil serta mencakup mancanegara (melalui internet).

#### c. Psikografis

Orang-orang yang suka akan ketenangan, kealamian dan keindahan.

#### d. Behaviour

Orang-orang yang aktif, senang berwisata, dan memiliki hobi dalam fotografi maupun videografi serta sering berinteraksi dengan media sosial dan menggunakan *gadget*.

### Profil

Pemain/ pemeran yang akan dipakai untuk membantu jalannya perancangan video ini ialah beberapa figuran yang berperan sebagai wisatawan, masyarakat lokal dari pulau Bawean, serta beberapa turis asing (jika memungkinkan).

## Properti

Peralatan dan perlengkapan yang digunakan untuk keperluan kepentingan pengambilan gambar antara lain: perahu nelayan, perahu jukung, kelapa, buku, selendang Bali, kacamata hitam, alat pancing, tikar, ikat kepala.

## Setting

Waktu pengambilan gambar akan mengambil pada waktu-waktu *golden moment* seperti pagi hari (saat *sunrise*), sore hari (saat *sunset*), dengan cuaca yang cerah dan mendukung. Kondisi dari objek yang diambil diutamakan memiliki kondisi yang memiliki keindahan alam yang masih baik dan cenderung sepi untuk menguatkan kesan alami. Disertakan pula beberapa tempat dan fasilitas yang mendukung untuk adanya kegiatan pariwisata di pulau ini. Alur cerita yang digunakan dalam video ini adalah alur maju/ progresif, yaitu alur cerita yang bergerak urut dari awal hingga akhir.

## Proses Perancangan

### Storyline

Opening logo Production House



Prolog:

Perjalanan menemukan surga tersembunyi “Bawean”  
→ *Timelapse sunrise* dan pergerakan awan →  
Cuplikan singkat beberapa tempat di Bawean secara keseluruhan → shot wajah-wajah masyarakat lokal yg tersenyum



Seorang yang membuka jendela kamar, mengamati keindahan alam sebagai awal dari beberapa cuplikan objek-objek wisata selanjutnya



Content berupa footage beberapa potensi objek wisata alam di Bawean dan diselengi unsur *slice of life*



Penangkaran rusa → Air Terjun Sumber Laras → Pantai Mayangkara → Tanjunggha'en → Danau Kastoba → Noko Gili → Pantai Jherat Lanjheng



Closing:

Beberapa adegan di sore hari menjelang *sunset* di pantai Mayangkara dan di atas perahu Jukung → *Timelapse sunset* di Pantai Jherat Lanjheng sampai *blackout*

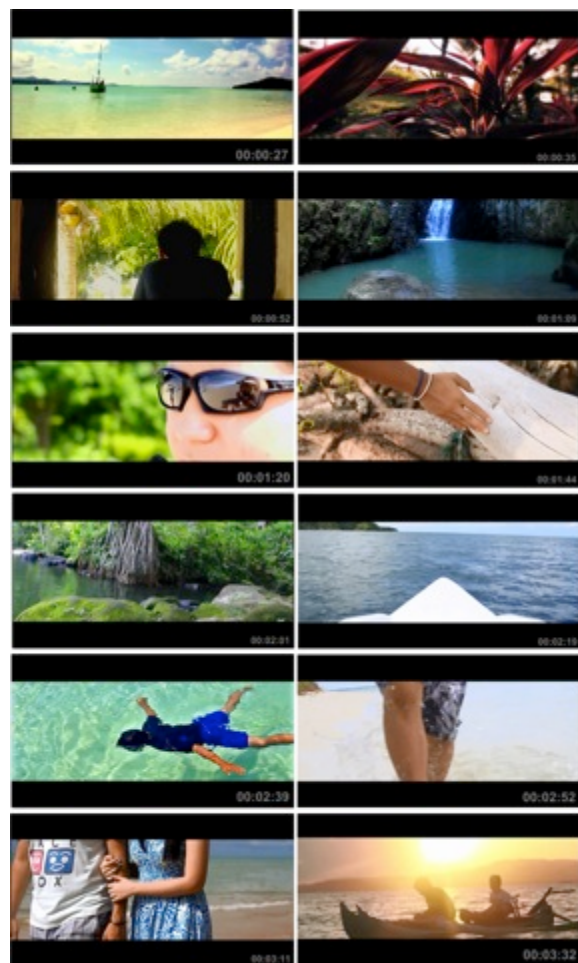


Motion Graphic Judul

## Sinopsis

Video yang berjudul “*Bawean Island, Your Own Hidden Paradise*” ini merupakan sebuah video promosi pariwisata dari pulau Bawean yang pengambilan gambarnya termasuk dalam jenis *footage* atau cuplikan. Video promosi ini memuat segala objek yang mampu menjadi potensi tujuan wisata baru dari para wisatawan dengan *big idea* pada menjual kealamiannya (*naturalism*). Diantaranya seperti cuplikan pemandangan alam Bawean yakni Pulau Noko Gili, suasana *sunset* di atas djukung (alat transportasi khas Bawean), Pantai Jerat Lanjheng, Pantai Mayangkara, Danau Kastoba, Air terjun Sumberlaras, dan masih banyak lagi.

Selain wisata alam, video ini juga memuat cuplikan dari kebudayaan khas pulau Bawean, yakni pencak/ silat Bawean. Serta cuplikan-cuplikan tadi juga diselengi unsur *slice of life* seperti beberapa ekspresi kearifan penduduk lokal, serta ekspresi keceriaan dari para wisatawan yang menikmati liburan di pulau ini.



Gambar 3.2 Screenshot hasil video

## Media – Media Pendukung

Beberapa media pendukung yang digunakan dalam perancangan video promosi ini adalah:



Gambar 3.3 Cover dvd



Gambar 3.4 Label disc

### Poster Film

Konsep dari poster ini ialah keindahan yang tersembunyi, yang divisualisasikan dengan gambar keindahan pemandangan alam Bawean yang tersembunyi di balik sobekan poster ini.

Poster film ditempatkan pada kantor biro-biro pariwisata, sehingga jika ada wisatawan yang ke kantor tersebut, mereka yang tertarik terhadap pemandangan Bawean di poster ini, dapat melihat info lebih lanjut melalui *website link* yang tertera pada poster.



Gambar 3.5 Poster film

### Web Banner

Berupa gambar-gambar pemandangan alam di Bawean sebanyak 6 buah, yang ditampilkan secara *looping!* mengulang terus menerus. *Bodycopy:* "Exotic and fascinating place, hidden in the Java Sea.. It's suitable for everyone who loves to find your own paradise".

Akan ditempatkan pada *website-website* biro pariwisata serta forum-forum *traveling* seperti Detik Traveler dan Traveler Kaskus. Sehingga apabila yang berkunjung ke *website* dan *page* tersebut, menjadi tahu tentang keberadaan dan keindahan alam Bawean. Lalu yang tertarik dapat mengklik web banner ini dan akan *terdirect* menuju *website* pariwisata Bawean.



Gambar 3.6 Web banner 1



Gambar 3.7 Web banner 2



Gambar 3.8 Web banner 3



Gambar 3.9 Web banner 4



Gambar 3.10 Web banner 5



Gambar 3.11 Web banner 6

### X – Banner

Fungsi x-banner hampir sama dengan poster, dimana akan ditempatkan pada kantor biro-biro pariwisata, sehingga jika ada wisatawan yang ke kantor tersebut, mereka yang tertarik terhadap pemandangan Baweian di x-banner ini, dapat melihat info lebih lanjut melalui *website link* yang tertera pada x-banner.



Gambar 3.12 X-banner

### Facebook Fanpage

Penggunaan *facebook fanpage* dinilai cukup efektif untuk meraih *awareness*, dimana hampir semua orang di dunia sudah memiliki *account facebook*. Media dalam *facebook* pun cukup variatif, yakni bisa *share* sebuah *posting* dan juga mampu memainkan video yang dapat diupload langsung di *fanpage* ini.



Gambar 3.13 Screen capture facebook fanpage

### Kesimpulan

Ada banyak hal yang dapat dipelajari selama proses pengerjaan perancangan video promosi Pulau Baweian ini. Dimana diantaranya ialah fakta bahwa masih banyak daerah-daerah terpencil di seluruh Indonesia yang masih belum mendapat perhatian dari pemerintah yang sebenarnya memiliki kekayaan alam tersendiri dan akan sia-sia jika tidak dikembangkan. Pulau Baweian merupakan salah satu pulau terpencil tersebut yang terletak di tengah perairan laut Jawa, dan memiliki banyak sekali potensi alam yang dapat dikembangkan.

Diharapkan dengan melakukan perancangan video promosi ini, dapat memberikan kontribusi yang baik pula bagi peningkatan kualitas dan kuantitas kepariwisataan Pulau Baweian terutama kesejahteraan masyarakatnya sendiri serta kelestarian dari hewan rusa Baweian yang terancam punah tersebut.

### Ucapan Terimakasih

Laporan Tugas Akhir “Perancangan Video Promosi Pulau Baweian Beserta Media Pendukungnya” ini tidak akan terselesaikan tanpa dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh sebab itu ucapan terima kasih sebesar-besarnya dihaturkan kepada pihak-pihak yang terlibat dalam penyusunan laporan ini:

1. Tuhan Yesus Kristus, sebagai Juruselamat serta pendamping yang telah menuntun dan memberi berkat selama pelaksanaan pembuatan video promosi dan penyusunan laporan ini.
2. Dinas Kepariwisata, Olahraga dan Pemuda Gresik atas kesempatan dan kesediaannya untuk



- memberikan ijin dalam pembuatan video promosi di Pulau Bawean, dan dapat bekerjasama dengan baik serta bersedia membagi banyak informasi yang dibutuhkan dalam penyusunan laporan tugas akhir ini.
3. Komunitas Beku Bhei-Bhei yang banyak membantu, mendampingi, serta menyiapkan segala kebutuhan saya selama proses pra-produksi dan produksi di Pulau Bawean.
  4. Bpk. Arief Agung S., S.Sn, M. dan Daniel Kurniawan, S.Sn. selaku dosen pembimbing yang selalu setia membimbing dan memberi masukan-masukan yang berguna pada penyusunan tugas akhir ini.
  5. Orang tua yang selalu mendukung dan memberikan semua kebutuhan yang diperlukan saya selama proses pengerjaan tugas akhir ini, baik secara moril dan materiil.
  6. Teman-teman yang sudah banyak membantu saya dalam pembuatan video promosi pulau Bawean ini diantaranya Jaka Winata, Stevanus Chandra, Hendy Julian, Sandra Angelina, Devina Kartika, dan lainnya yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu.
2011. Diakses 24 Maret 2013.  
 <<http://myzone.okezone.com/content/read/2011/02/21/4417/karimunjawa-keindahan-tersembunyi-di-utara-pulau-jawa>>
- Masbuh, Abdullah. *Perancangan Media Promosi Pulau Bawean Sebagai Tempat Tujuan Utama Wisata Alam Kabupaten Gresik*. 2008. Diakses 7 Maret 2013.  
 <<http://ppta.stikom.edu/upload/upload/file/08420100007makalah%20Abdullah%20Masbuh.pdf>>
- Swastha, Basu. *Saluran Pemasaran*. Yogyakarta: BPFE Yogyakarta, 1999.
- Universitas Airlangga, FISIP. *Bawean, Pulau Indah yang Terlupakan*. 2012. Diakses 6 Maret 2013.  
 <<http://antro.fisip.unair.ac.id/interaksi.antro.php?id=42>>.

## Daftar Referensi

- BPS Gresik. *Gresik Dalam Angka 2011*. Gresik: BPS Kabupaten Gresik, 2011.
- Dinas Pariwisata Gresik. *Laporan Kajian Pengembangan Potensi Wisata Pariwisata Kabupaten Gresik*. Gresik: Dinas Pariwisata Gresik, 2011.
- Al-Irsad, Fathan. *Sketsa Bawean*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2008.
- Anastuti, Karina Utami. *Jenis-Jenis Karya Audio Visual*. 2010. Diakses 1 Maret 2013. <<http://karinautamianastuti.blogspot.com/2009/06/jenisjeniskaryaaudio-visual.html>>.
- Bawean, Wisata. *Wisata Pulau Bawean*. 2012. Diakses pada tanggal 6 Februari 2013. <<http://wisatapulaubawean.blogspot.com/>>.
- Cogito. *Handout Pengajaran AV*. 2009. Diakses 1 Maret 2013.  
 <<http://chairunnas.staff.umm.ac.id/ngajar/praktek-produksi-av/>>.
- Effendy, Heru. *Mari Membuat Film Panduan Menjadi Produser*. Yogyakarta: Panduan dan Pustaka Konfiden, 2002.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia*.
- Kotler, Philip. *Manajemen pemasaran, Jilid 2*. Jakarta: Prenhallindo, 2012
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Diterjemahkan oleh Alexander Sindoro. Jakarta: PT. Indeks, 2003.
- McDaniel, Lamb Hair. *Pemasaran*. Edisi Pertama. Jakarta: Salemba Empat, 2001.
- Leanders, Michael Rolland. *Karimun Jawa Keindahan Tersembunyi di Utara Pulau Jawa*.