

VIDEO PROMOSI DESA WISATA NAGARI SUMPUPU

Aridho Ihwan¹⁾, Riki Iskandar²⁾

¹ Universitas Putra Indonesia “YPTK” Padang

Email : aridhoihwan8@gmail.com

Abstrak [Times New Roman 11 Berani]

There are so many beautiful tourist attractions in Tanah Datar district, especially in Nagari Sumpu Village, South Batimpuh subdistrict, there are still many tourists outside the area who don't know its beauty. For this reason, in order to maximize efforts to introduce Sumpu tourism in this final work, the designer will design a promotional media. Designing promotional videos aims to introduce tourism so that it is better known, recognized and attracts foreign tourists. The introduction of marine tourism can be said to be optimal in the future and with this promotional video it can maximize the use of social media by the people of Nagari Sumpu village. As for the promotional video for the Nagari Sumpu tourist village, the author uses social media networks. The specific aim of this design is to create information media in promoting the Nagari Nagari Sumpu tourist village with audio visual media which can create information media for tourists so they can reach places wherever the tourist location is. An outdoor recreation area that is still natural and can provide comfort, gain physical freshness, and gain knowledge and experience as well as foster inspiration and love for nature. The main media for this design is audio visual media (promotional video) and the supporting media are video teasers, posters, t-shirts, tote bags, key chains, jungle hats, mugs, banners, x-banners, stickers, pamphlets.

Kata kunci: Keywords: Promotional Video, Nagari Sumpu Tourism Village, audio visual

PENDAHULUAN

Pariwisata adalah suatu perjalanan yang dilakukan secara berulang-ulang/berkeliling, dilakukan dengan terencana dan tidak terencana yang dapat menghasilkan pengalaman total bagi pelakunya (Nurdin Hidayah, 2019). *Community Based Tourism* merupakan sebuah konsep pengembangan suatu destinasi wisata melalui pemberdayaan Masyarakat lokal yang memberikan akses kepada Masyarakat turut andil dalam proses perencanaan, pengelolaan, dan penyampaian pendapat. Undang-undang nomor 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan menjelaskan bahwa wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara.

Desa wisata merupakan pengembangan suatu wilayah desa yang pada dasarnya tidak mengubah apa yang sudah ada akan lebih cenderung kepada pengembangan potensi desa yang ada dengan melakukan pemanfaatan kemampuan unsur-unsur yang ada di dalam desa. Unsur itu berfungsi sebagai atribut produk wisata dalam skala yang Kampung Minang Nagari Sumpu terletak di Nagari Sumpu, Kecamatan Batipuh Selatan Kabupaten Tanah Datar Sumatra Barat tepatnya di sebelah utara Danau Singkarak. Untuk menuju ke Kampung Minang Nagari Sumpu diperkirakan menempuh perjalanan dari Bandara Internasional Minangkabau lebih kurang 2

jam perjalanan. Dengan meningkatnya jumlah kunjungan wisatawan, diharapkan akan ada peningkatan pendapatan yang apat menghasilkan manfaat ekonomi bagi masyarakat setempat. Selain itu, pengembangan pariwisata yang berkelanjutan juga akan membantu dalam pelestarian lingkungan dan budaya di desa ini. Sehingga proses ini akan membantu peningkatan perekonomian hingga pelestarian lingkungan setempat Suardi dkk (2022).

Kampung Minang Nagari Sumpu memiliki wisata yang berbasis budaya dengan adanya lebih kurang 70 buah rumah gadang dan beberapa situs sejarah. Dari sekian banyaknya rumah gadang, terdapat 3 buah rumah gadang yang sudah dijadikan Homestay bagi wisatawan yang berkunjung ke Kampuang Minang Nagari Sumpu. Desa Wisata Kampung Minang Nagari Sumpu memiliki alam yang masih asri sehingga wisatawan bisa menikmati alamnya yang indah seperti Hampan sawah, puncak Tubia, Aliran Sungai/Batang Air, Danau siingkarak dan juga air terjun. Selain wisata budaya dan wisata alam, wisatawan juga bisa merasakan kuliner tradisional sumpu, seperti Rendang sumpu, rebon, singgang sumpu dan pangek sumpu, teristimewa Ikan Bilih yang hanya ada 2 di dunia tetap kami jaga kelestariannya. Selain itu wisatawan juga bisa menikmati Buah Sawo dengan kualitas terbaik.

Begitu banyak wisata yang indah yang ada di kabupaten Tanah Datar terutama di Desa Nagari Sumpu kecamatan Batimpuh Selatan, masih banyak wisatawan luar daerah tersebut yang belum mengetahui keindahannya. Untuk itu guna memaksimalkan usaha pengenalan wisata sumpu pada karya akhir ini, perancang akan merancang sebuah media promosi. Merancang video promosi bertujuan memperkenalkan wisata agar lebih dikenal, diketahui, dan menarik wisatawan luar. Pengenalan wisata bahari ini lebih terbilang maksimal nantinya serta dengan adanya video promosi ini dapat memaksimalkan penggunaan social media oleh masyarakat desa nagari sumpu. Adapun video promosi desa wisata nagari sumpu ini penulis menggunakan jejaring social media.

METODE PENELITIAN

Metode Pengumpulan Data

1.Data verbal

a.Observasi

Observasi dibutuhkan untuk pengumpulan data-data yang diperlukan untuk menjadi referensi yang berhubungan dengan masalah yang ditemukan. Observasi dilakukan ke nagari Sumpu di Kab. Tanah Datar untuk melihat langsung desa wisata tersebut dan menemui narasumber untuk menguatkan data.

b.Wawancara

Wawancara adalah proses pengumpulan data untuk memperoleh langsung dari sumbernya.Wawancara dilakukan untuk memperoleh informasi dari para saksi sejarah yang masih hidup. Dari wawancara dengan bapak zulherman dapat di amnil Kesimpulan dari informasi yang dapat di artikan sebagai wilayah atau Kawasan pedesaan yang menawarkan atmosfer orisinalisasi desa. Memiliki potensi unik, social, ekonomi, dan budaya. Masyarakat asli sumpu juga masih menerapkan kehidupan tradisional ranah minang yang ontentik. Terdapat juga beberapa potensi kuliner dan event adat yang masih terjaga zaman sekarang.

Metode Analisis Data

Setelah melakukan proses pengumpulan data analisis berdasarkan data yang ada, Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan teknik analisis SWOT, yang terdiri dari Strengths, Weakness, Opportunities dan Threats. Analisis SWOT bertujuan untuk memaksimalkan kekuatan (strengths) dan peluang (opportunities), namun meminimalisir kelemahan (weakness) serta ancaman (threats), sebagai landasan Perancangan Promosi Wisata Nagari Sumpu dalam bentuk Audio Visual.

Strategi Komunikasi

Dalam rangka meningkatkan visibilitas dan daya tarik video promosi Desa Wisata Sumpu, diperlukan strategi media yang efektif. Pertama, pemanfaatan media social menjadi kunci utama. Video akan diunggah secara reguler di *platform* seperti *Instagram*, *Facebook*, dan *YouTube* untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Konten *teaser* dan *highlight* akan digunakan sebagai pendekatan awal untuk menarik perhatian. Selain itu, kolaborasi dengan *influencer local* atau *travel blogger* yang memiliki basis pengikut yang besar.

Strategi Media

Media utama merupakan media yang paling penting disamping media pendukung, dalam project ini penulis menggunakan Audio Visual sebagai media utama dalam rancangan tugas akhir.

HASIL DAN DISKUSI

A. Konsep Perancangan

1. Konsep Verbal

Desa Sumpu merupakan sebuah desa wisata yang berada di Batipuh, Kabupaten Tanah datar. Desa memiliki budaya dan kelestarian yang masih terjaga hingga saat ini. Tidak seperti desa umumnya desa sumpu memiliki tempat wisata yang masih asri serta kebudayaan yang unik seperti agrowisata, kesenian, silat dan kebudayaan lainnya. Namun dengan keasrian desa sumpu ini, desa wisata ini masih belum dikenal oleh banyak orang.

Pada umumnya sebagian orang belum mengetahui keindahan Nagari Sumpu. Segi pengelolaannya masih kurang baik, hal ini dapat dilihat dari pengelolaan fasilitas wisata yang telah ada, sarana prasarana didalamnya. Kurangnya pemahaman/pemanfaatan potensi sumber daya alam dan ekosistemnya, baik dalam bentuk asli (alami) maupun perpaduan dengan buatan manusia. Video yang dirancang akan ada beberapa unsur yang digunakan yaitu *dubbing*, music dan text digabungkan sehingga menciptakan kesartuan yang mudah dipahami, pembuatan perancangan media promosi wisata desa sumpu menggunakan unsur keindahan desa, kegiatan pribumi, keunikan kesenian, wisata dan fasilitas lainnya.

Wisata desa sumpu yang ada batipuh diantaranya adalah *homestay* rumah gadang, kesenian, silat, makan bejamba, *tour* desa, menjalo, naik sampan, kuliner, traiking, menjalo bili, menyabik padi, megukir, menyulam, agrowisata dan rafting. Perancangan dalam

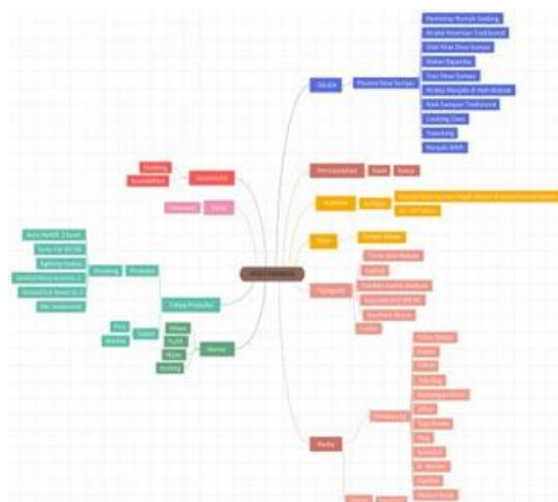
pembuatan video promosi ini memiliki beberapa icon keunggulan dan karakteristik tersendiri. Konsep produksi dalam pengambilan video adalah dilakukan dalam bentuk naskah *storyline*, *storyboard* yang sudah dirancang, dan untuk penayangan video promosi ini dibantu oleh media mainstream dengan *platform Youtube*, dan Kanal Berita di *Tribun Padang.com*. tujuan nya supaya video promosi ini akan mudah tercapainya Target *audience*.

Konsep Visual

Pembuatan Perancangan Vidio Promosi Desa Wisata Nagari Sumpu menggunakan bebera pa unsur yang meliputi kegiatan pada desa tersebut serta keindahan pada Nagari Sumpu. Pada promosi ini adapun penayangan promosi di media mainstream sebagai media utama dan sosial media yang ada. Media utama pembuatan video ini menyusun konsep keindahan alam tersebut.

Perancangan Video Promosi Desa Wisata Nagari Sumpu mengunakan ide dan konsep *storytelling* dan *traveller* yang berkungkunjug, menjelajahi dan menikmati objek wisata yang di kunjungi. dalam alur cerita dikemas lebih menarik dan dramatis dengan teknik pengambilan gambar *cinematic* yang berisikan informasi tentang keindahan alam nan asri, seperti sawah, danau singkarak dan Desa Sumpu. Cuplikan kegiatan budaya dan tradisi, proses manjalo ikan diatas sampan, tradisi makan bajamba, silat, tour desa, menyabik padi dan sebagainya. Menampilkan aktivitas wisata yang bisa dilakukan, seperti menginap di *Homestay* Rumah Gadang yang alami serta fasilitas, budaya, kearifan lokal yang ada di,Nagari Sumpu. Hasil dari video promosi ini di harapkan menjadi sebuah media promosi yang menarik bagi calon wisatawan yang nantinya akan berkunjung ke Desa Wisata Nagari Sumpu.

B. Brainstorming



C. Pra Desain

Tipografi Jenis tipografi untuk menciptakan suatu kesan yang dinamis pada perancangan ini adalah jenis tipografi yang memiliki keterbacaan yang jelas yang memiliki kesan sederhana dan menarik, sehingga bias diterapkan ke berbagai media agar informasi yang disampaikan efektif dan memiliki kesamaan dengan identitas audio visual yang di rancang. Dalam pemilihan huruf pada media utama dan media pendukung memakai font yang memberikan kesan yang tegas

a. Times New Roman ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

Abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890

b. Gadugi ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890

c. Franklin Gothic Medium ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890

d. Geometra 415 Blk BT ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstu 1234567890

e. Southern Beach ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890

f. Calibri

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

1. Warna

Warna adalah salah satu elemen yang cukup penting dalam desain grafis yang berperan dalam menyampaikan komunikasi kepada orang lain, khususnya kepada target audiens. Dalam perancangan video promosi ini warna yang digunakan adalah warna yang sesuai dengan keadaan sebenarnya. Warna yang dipakai di dalam video promosi adalah warna primer, sekunder, tersier.

Final Logo

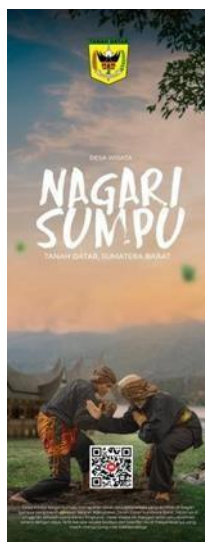


D. Media Utama

Pembuatan media utama dalam perancangan video Promosi Desa Wisata Nagari Sumpu ini melalui beberapa proses rancangan agar hasil yangdicapai tampil lebih menarik dan dapat dinikmati oleh semua kalangan masyarakat. Pembuatan media utama dalam perancangan video Promosi Desa Wisata Nagari Sumpu ini melalui beberapa proses rancangan agar hasil yangdicapai tampil lebih menarik dan dapat dinikmati oleh semua kalangan masyarakat.1.Tahapan Pra Produksi a.Storyline b.Storyboard c.Narasi d.Lokasi2.Tahap Produksi3.Tahap Pasca Produksi4.Final Media Utama.



E. Media Pendukung





KESIMPULAN

Tanah Datar memiliki desa yang masih asri. Objek Wisata di Desa Wisata Nagari Sumpu merupakan tempat untuk liburan dan refreking bagi wisatawan. Desa wisata tersebut perlu mendapatkan perhatian yang serius. Penerapan media audio visual yang dirancang penulis menggunakan proses perancangan agar tercipta dengan baik seperti menggunakan icon, logo, backsound, storyline, dan storyboard yang menggambarkan sebuah cerita untuk promosi Desa Wisata Nagari Sumpu. Dari perancangan Video Promosi Desa Wisata Nagari Sumpu, telah di dapat banyak pengalaman dan pengetahuan baru yang diperoleh, diantaranya ada bagaimana cara untuk menghasilkan sebuah video promosi yang dapat menarik para target audiens agar menjadikan Desa Wisata Nagari Sumpu sebagai pilihan utamadestinas i wisatawan luar daerah Tanah Datar. Media pendukung juga berperan dalam mendukung media utama agar tujuan yang diberikan kepada target audiens tersampaikan dengan demikian perancangan video promosi dan media pendukungnya bisa menjangkau audiensnya.

UCAPAN TERIMA KASIH

Saya ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah berkontribusi dalam penyelesaian jurnal ini. Terima kasih kepada dosen dan pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan arahan yang sangat berarti. Saya juga mengucapkan terima kasih kepada rekan-rekan yang telah memberikan dukungan dan masukan selama proses penelitian ini. Tanpa bantuan dan kerja sama kalian, jurnal ini tidak akan terwujud.

Akhir kata, terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan inspirasi dan motivasi dalam perjalanan akademik ini.

BIBLIOGRAFI

- Apri Kartikasari HS dan Suprpto, Edi. (2018). *Kajian Kesusastraan (Sebuah Pengantar)*. Magetan: CV. AE Media Grafika.
- Andhita, Pundra Rengga. (2021), *Komunikasi Visual*, Jawa Tengah: Zahira MediaPublisher
- Fitriah Maria. 2018. *Komunikasi Pemasaran Melalui Desain Visual*. Yogyakarta:Deepublish.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong.(2019). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi13.
- Nurdin Hidayah. 2019. *Pemasaran Destinasi Pariwisata*.Bandung: Alfabeta
- Setiawan, A. (2016). Pencapaian Sense of Design dalam Perancangan Desain Komunikasi Visual. *ANDHARUPA: Jurnal Desain Komunikasi Visual & Multimedia*, 2(02),207–217.
- Putra, R. W. (2021). *Pengantar desain komunikasi visual dalam penerapan*. Penerbit Andi.
- Tzioras, N. (2018). The Role of Environmental Management in Tourism Marketing Development as a Means of Destination Promotion. *Expert Journal of Marketing*, 6(2), 65–73.