

## Promosi Objek Wisata di Kecamatan X Koto Singkarak Sumatera Barat

**Muhammad Alfansha Agyuri**

Program Studi Desain Komunikasi Visual, Universitas Negeri Padang

**San Ahdi**

Program Studi Desain Komunikasi Visual, Universitas Negeri Padang

Alamat: Jl. Prof. Dr. Hamka, Air Tawar Padang, Padang, Sumatera Barat

Korespondensi penulis: [muhamadalfansha@gmail.com](mailto:muhamadalfansha@gmail.com)

**Abstract.** *One of the sub-districts in West Sumatra that has tourism potential is X Koto Singkarak. However, due to the lack of promotion, especially in the tourism sector, there are still many people who do not know about the existence of tourism in X Koto Singkarak District. These factors cause the need to produce media in order to promote tourism in X Koto Singkarak District. The best type of media to promote tourism is video. The design of this promotional video will highlight the artificial and natural tourism in the sub-district. This video was published on a number of social media platforms, such as Instagram, Tiktok, and YouTube.*

**Keywords:** *X Koto Singkarak, Video Promotion, tour*

**Abstrak.** Salah satu kecamatan di Sumatera Barat yang memiliki potensi wisata adalah X Koto Singkarak. Namun karena masih kurangnya promosi khususnya di bidang pariwisata, masih banyak masyarakat yang belum mengetahui keberadaan pariwisata di Kecamatan X Koto Singkarak. Faktor-faktor tersebut menyebabkan perlunya memproduksi media dalam rangka mempromosikan pariwisata di Kecamatan X Koto Singkarak. Jenis media terbaik untuk mempromosikan pariwisata adalah video. Perancangan video promosi ini akan menonjolkan wisata buatan dan alam yang ada di kecamatan tersebut. Video ini dipublikasikan pada sejumlah platform media sosial, seperti *Instagram, Tiktok, dan YouTube*.

**Kata kunci:** X Koto Singkarak, Video Promosi, Wisata

### LATAR BELAKANG

Oleh karena perbedaan lingkungan alam yang terdapat di setiap daerah di Indonesia, masing-masing daerah mempunyai potensi pariwisata yang unik. Pemerintah telah menyesuaikan dengan potensi pariwisata di wilayah tersebut. Salah satu provinsi yang menjadikan pariwisata sebagai sektor unggulan adalah Sumatera Barat. Dengan budayanya yang khas dan alam sekitar yang mempesona, Sumatera Barat mempunyai banyak sekali wisata yang berpotensi.

Kecamatan X Koto Singkarak merupakan salah satu kecamatan di Kabupaten Solok, Sumatera Barat, Indonesia. Kecamatan ini terletak di dekat tepian Danau Singkarak. Wilayah Kecamatan ini berbatasan langsung dengan Kota Solok dan Kecamatan Kubung, Kabupaten Solok, di sebelah selatan; Kabupaten Tanah Datar dan Kecamatan Junjung Sirih, Solok di bagian utaranya.

X Koto Singkarak termasuk salah satu kecamatan di Sumatera Barat yang memiliki potensi wisata. Namun karena masih kurangnya promosi khususnya di bidang pariwisata, masih banyak masyarakat yang belum mengetahui keberadaan pariwisata di Kecamatan X Koto Singkarak. Upaya promosi sejumlah destinasi wisata masih mengandalkan dokumentasi wisatawan.

Berdasarkan pertimbangan tersebut, dipandang penting memproduksi media dalam rangka mempromosikan wisata di Kecamatan X Koto Singkarak. Tujuannya untuk memberikan gambaran interaktif kepada calon wisatawan mengenai wisata alam maupun buatan yang ada di Kecamatan X Koto Singkarak. Promosi pariwisata adalah upaya untuk meningkatkan penjualan dan mencakup semua kegiatan yang direncanakan, termasuk distribusi informasi. Oleh karena itu, promosi merupakan komponen penting dalam rencana pemasaran pariwisata yang direncanakan (Gromang dkk, 2003).

Media cetak, visual, audio, dan audio visual merupakan beberapa format dari media informasi. Semakin banyak orang sekarang menyukai menonton video di platform media sosial seperti *YouTube*. Mengingat konteks di atas, video merupakan media informasi yang cocok. Menurut Kustandi, dkk (2013) video dapat digunakan untuk menyampaikan informasi, memperjelas prosedur, memperjelas ide-ide sulit, memberikan keterampilan, mempercepat atau memperlambat waktu, dan mengubah sikap masyarakat. Dalam upaya mendongkrak pariwisata di Kecamatan X Koto Singkarak, video ini dimaksudkan sebagai sumber informasi utama tentang sejumlah destinasi wisata yang berpotensi.

Informasi destinasi wisata di Kecamatan X Koto Singkarak akan dimasukkan dalam perancangan video. Sinematografi dalam video ini memerlukan pertimbangan matang dalam desainnya. Sebelum mulai mendesain, ada beberapa hal yang harus diketahui tentang sinematografi untuk membuat video yang menarik.

## **KAJIAN TEORITIS**

### **Kecamatan X Koto Singkarak**

Kecamatan X Koto Singkarak adalah bagian dari Indonesia. Kecamatan X Koto Singkarak berada di pedalaman Sumatera Barat, yang merupakan salah satu provinsi Pulau Sumatera dan bagian dari Indonesia di Asia Tenggara. Lokasinya tidak berada di pesisir pantai.

## Promosi

Promosi adalah upaya untuk memberi tahu atau menawarkan produk atau jasa dengan tujuan menarik *target audience* untuk membuat mereka membeli atau memanfaatkannya. Menurut Sanyato (dalam Kurnia 2019) komunikasi persuasif dan informatif merupakan salah satu bentuk promosi dalam bauran pemasaran. Tujuan promosi adalah untuk menyajikan sesuatu yang baru kepada *target audience*.

## Audio Visual

Representasi visual dari kata tersebut dapat merujuk pada sesuatu yang dilihat, dan representasi audio dari kata yang diserap beserta maknanya adalah bunyi atau hasil bunyi. Salah satu alat komunikasi modern yang paling efektif adalah media audio visual yang memadukan suara dan gambar bergerak untuk menampilkan bentuk suatu benda secara realistis dan membantu khalayak memahami pesan yang disampaikan.

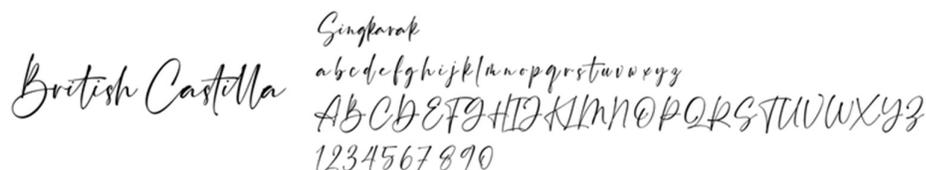
## METODE PERANCANGAN

Metode 4D yang diciptakan pada tahun 1947 oleh S. Thiagarajan, Dorothy S. Semmel, dan Melvyn I. Semmel merupakan metode perancangan yang digunakan. Digunakan dalam empat tahap, pendekatan 4D terdiri dari Define (Pendefinisian), Design (Perancangan), Development (Pengembangan), dan Disseminate (Penyebaran).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

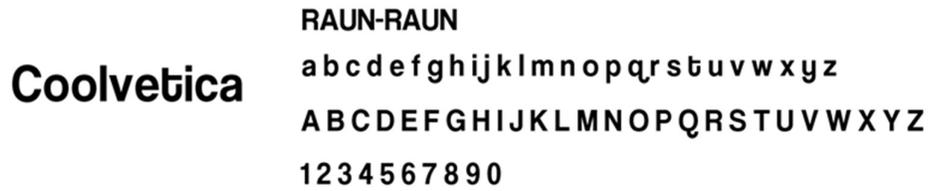
*Headline* perancangan ini yaitu raun – raun Singkarak yang dalam bahasa *Minang* berarti jalan-jalan ke Singkarak.

Font yang digunakan pada *headline* ada 2 yaitu font *British Castilla* yang memberi kesan natural, lalu pada font *Coolvetica* sendiri memberikan kesan fleksibel pada judul.



**Gambar 1.** Font *British Castilla*

Sumber : Dokumen Pribadi Muhammad Alfansha Agyuri (2023)



Gambar 2. Font *Coolvetica*

Sumber : Dokumen Pribadi Muhammad Alfansha Agyuri (2023)



Gambar 3. Font *Poppins*

Sumber: Dokumen Pribadi Muhammad Alfansha Agyuri (2023)

Pengambilan warna untuk identitas dan desain media pendukung mengambil dari warna alam perphohonan dan warna danau.

Tabel 1. Warna

Warna	CMYK	RGB	HEX
	25, 0, 29, 70	58, 77, 55	#3a4d37
	45, 24, 0, 15	118, 164, 216	#76a4d8

Sumber: Dokumentasi Muhammad Alfansha Agyuri (2023)

### Media Utama

Adapun spesifikasi karya:

Media Utama : Video

Resolusi Video : 3840 x 2160 pixel

Durasi Video : 8 Menit 2 detik

## Tahap Pra Produksi

Pada pra produksi perancang melakukan observasi lokasi yang akan dijadikan tempat untuk pengambilan video serta menghubungi pihak yang terlibat dalam proses produksi video.

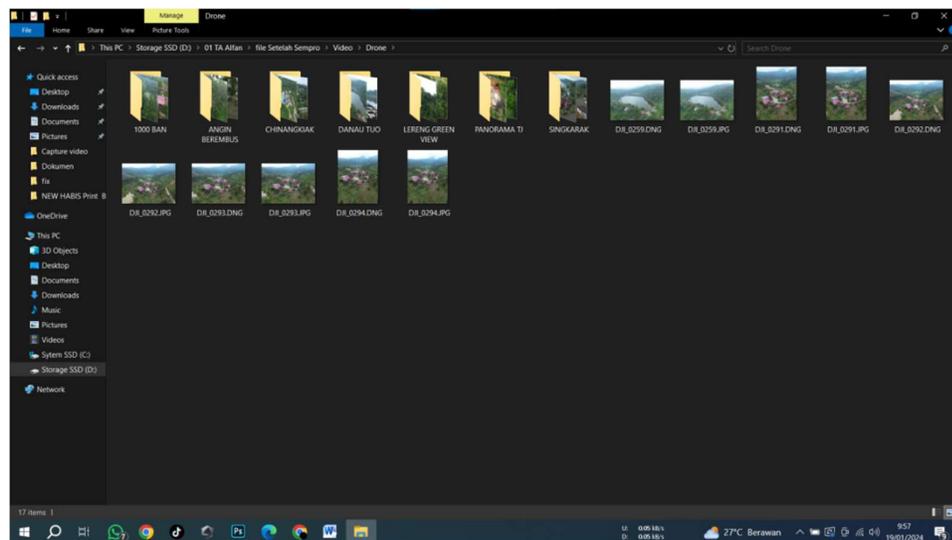
## Tahap Produksi

Pembentukan tim untuk memproduksi video promosi Kecamatan X Koto Singkarak dan dilaksanakan sesuai dengan jangka waktu yang telah ditentukan. Proses pengambilan video dilakukan pada lokasi yang telah diobservasi. Gambaran *footage* yang diambil sesuai dengan rancangan *storyline* dan *storyboard* yang telah dibuat. Setelah itu dilakukan perekaman suara narasi pada video.

## Tahap Pasca Produksi

Setelah pengambilan *footage* dilakukan pada lokasi wisata yang dituju, maka selanjutnya masuk ke tahap pengeditan.

### 1. Folder Management



**Gambar 4.** Pengelompokan *Footage*

Sumber : Dokumen Pribadi Muhammad Alfansha Agyuri (2023)

Cara yang dilakukan adalah dengan mengelompokkan semua file video yang telah diambil berdasarkan nama lokasi pengambilan video.

### 2. Editing Video

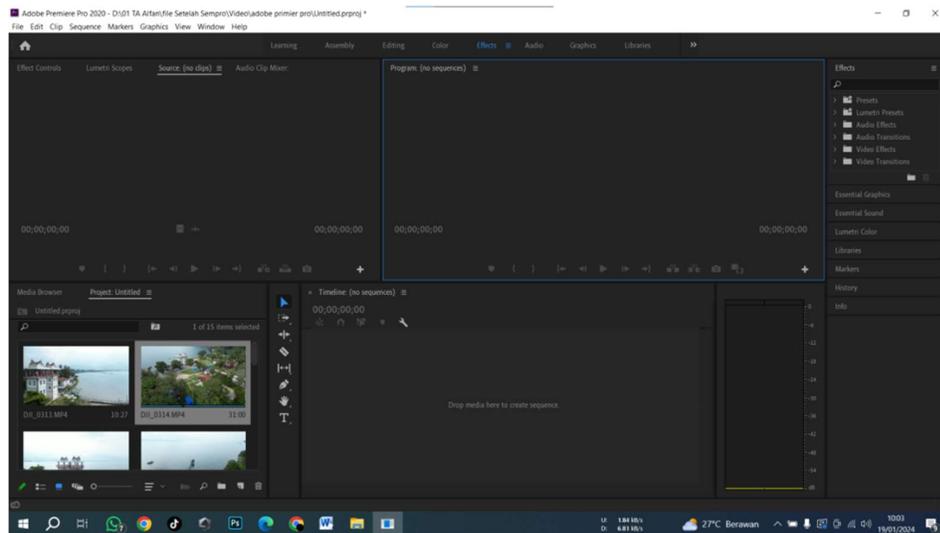
Menggunakan *Adobe Premiere CC Pro 2020* untuk melakukan pengeditan video.



Gambar 5. Masuk ke *Adobe Premiere Pro 2020*

Sumber : Dokumen Pribadi Muhammad Alfansha Agyuri (2023)

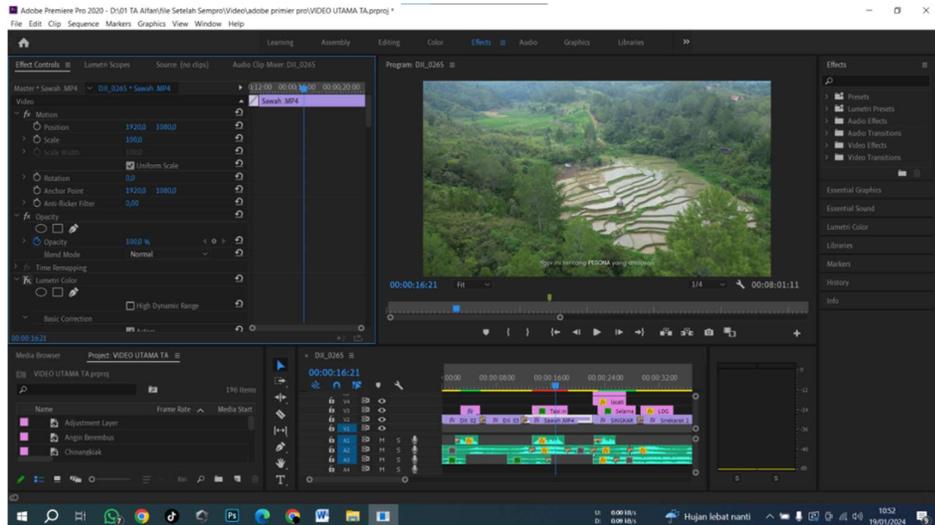
Video-video tersebut dikelompokkan dan kemudian diimpor ke program *Adobe Premiere Pro 2020*. *Storyboard* yang dikembangkan sebelumnya berfungsi sebagai dasar untuk mengedit materi video.



Gambar 6. Proses *import* footage ke *Adobe Premiere Pro 2020*

Sumber : Dokumen Pribadi Muhammad Alfansha Agyuri (2023)

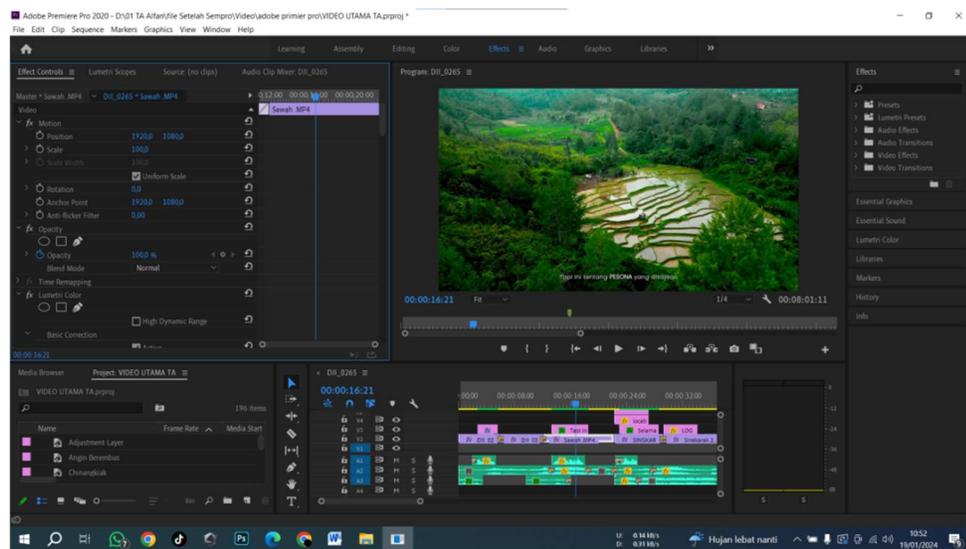
Selanjutnya masuk ke proses *mixing* suara dan *footage* setelah mengimpor video ke *Adobe Premiere Pro 2020*.



Gambar 7. Proses penggabungan footage di Adobe Premiere Pro 2020

Sumber : Dokumen Pribadi Muhammad Alfansha Agyuri (2023)

Agar memanjakan mata penonton, video promosi wisata di Kecamatan X Koto Singkarak ini akan dibuat dengan visual yang indah. Untuk lebih meningkatkan keindahan video, *color grading* disesuaikan dengan tema alami ditambahkan.



Gambar 8. Proses color grading Video di Adobe Premiere Pro 2020

Sumber : Dokumen Pribadi Muhammad Alfansha Agyuri (2023)

### 3. Import Backsound

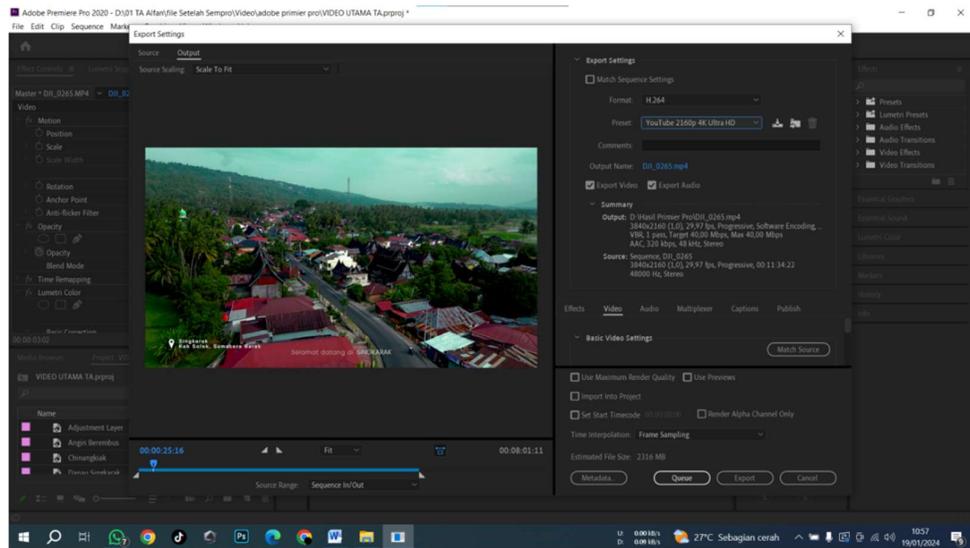
Audio *mixing* yang di edit secara menyeluruh merupakan *backsound* yang digunakan dari awal hingga akhir video.



Gambar 9. *Import Backsound* ke dalam Video

Sumber : Dokumen Pribadi Muhammad Alfansha Agyuri (2023)

#### 4. *Export Video*



Gambar 10. *Export Video* mp4

Sumber : Dokumen Pribadi Muhammad Alfansha Agyuri (2023)

Video dirender dan diekspor dalam format mp4 dengan resolusi  $3840 \times 2160$ p setelah proses pengeditan selesai.

#### 5. Publikasi

Setelah selesai, video akan dipublikasikan melalui platform *YouTube*.

### KESIMPULAN

Berdasarkan pada hasil perancangan promosi objek wisata di Kecamatan X Koto Singkarak. Untuk menghasilkan video promosi destinasi wisata di Kecamatan X Koto Singkarak yang efektif dan efisien, terlebih dahulu harus dikumpulkan datanya. Oleh karena itu, untuk memperoleh informasi yang lebih tepat, desainer harus melakukan observasi, wawancara, dan kunjungan langsung ke tempat wisata.

Tujuan dari perancangan video promosi lokasi wisata Kecamatan X Koto Singkarak adalah untuk meningkatkan *awareness* terhadap objek wisata tersebut. Media utama perancangan ini adalah video promosi. Diharapkan target audiens bisa melihat gambaran dari sekian banyak lokasi di Kecamatan X Koto Singkarak berkat video promosi yang dibuat.

## REFERENSI

- Gromang, dkk. (2003). *Manajemen Kepariwisata di Indonesia*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Kurnia, Lim. (2019). *Perancangan Video Promosi Objek Wisata Kolam Ikan Sakti Sungai Jariah di Kabupaten Agam. Tugas Akhir Tidak Diterbitkan*. Padang: FBS UNP.
- Kustandi, Cecep., dan Sutjipto, Bambang. (2013). *Media Pembelajaran: Manual dan Digital*. Bogor: Ghalia Indonesia.