

## VIDEO PROMOSI PANTAI NIRWANA KOTA BAUBAU

**La Ode Rizaldin Keton Saputra, Sukarman Bachtiar, Dian Cahyadi**

Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni dan Desain UNM

laoderizaldinketonsaputra@gmail.com

sukarmanb@unm.ac.id

dian.cahyadi@unm.ac.id

### **Abstrak**

Perancangan ini bertujuan untuk membuat media promosi dalam bentuk video untuk Pantai Nirwana yang berada di Kota Baubau. Kumpulan data dalam perancangan diperoleh melalui studi pustaka, observasi, dokumentasi, maupun wawancara kepada Dinas Pariwisata Kota Baubau. Konsep desain yang diusung dalam perancangan kali ini adalah "Eksplorasi". Eksplorasi atau biasa disebut Menjelajahi atau Pencarian merupakan suatu kegiatan melakukan penjelajahan dengan tujuan menemukan sesuatu, misalnya suatu tempat yang tak di kenal atau belum pernah di kunjungi. Salah satu kejutan yang ditemukan saat melakukan eksplorasi alam ialah menemukan pemandangan yang eksotis. Hal yang dipikirkan ketika mendengar kata eksotis adalah sesuatu yang cantik dan indah, tapi sebenarnya arti eksotis ialah sesuatu yang mempunyai daya tarik khas karena belum banyak dikenal atau diketahui secara umum dan jarang didapatkan orang dalam kehidupan sehari-hari. Kata eksotis memang sering dikaitkan dengan tempat wisata dengan pemandangan yang menarik dan unik. Biasanya pemandangan eksotis didapatkan melalui eksplorasi wisata ke daerah tertentu. Pantai Nirwana memiliki keindahan panorama yang dapat menghipnotis siapa saja yang berada disana, sehingga selalu ada *spot* menarik untuk difoto. Gradasi warna putih, hijau kebiruan dan biru merupakan warna umum pada sebuah pantai, namun di Pantai Nirwana gradasi warna ini benar-benar berbeda, terlihat menarik dan unik, sangat jarang ditemukan ditempat lain.

**Kata kunci:** Video, Media Promosi, Pantai Nirwana, Kota Baubau.

### **Abstract**

*This design aims to make a promotional media in the form of video for Nirwana Beach in the City of Baubau. Collection of data in the design obtained through literature study, observation, documentation, and interviews with the City of Baubau Tourism Office. The design concept carried in the design this time is "Exploration". Exploration or commonly called Exploring or Searching is an activity to explore with the aim of finding something, for example a place that is not known or has never been visited. One of the surprises found when exploring nature is finding exotic scenery. The thing to think about when you hear the word exotic is something beautiful and beautiful, but actually the meaning of exotic is something that has a special attraction because it is not yet widely known or known in general and rarely found in everyday life. The word exotic is often associated with tourist attractions with interesting and unique scenery. Usually the exotic scenery is obtained through tourism exploration to certain areas. Nirvana Beach has a panoramic beauty that can hypnotize anyone who is there, so there is always an interesting spot to be photographed. Gradations of white, bluish green and blue are common colors on a beach, but in Nirwana Beach these color gradations are completely different, look interesting and unique, very rarely found elsewhere.*

**Keywords:** Video, Promotion Media, Nirwana Beach, Baubau City.

## 1. PENDAHULUAN

Sulawesi Tenggara merupakan salah satu provinsi di Indonesia dengan ibu Kota Kendari. Sulawesi Tenggara sendiri kaya akan keindahan pulau-pulainya, sebut saja Pulau Wakatobi yang sudah terkenal lebih dulu, Pulau Labengki, Pulau Bokori, Pulau Hari, dan Pulau Buton. Sulawesi Tenggara juga kaya akan wisata, antara lain Wisata Alam, Wisata Bahari, Wisata Sejarah, Wisata Budaya, dan Wisata Kuliner. Dari sekian banyak obyek wisata di Sulawesi Tenggara, salah satu yang sangat terkenal yaitu Wisata Sejarah Benteng Keraton Buton di Kota Baubau.

Baubau adalah sebuah Kota di Pulau Buton, Sulawesi Tenggara. Kota Baubau memiliki keunggulan tersendiri dalam wisata baharinya. Salah satunya adalah Pantai Nirwana.

Nirwana, kata yang berasal dari bahasa Melayu ini berarti surga. Pantai yang terletak di Kelurahan Sula kota Baubau ini menawarkan keindahan panorama tanpa cacat yang mirip dengan Pantai Kuta di Bali. Di pantai ini, wisatawan dapat menikmati pemandangan yang membuat mata tak ingin terpejam. Pantai Nirwana, merupakan pantai dengan pasir putih yang sangat kontras dengan air laut yang biru jernih. Ombak di pantai ini sangat tenang, hampir tak ada karang. Sehingga wisatawan bisa dengan bebas bermain air, berjemur, atau membakar ikan dan jagung di depan saung yang bisa disewa disini.

Akses menuju ke pantai ini cukup mudah. Dapat ditempuh dengan menggunakan kendaraan darat baik itu kendaraan pribadi maupun angkutan umum. Jarak tempuh pantai Nirwana dari pusat kota cukup dekat, kurang lebih sembilan kilometer dengan waktu tempuh sekitar 15 menit dari pusat Kota Baubau atau hanya sekitar 5-10 menit dari Bandara.

Di pantai ini tersedia jasa penyewaan ban untuk berenang maupun jasa penyewaan perlengkapan selam yang lengkap. Pengunjung juga bisa menggunakan fasilitas Gode-gode yakni sejenis gubuk yang dapat digunakan untuk beristirahat dan melepas penat. Beberapa warung makan dan restoran juga bisa

ditemukan di sekitar kawasan pantai, begitu juga dengan tempat penginapan. Ada banyak penginapan yang tersedia di sekitar kawasan ini dengan harga yang beragam.

Selain menikmati pemandangan di permukaan laut, di Pantai Nirwana bisa juga dinikmati pemandangan bawah lautnya. Dengan diving, bisa terlihat pemandangan terumbu karang yang indah. Di sekitar Pantai Nirwana ada tempat pembudidayaan rumput laut yang dikelola oleh nelayan setempat, dan juga ada pemandangan pulau kecil yang mengapung di atas laut yaitu pulau Kadatua dan pulau Siompu. Tak jauh dari lokasi Pantai Nirwana juga terdapat sebuah Gua dengan pemandian air payau memanjang sekitar 50 meter, masyarakat menyebutnya Gua Moko. Untuk dapat menikmati keindahan pantai yang memang sangat cocok dinamakan Pantai Nirwana ini, pengunjung cukup membayar uang masuk sebesar 3000 rupiah/kendaraan. Biaya tersebut terpisah dari biaya penyewaan ban, gode-gode, maupun peralatan menyelam.

Bagi warga kota Baubau, Pantai Nirwana tidak hanya sebatas lokasi rekreasi saja. Ada beberapa warga yang memanfaatkan Pantai Nirwana sebagai kegiatan terapi untuk mengobati beberapa jenis penyakit seperti asma dan gangguan pernapasan. Ini hanya dilakukan dengan cara berendam dalam kesegaran air laut pantai. Meski belum banyak yang mengetahui kebenaran teori tersebut, bagi yang sudah mencobanya mereka percaya bahwa hal tersebut memang berkhasiat. Berdasarkan wawancara yang dilakukan oleh Ahmad Akbar Fua dari Liputan6 pada 05 Mei 2018 kepada salah satu pengunjung, penyakit asma dan gangguan pernapasan obatnya ada di Pantai Nirwana. Hanya dengan mandi beberapa kali, air laut dipercaya bisa mengurangi bahkan menyembuhkan sakit asma dan sejumlah penyakit lainnya. "Kita sudah pernah rasakan khasiatnya, yang belum tahu karena memang belum mencoba," ujar Akmal, salah satu pengunjung.

Dilansir dari situs Sultrakini, kunjungan Pantai Nirwana dalam sehari yang diperkirakan oleh pengelola mencapai 200

hingga 300 orang wisatawan. Melihat jumlah wisatawan tersebut, dapat disimpulkan bahwa pengembangan potensi wisata bahari Kota Baubau masih dibidang belum maksimal terpublikasi dan dibenahi sebagaimana idealnya suatu pariwisata. Padahal wisata Pantai Nirwana sangat berpotensi menjadi destinasi di Kota Baubau tak kalah menarik dan bagus dengan wisata bahari yang ada di daerah lain di Indonesia.

Berdasarkan wawancara yang dilakukan pada Dinas Pariwisata Kota Baubau, Bapak Mugris Nugraha, SE yang menangani bidang pengembangan destinasi pariwisata mengatakan bahwa:

“Kami memang dari pariwisata terbatas untuk promosi-promosi hal seperti itu, apalagi memiliki equipment yang canggih. Karena kami memang kekurangan tenaga ahli untuk membuat hal-hal seperti ini. Dengan datangnya adik yang menawarkan media promosi dan hasilnya bakal dikasih ke pariwisata otomatis kami mempunyai akses yang bebas untuk memasarkannya, tentunya kami sangat setuju dan kami akan bantu.”

Dari hasil wawancara tersebut penulis menyimpulkan peran dinas pariwisata disini

## 2. METODE

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Metode kualitatif dilakukan dengan melakukan wawancara ke Dinas Pariwisata Kota Baubau serta melakukan observasi dan dokumentasi di Pantai Nirwana.

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 3.1 Target Audiens

Ditujukan kepada siapa saja (pria dan wanita) mulai dari usia 18 – 49 tahun (usia produktif) memiliki hobi *traveling* mendatangi tempat baru yang belum pernah ia kunjungi, menyukai keindahan dan ketenangan, serta senang berbagi foto dan video momen liburan di sosial media. Media promosi ini akan disebar di kota-kota besar

hanya sebagai fasilitator atau hanya sebagai penggerak masyarakat dan tidak semua promosi itu dapat di cover oleh dinas pariwisata karena keterbatasan alat dan tenaga ahli.

Menurut Indriyo Gitosudarmo (2008: 285) promosi adalah “kegiatan yang ditujukan untuk mempengaruhi konsumen agar mereka dapat menjadi kenal akan produk yang ditawarkan oleh perusahaan kepada mereka dan kemudian mereka menjadi senang lalu membeli produk tersebut”.

Dengan adanya promosi yang baik, maka kelebihan-kelebihan yang ada pada Pantai Nirwana di Kota Baubau akan dapat tersampaikan kepada target audience. Semakin banyak orang yang tahu mengenai keberadaan Pantai Nirwana, maka semakin banyak orang yang ingin berwisata di Kota Baubau. Hal ini tentunya dapat memberikan dampak positif bagi penduduk sekitar kawasan Pantai Nirwana. Dengan banyak wisatawan yang berkunjung di Pantai Nirwana, otomatis pendapatan daerah setempat dapat meningkat sehingga menjadi alat canggih dalam membangkitkan ekonomi kreatif Kota Baubau yang dapat mengurangi pengangguran dan kemiskinan.

yang ada di Indonesia serta mencakup promosi ke mancanegara agar wisata Pantai Nirwana jauh lebih luas dikenal oleh banyak orang.

### 3.2 Konsep Desain

Konsep desain adalah ide di balik sebuah desain. Konsep ini akan mendasari logika, pemikiran serta penalaran dalam mendesain. Media promosi pantai Nirwana ini mengusung konsep “**Eksplorasi**”. Eksplorasi menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia berarti penjelajahan lapangan dengan tujuan memperoleh pengetahuan lebih banyak (keadaan), terutama sumber-sumber alam yg terdapat di tempat itu. Jika dibawa ke ranah desain eksplorasi dapat diartikan sebagai pengorganisasian elemen-elemen visual. Eksplorasi, yang juga biasa disebut Menjelajahi atau Pencarian merupakan suatu

kegiatan melakukan penjelajahan dengan tujuan menemukan sesuatu, misalnya suatu tempat yang tak di kenal atau belum pernah di kunjungi. Istilah ini menggambarkan masuknya suatu budaya atau masyarakat untuk pertama kalinya ke dalam lingkungan geografis atau budaya dari masyarakat lainnya.

Mengunjungi tempat yang itu-itu saja akan terasa sangat biasa karena apa yang dilihat sudah familiar, berbeda ketika melakukan eksplorasi di lingkungan baru yang belum terjamah, rasa penasaran meningkat, memberikan pengalaman menarik dan menemukan kejutan yang tidak disangka-sangka. Salah satu kejutan yang ditemukan saat melakukan eksplorasi alam ialah menemukan pemandangan yang eksotis.

Hal yang dipikirkan ketika mendengar kata eksotis adalah sesuatu yang cantik dan indah, tapi sebenarnya arti eksotis ialah sesuatu yang mempunyai daya tarik khas karena belum banyak dikenal atau diketahui secara umum dan jarang didapatkan orang dalam kehidupan sehari-hari. Kata eksotis memang sering dikaitkan dengan tempat wisata dengan pemandangan yang menarik dan unik. Biasanya pemandangan eksotis didapatkan melalui eksplorasi wisata ke daerah tertentu. Gradasi warna putih, hijau kebiruan dan biru merupakan warna umum pada sebuah pantai, namun di pantai Nirwana gradasi warna ini benar-benar berbeda, terlihat menarik dan unik, sangat jarang ditemukan ditempat lain. Tempat menarik karena keunikannya yang jarang dimiliki oleh tempat lain itulah yang disebut eksotis.

### 3.3 Konsep Visual

Tema yang diusung dalam konsep visual ialah petualangan. Petualangan memiliki hubungan dengan konsep eksplorasi, yaitu menjelajah. Konsep petualangan yang dimaksud yaitu berkeliling, menjelajahi, dan menelusuri, memperlihatkan semua sisi yang ada dipantai dan menemukan tempat yang menarik.

### 3.4 Sumber Inspirasi

Sesuai konsep desain, sumber inspirasi terkait dengan eksplorasi. Eksplorasi dilakukan dengan menjelajahi dan memperlihatkan *spot* terbaik yang ada di Pantai Nirwana, dengan menggunakan objek (seorang petualang) sebagai penghubung cerita. Sumber inspirasi juga didapatkan dalam video Jambore Fotografi yang konsepnya menggunakan eksplorasi, ide ceritanya tentang seorang penjelajah sekaligus fotografer dari luar kota datang untuk mengeksplor tempat-tempat menarik dikota yang ia kunjungi. Fotografer tersebut Memulai perjalanannya dari bandara menuju ke pelabuhan mencari *spot* menarik dan mengambil beberapa gambar disana. Kemudian ia melanjutkan perjalanannya dengan menaiki perahu untuk sampai ke pulau mencari *spot* bagus untuk mengambil beberapa gambar, diakhir perjalanan ia mengunjungi pantai dan mengambil beberapa gambar lagi yang ia rasa menarik. Video ini dipilih sebagai sumber inspirasi, karena konsep ceritanya yang menjelajahi lingkungan baru.

### 3.5 Tipografi

Eksplorasi dalam tipografi berarti mencari dan mengkombinasikan beberapa font menjadi satu. Penggunaan tipografi dalam video sebatas penerjemah dan judul, untuk itu pemilihan tipografi lebih mengarah ke fungsi keterbacaannya yang jelas dan menarik perhatian. Adapun tipografi yang akan digunakan dalam video promosi pantai Nirwana menggunakan jenis font Helvetica untuk penerjemah serta Trash Hand untuk judul. Dipilihnya font Helvetica karena memiliki keterbacaan yang jelas mudah dibaca pada berbagai ukuran, bersih, dan modern. Menggambarkan sesuatu yang global, dapat diterima semua golongan sesuai dengan target audiens yang dituju. Font Trash Hand terpilih karena penekanan informasinya yang kuat sebagai penarik perhatian pada judul video.

### 3.6 Warna

Eksplorasi dalam warna berarti mencari keseluruhan warna yang mendominasi kawasan pantai Nirwana. Semua warna yang ditemukan akan dipilih beberapa yang masih dalam satu palet untuk dikombinasikan. Adapun warna yang terpilih yaitu gradasi warna biru kehijauan dan biru. Alasannya warna ini mampu mempresentasikan karakter pantai Nirwana yang memberi kesan bahwa pantai Nirwana adalah tempat yang tenang.



Gambar 3.6.1 Warna yang mendominasi Pantai Nirwana

### 3.7 Media Utama

Media utama dalam perancangan ini adalah sebuah video promosi yang dapat digunakan dinas pariwisata Kota Baubau untuk menjangkau secara luas khalayak atau sasaran yang dituju. Video *cinematic* yang dirancang berdurasi 1 menit 48 detik dengan format file yang dihasilkan menggunakan H.264, memiliki kompresi kualitas gambar tetap baik tapi file yang diperlukan lebih kecil akan disimpan dalam media penyimpanan CD. Video ini dibuat menggunakan Sony A7ii kamera mirrorless bersensor *Full Frame* dengan fitur video *Full HD* yang memiliki kualitas ketajaman gambar serta warna yang sangat baik. Video promosi ini juga didukung oleh *Aerial Footage* (Pengambilan gambar dari udara) menggunakan drone DJI Mavic Air dengan fitur video *Full HD*.



Gambar 3.7.1 Cuplikan video promosi Pantai Nirwana

### 3.8 Media Pendukung

Media pendukung dalam perancangan ini adalah beberapa media cetak yang dapat digunakan Dinas Pariwisata Kota Baubau sebagai promosi pantai Nirwana. Adapun media pendukung yang akan digunakan adalah sebagai berikut:

- **Kalender**

Kalender dapat menjadi media promosi jangka panjang karena penggunaannya yang cukup lama. Jenis kertas yang digunakan *Art Paper* dengan ukuran 15 x 21 cm.



Gambar 3.8.1 Kalender sebagai media pendukung

- **Brosur**

Brosur yang dicetak dalam jumlah banyak untuk dibagikan kepada orang atau target yang dituju saat acara tertentu atau pameran. Jenis kertas yang digunakan kingstruk 210 Gsm dengan ukuran A4 21 x 29.7 cm.



Gambar 3.8.2 Brosur sebagai media pendukung

- **Poster**

Poster berpotensi untuk menarik perhatian pembaca atau orang yang lewat didepannya. Jenis kertas yang digunakan Kingtruk 260 Gsm dengan ukuran bervariasi disesuaikan dengan kebutuhan A3, A2, A1.



Gambar 3.8.3 Poster sebagai media pendukung

- **Banner**

*Banner* yang diletakkan ditempat ramai seperti mall, pameran, atau acara besar lainnya. Media yang digunakan *vinyl* dengan ukuran 160 x 60 cm.



Gambar 3.8.4 Banner sebagai media pendukung

## 4. KESIMPULAN DAN SARAN

### 4.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisa dan penjelasan yang telah diuraikan pada bab-bab sebelumnya dari awal sampai akhir pada "Video Promosi Pantai Nirwana Kota Baubau" penulis dapat menarik kesimpulan sebagai berikut :

- Video pantai Nirwana dengan konsep eksplorasi merupakan media promosi yang efektif dan komunikatif untuk menarik wisatawan Nusantara dan wisatawan Mancanegara.
- Video promosi dianggap efektif karena daya jangkaunya yang luas serta mampu menampilkan realita objek. Video tidak hanya mampu memperlihatkan visual untuk dilihat, namun juga visualisasi bentuk, visualisasi suara, visualisasi gerak, dan visualisasi pengalaman.
- Video dibuat dengan menggunakan Sony A7ii kamera mirrorless bersensor *Full Frame* dengan fitur video *Full HD* yang memiliki kualitas ketajaman gambar serta warna yang sangat baik. Video promosi ini juga didukung oleh *Aerial Footage*, pengambilan gambar dari udara menggunakan drone DJI Mavic Air dengan fitur video *Full HD*.
- Video ini berdurasi 1 menit 48 detik dengan format file yang dihasilkan menggunakan H.264, memiliki kompresi kualitas gambar tetap baik tapi file yang diperlukan lebih kecil.

## 4.2 Saran

Untuk memproduksi sebuah video promosi diperlukan suatu keterampilan sumber daya yang kreatif serta pemahaman software aplikasi. Untuk itu penulis memberikan saran yang dapat dipertimbangkan, sebagai berikut:

- Video promosi yang dihasilkan dirasa masih dapat diperbaiki baik secara kualitas maupun secara kuantitas. Oleh karena itu, disarankan agar melakukan perbaikan pengambilan gambar dengan menggunakan alat pengambil gambar (kamera) yang lebih memadai juga dengan tenaga ahli yang lebih piawai.
- Pengeditan video ini akan menguras kinerja computer, oleh karena itu sebaiknya gunakan standar spesifikasi komputer untuk multimedia khususnya dalam pengeditan dan rendering video. Seperti menggunakan Prosesor dari keluaran Intel karena produk ini dibuat untuk multimedia dan Ram yang bagus serta ukurannya besar minimal 8Gb, sehingga proses editing dan rendering tetap stabil dan lancar.
- Perlunya banyak dukungan untuk menjadikan video promosi lebih efektif, salah satunya dengan menggunakan *talent* (model) yang memiliki jaringan yang luas (terkenal). Hal ini tentu akan memberi nilai tambah pada video promosi dengan menarik lebih banyak audiens.

## 5. Daftar Pustaka

- Said, A. A., (2006). *Dimensi Warna*. Makassar: Badan Penerbit UNM.
- Hasan, Ali. (2009). *Marketing*. Yogyakarta: MedPress.
- Semedhi, Bambang. (2011). *Sinematografi-Videografi*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Arif S. Sadiman, dkk. (2012). *Media Pendidikan, Pengertian, Pengembangan, dan Pemanfaatannya*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Notoatmodjo, S. (2010). *Promosi Kesehatan & Ilmu Perilaku*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Fitriani, Sinta. (2011). *Promosi Kesehatan*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Tjiptono, Fandy. (2002). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Javandalasta, P. (2011). *5 Hari Mahir Bikin Film*. Surabaya: Java Pustaka Group.
- Santosa, Sigit. (2009). *Creative Advertising – Petunjuk Teknis Mempersiapkan Iklan Cetak dan Elektronik Dengan Efisien*. Jakarta: P.T Elex Media Komputindo.
- Gitosudarmo, Indriyo. (2008). *Manajemen Pemasaran, Edisi Pertama*. Yogyakarta: BPFE.
- Adharianti, Titin. (2009). SKRIPSI. *KAJIAN POTENSI SUMBERDAYA PANTAI NIRWANA UNTUK KEGIATAN WISATA PANTAI DI KOTA BAU-BAU, PROVINSI SULAWESI TENGGARA*, 1.
- Ramadhani, S.D. (2013). JURNAL TUGAS AKHIR. *STUDI KINERJA BANGUNAN GROIN TANJUNG BUNGA*, 2-3.
- Goenawan, J.C. (2013). *Perancangan Video Promosi Pulau Bawean Beserta Media Pendukungnya*, 6-8.
- Hanafi, Muhammad. (2015). *Perancangan Promosi Potensi Wisata Alam Kabupaten Lima Puluh Kota Dengan Media Video Traveling*, 8-15.
- Degey, Septinus. (2016). *Perancangan Video Promosi Pariwisata Kab.Nabire Studi Kasus: Dinas Kebudayaan, Pemuda, Olah Raga, dan Pariwisata Nabire*, 16-20.
- Flyer, Poster, Brosur & Katalog, diakses pada Desember 8, 2018 dari <http://percetakan.biz/index.php/i/110-tentang-flyer-leaflet-poster-brosur-dan-katalog>
- Pantai Nirwana, Serpihan Surga Di Tanah Buton, diakses pada Desember 9, 2018 dari <https://www.indonesiakaya.com/jelajah-indonesia/detail/pantai-nirwana-serpihan-surga-di-tanah-buton>

Pantai Nirwana Baubau Dikunjungi 300  
Wisatawan Setiap hari, diakses pada  
Desember 9, 2018 dari  
[https://sultrakini.com/berita/pantai-  
nirwana-baubau-dikunjungi-300-  
wisatawan-setiap-hari](https://sultrakini.com/berita/pantai-nirwana-baubau-dikunjungi-300-wisatawan-setiap-hari)

Pesona Pagi di Pantai Nirwana, Air Laut Tiga  
Warna di Baubau, diakses pada  
Mei 12, 2019 dari  
[https://www.liputan6.com/regional/re  
ad/3503220/pesona-pagi-di-pantai-  
nirwana-air-laut-tiga-warna-di-  
baubau](https://www.liputan6.com/regional/read/3503220/pesona-pagi-di-pantai-nirwana-air-laut-tiga-warna-di-baubau)