

PERANCANGAN MEDIA PROMOSI PARIWISATA KECAMATAN RONGKONG LUWU UTARA

Muh Kalam Iqrar¹, Alimuddin² Saleh Husain

¹²³ Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni dan Desain

Universitas Negeri Makassar

[1muh.kalamiqrar@gmail.com](mailto:muh.kalamiqrar@gmail.com)

[2alimuddin185@gmail.com](mailto:alimuddin185@gmail.com)

[3muh.saleh.husain@unm.ac.id](mailto:muh.saleh.husain@unm.ac.id)

(Received: tgl-bln-thn; Reviewed: tgl-bln-thn; Revised: tgl-bln-thn; Accepted: tgl-bln-thn; Published: tgl-bln-thn)



©2022 - Paratiwi: Jurnal Seni Rupa dan Desain. This article open access licenci by CC BY-NC-4.0 (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>)

Abstract

Perancangan ini bertujuan untuk membuat media promosi dalam bentuk video untuk pariwisata Kecamatan Rongkong. Kumpulan data dalam perancangan diperoleh melalui studi pustaka, observasi, dokumentasi, maupun wawancara kepada Dinas Pariwisata Kabupaten Luwu Utara. Proses perancangan media promosi ini menggunakan jenis penelitian R&D dengan metode 4D yaitu Define (pendefinisian), design (perancangan) develop (pengembangan) dan Dissiminate (penyebaran), penelitian disesuaikan dengan kebutuhan perancangan maka hanya menggunakan Define (pendefinisian) dan Design (perancangan). 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. Hasil dari perancangan ini yaitu video promosi wisata yang memiliki narasi agar penonton dapat mengerti dari maksud video tersebut juga dapat memberikan informasi mengenai destinasi wisata yang ada di Rongkong. Adapun media pendukung dari perencanaan ini yaitu Flashdisk card, Poster, dan Brosur.

Keywords: Video Promosi, Kecamatan Rongkong, Luwu Utara

PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan hal yang paling penting di suatu Negara, pemerintah daerah mengelola objek wisata tersebut agar dapat menarik minat dari wisatawan. Adanya destinasi wisata yang bagus dan indah di suatu daerah, maka pemerintah memiliki pemasukan dari objek wisata tersebut, sebagaimana yang tertuang di dalam Undang Undang (UU) Republik Indonesia No.9 Tahun 1990 bahwa kepariwisataan mempunyai peranan penting untuk memberikan sebuah kesempatan dalam berusaha dan memberikan sebuah lapangan

kerja, mendorong pembangunan, pendapatan nasional demi meningkatkan kesejahteraan serta kemakmuran rakyat, memperkaya kebudayaan dalam rangka mempertahankan jati diri dan menjaga persahabatan bangsa. Objek wisata yang juga tak kalah indahnya bisa ditemukan di Kecamatan Rongkong, Kabupaten Luwu Utara, Provinsi Sulawesi Selatan. Wisata dengan kekayaan dan keindahan alam yang melimpah menjadikan Rongkong sebagai desa wisata oleh Pemerintah Luwu Utara. Potensi keindahan alam dan budaya yang ada di Rongkong menjadikannya sebagai salah satu destinasi

yang baik untuk liburan akhir pekan. Rongkong merupakan salah satu wilayah kecamatan di bagian barat Ibukota Kabupaten Luwu Utara kurang lebih 64 Km dari Kota Masamba letaknya berada di tengah-tengah jantung Pulau Sulawesi. Kecamatan Rongkong memiliki ketinggian sekitar 800 – 1.600 M dari permukaan laut dengan suhu rata-rata 7 – 17C. Kecamatan Rongkong sendiri memiliki banyak objek wisata yang bisa dikunjungi, seperti Buntu Tabuan, Buntu Parammean, Agro wisata puncak Buntu Lemo, Kampung tenun Rongkong yang terletak di Dusun Salurante dan masih banyak lagi tempat wisata dan budaya yang ada di Rongkong. Adanya sebuah media promosi yang baik dan mudah di mengerti, maka kelebihan dari keindahan yang ada pada Kecamatan Rongkong akan dapat tersampaikan kepada target audiens. Kecamatan Rongkong memiliki potensi untuk menarik wisatawan lebih luas, namun belum teridentifikasi dengan baik. Potensi pemanfaatannya antara lain pemandangan alam yang indah, agrowisata yaitu kita berwisata sambil dapat memetik hasil alam yang ada di tempat wisata tersebut, hingga kampung tenun yang berada di Dusun Salurante yang di mana proses pembuatan Tenun khas Rongkong ini di buat secara tradisional dan alami oleh masyarakat setempat. Semakin banyak masyarakat yang mengenali tentang keberadaan Kecamatan Rongkong, maka akan semakin banyak wisatawan yang ingin berwisata di kecamatan tersebut, hal ini tentunya akan memberikan dampak positif bagi Masyarakat Rongkong baik itu di tengah pandemi ataupun di masa mendatang. Destinasi wisata yang ada di Rongkong masih terbilang masih baru dan belum dipromosikan dengan baik di karenakan Kecamatan Rongkong belum memiliki tenaga ahli dan masih belum memiliki akses jaringan, baik itu jaringan telepon ataupun akses internet untuk menyebar luaskan promosi sosial media yang ada. Melihat dari permasalahan tersebut, muncul sebuah ide tentang bagaimana menyampaikan media informasi dalam mempromosikan potensi pariwisata yang ada pada Kecamatan Rongkong, yang mudah dijangkau melalui “Perancangan Media Promosi Pariwisata Kecamatan Rongkong Luwu Utara”

METODE

Jenis penelitian yang digunakan adalah Research and Development atau penelitian dan pengembangan. Model pengembangan yang digunakan yaitu model 4-D (Four D). Model pengembangan 4D terdiri dari 4 tahap utama yaitu Define (pendefinisian), Design (perancangan), Develop (pengembangan), dan Disseminate (penyebaran). Penelitian disesuaikan dengan kebutuhan perancangan maka Penelitian yang akan di lakukan adalah menggunakan Define dan Design yaitu memulai dengan (1) Define (Pendefinisian) yang berupa identifikasi masalah, pengumpulan data, dan analisis data yang dimana pada tahap ini peneliti mengidentifikasi masalah-masalah dari data yang sudah di kumpulkan kemudian di analisis hingga ke tahap pembuatan konsep perancangan. Kemudian (2) Design (Perancangan) yang berupa perancangan media, revisi dan penyempurnaan, hingga hasil akhir. Peneliti melakukan sebuah perancangan berupa pembuatan narasi hingga tahapan akhir video promosi.

TINJAUAN PUSTAKA

Perancangan

Perancangan berasal dari sebuah kata benda rancang, kemudian mendapat awalan per- dan akhiran-an. perancangan menurut dari kamus besar Bahasa Indonesia adalah sebuah proses pemecahan masalah yang disertai dengan pemikiran kreatif untuk mencapai hasil yang optimal. (Ladjamudin, Al-Bahri Bin, 2005:51) dalam bukunya yang berjudul “Analisis dan Desain sistem informasi”, perancangan adalah kemampuan untuk membuat beberapa alternatif pemecahan masalah.

Media Promosi

Media promosi adalah sebuah alat atau sarana yang digunakan di dalam sebuah pemasaran. Ada berbagai macam media promosi saat ini, baik itu konvensional maupun tidak konvensional. Media yang pada zaman dahulu yaitu dengan mempromosikan dari mulut ke mulut, seiring dengan perkembangan zaman media promosi terus meningkat maju. Adapaun beberapa contoh dari media promosi adalah brosur, leaflet, flyer, poster, billboard, iklan di Koran, televisi, gelas, jam dinding, kartu nama, dan lainnya.

Pariwisata

Pariwisata adalah sebuah fenomena global yang telah menjadi sebuah kebutuhan dasar bagi seluruh umat manusia. Kebutuhan dasar tersebut sepantasnya berwisata adalah menjadi hak untuk seluruh umat manusia. Hal inilah menjadi dasar organisasi internasional seperti PBB, WTO, dan Bank Dunia mengakui bahwa sebuah pariwisata merupakan bagian yang tidak dapat terpisahkan dari kehidupan manusia baik itu menyangkut ekonomi dan sosial.

Rongkong

Rongkong adalah salah satu Kecamatan di Luwu Utara yang berada di dataran tinggi atau 1.600 di atas permukaan laut dan berjarak kurang lebih 64 KM dari Kota Masamba, letaknya berada di jantung Pulau Sulawesi. Terdiri dari tujuh desa, yakni Desa Rinding Allo, Kanadede, Komba, Limbong, Marampa, Minanga, dan Pengkendekan dan 12 Wilayah Adat, yakni wilayah adat Kanan Dede, Komba, Minanga,

HASIL DAN PEMBAHASAN

Konsep Desain

Konsep desain adalah ide di balik sebuah desain. Konsep ini akan mendasari logika, pemikiran serta penalaran dalam mendesain. Maka dari itu konsep dari perancangan ini "Eksplorasi". Eksplorasi menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (dalam website resminya) 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 belum pernah di kunjungi.

Materi Pesan: Pesan yang ingin disampaikan ialah Indonesia memiliki beragam keindahan alam yang indah, salah satunya adalah Kecamatan Rongkong, yang dimana memiliki

keindahan alam dan keunikannya tersendiri.

Taget Audiens: Seluruh Masyarakat Indonesia, Khususnya Masyarakat Sulawesi Selatan, usia 17-45 Tahun.

Visual Branding: 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 pada destinasi wisata di Kecamatan Rongkong.

Strategi Komunikasi: Isi materi komunikasi tentang pengenalan objek wisata, spesifikasi keindahan wisata alam yang ada disana serta keindahan air tenunnya. Materi ini disampaikan melalui media elektronik (video) dan media cetak (brosur, poster, dan banner).

Perancangan Media: Video dipilih sebagai strategi komunikasi karena penyampaian informasi yang diberikan jauh lebih mudah, sangat mudah di mengerti dan dapat langsung di cerna oleh berbagai kalangan karena video adalah sebuah gambar yang bergerak yang berisikan tulisan dan suara yang berkualitas. Selain menggunakan video, pemilihan media pendukung seperti brosur, poster, dan banner digunakan sebagai penunjang media utama dalam memaksimalkan destinasi wisata yang ada pada Kecamatan Rongkong, Alasan memilih media ini karena fungsinya sebagai promosi jangka panjang.

Konsep Kreatif

(1) Sumber Inspirasi, Sesuai konsep desain, sumber inspirasi terkait dengan eksplorasi. Eksplorasi dilakukan dengan menjelajah dan memperhatikan spot wisata yang ada di Kecamatan Rongkong dengan menggunakan model sebagai penghubung cerita. Inspirasi yang didapatkan dalam pembuatan karya ini yaitu media promosi yang dibuat oleh kementerian pariwisata Indonesia berupa audio visual yaitu, video promosi wonderful Indonesia.

(2) Tipografi, 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 pariwisata Kecamatan Rongkong menggunakan jenis Font Montserrat sebagai penerjemah agar mudah di baca oleh audiens dan Microsoft Phagspa sebagai judul agar terlihat tegas dan mudah untuk di baca.

- Microsoft Phagspa
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 1234567890!@#\$%^&*()_+ - = : ; ' ,
 < . > / ?

- Montserrat
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 1234567890!@#\$%^&*()_+ - = : ; ' ,
 < . > / ?

Gambar 1. Font yang digunakan

(3) Warna, warna yang digunakan pada perancangan adalah warna kontras, yang tidak mengganggu warna yang khas dari wisata, yaitu hijau sebagai warna nature/alam yang akan di kombinasikan sehingga menjadi moody green.

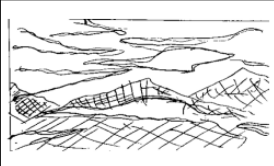








Gambar 2. Pallet warna yang digunakan

Proses Kreatif

Proses kreatif dalam hal ini adalah suatu proses untuk menciptakan ide yang hasilnya berupa storyline dan storyboard yang dituangkan dalam bentuk script/scenario (pra produksi) kemudian melakukan pengambilan gambar (produksi) lalu yang terakhir menyunting gambar (pasca produksi). Proses kreatif juga berguna untuk menyampaikan pesan dan informasi dengan perwujudan visual/gambar sesuai dengan hasil analisa dan sumber inspirasi.

(1) Pra Produksi, Pra produksi merupakan tahap persiapan sebelum memulai proses produksi dengan mempersiapkan segala sesuatu agar proses produksi dapat berjalan sesuai konsep dan harapan. Dalam proses pra produksi hal yang dilakukan yaitu pembuatan naskah hingga sampai ke proses pembuatan story board.

Scene	Storyline
	Pemandangan dari atas udara yang di selimuti kabut
	Proses lagi menenun
	Proses pemintalan benang kain tenun
	Kain tenun yang di pajang dan terkibas oleh angin
	Pemandangan alam kecamatan rongkong
	Pemandangan alam kecamatan rongkong dari sudut lainnya
	Model lagi mengendarai motor kemudian di shoot menggunakan drone yang maju ke depan

Gambar 3. Contoh story board

(2) Produksi, Tahap produksi dimulai dari pengambilan gambar berdasarkan skript atau storyboard yang telah dirancang sebelumnya. Berikut adalah beberapa foto dokumentasi saat proses produksi.



Gambar 4. Proses produksi

- (3) Pasca Produksi, Tahap pasca produksi adalah tahap terakhir, semua bahan mentah produksi dikumpulkan untuk diolah atau diedit. Video editing merupakan proses memilih atau menyunting gambar dari hasil pengambilan gambar dengan cara memotong gambar ke gambar (cut to cut). Adapun tahapan dalam proses pasca produksi yaitu, proses *cutting*, *sound illustration dan dubbing*, *color correction*, *finishing*, dan *Rendering*.

Pembahasan

Deskripsi Hasil Perancangan

(1) Media utama, dalam perancangan ini adalah sebuah video promosi yang dapat digunakan Dinas Pariwisata Kabupaten Luwu Utara untuk menjaring secara luas khalayak atau sasaran yang dituju. Video cinematic yang dirancang berdurasi 2 menit 30 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 A6500 kamera mirrorless bersensor APSC 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 dan Mavic Mini 2 dengan fitur video Full HD. Berikut pembahasan scene utama pada video promosi Pariwisata Kecamatan Rongkong.

(2) Media Pendukung,

Media pendukung dalam perancangan ini

adalah beberapa media cetak yang dapat digunakan Dinas Pariwisata Kabupaten Luwu Utara sebagai promosi Pariwisata Kecamatan Rongkong. Adapun media pendukung yang akan digunakan adalah sebagai berikut:

- (a) 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 5. Poster

- (b) 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 6. Brosur

- (c) Flashdisk kartu adalah sebuah flashdisk yang tampilan desainnya menyerupai sebuah kartu. Jenis kartu yang bisa digunakan untuk sebagai media pengenalan untuk menyimpan video dan media pendukung lainnya.



Gambar 7. Flashdisk

Pembahasan Hasil Perancangan

Agar khalayak atau orang tertarik dengan suatu wisata, maka promosi pariwisata haruslah menggunakan cara yang menarik. Saat ini yang paling populer dan ampuh adalah promosi menggunakan video. Tampilan video selalu menarik, komunikatif, dan informatif. Selain itu konten video cenderung lebih mudah dinikmati orang dan jangkauannya sangat luas. Pengembangan potensi wisata di kecamatan Rongkong masih dibidang belum maksimal terpublikasi dan dibenahi sebagaimana idealnya suatu pariwisata. Langkah yang dilakukan berbagai daerah sebagaimana yang dilakukan oleh Kecamatan Rongkong tidak akan memenuhi sasaran (yaitu upaya meningkatkan pendapatan daerah), apabila tidak di dukung oleh sistem pemasaran yang baik, khususnya dalam hal promosi sehingga dapat mempunyai daya tarik tersendiri bagi khalayak, mengingat pariwisata merupakan suatu industri, hanya saja industri di bidang jasa. Terbatasnya equipment serta kurangnya tenaga ahli menjadi alasan dalam melakukan pembuatan media promosi pariwisata Kecamatan Rongkong. Di sisi lain sebagai masyarakat yang lahir dan besar di Kabupaten Luwu Utara, hal ini dilakukan sebagai salah satu bentuk kontribusi kepada daerah. Jenis perancangan yang digunakan adalah Research and Development atau penelitian dan pengembangan. Model pengembangan yang digunakan yaitu model 4-D (Four D), agar mempermudah dan menyesuaikan dalam proses perancangan, hanya dua metode yang digunakan yaitu (1) Define yaitu pendefinisian, yaitu pada tahap ini berupa proses pengumpulan data dan analisis data kemudian di oleh menjadi sebuah konsep cerita atau berupa narasi dan storyline. Setelah proses

define selesai kemudian masuk ke tahap akhir, (2) Design yaitu Perancangan, pada proses ini terbagi menjadi beberapa tahapan yaitu pra produksi, produksi, dan pasca produksi. Melalui media promosi yang telah dibuat ini, diharapkan dapat menarik minat dan rasa ingin tahu wisatawan untuk berkunjung ke Kecamatan Rongkong, sehingga pendapatan daerah meningkat dan mampu membangkitkan ekonomi kreatif di Kecamatan Rongkong yang dapat mengurangi pengangguran dan kemiskinan.

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan pada hasil perancangan media promosi, bahwa perancangan media promosi yang digunakan pada perancangan ini adalah berbasis Audio visual yaitu Video Promosi. Video juga mempunyai daya tarik tersendiri untuk menjadi media promosi karena data dari UNESCO mengatakan bahwa 0,001 minat baca Indonesia, dari sini bisa menjadi acuan bahwa Audio Visual berbasis video memberikan alternatif untuk pembuatan media promosi. Penulis berharap dengan adanya media promosi ini, bisa membantu dinas pariwisata untuk menjadi bagian dari promosi bagi wisata yang dipilih, seperti puncak parammean, puncak tabuan, kampong tenun salurante dan agro wisata buntu lemo dan juga diharapkan bisa membantu menaikkan jumlah pengunjung.

Proses perancangan media utama (audio visual) dalam perancangan ini masih membutuhkan ide ataupun konsep yang lebih, agar hasil media promosi kedepannya lebih baik lagi agar keindahan alam dan budaya pada Kecamatan Rongkong lebih terlihat menarik dan dapat menarik target audiens lebih banyak lagi. Perlunya dukungan dari pihak pemerintah maupun warga Luwu Utara khususnya Rongkong untuk menyebar luaskan video promosi ini agar dapat di lihat oleh berbagai masyarakat luas, agar dapat menunjang pariwisata yang ada di Rongkong.

DAFTAR PUSTAKA

- Amaliah, N. (2015). Perancangan Media Promosi PT PETRONIKA sebagai upaya pembentukan Citra Perusahaan. *jurnal desain komunikasi visual stikom*, 3.
- Amalina, A. n. (2020). Perancangan Video Promosi Sentra industri Tenun Ikat
- Troso Sebagai Media Penunjang Desa Wisata di Kota Jepara. ITS
- REPOSITORY.
- Ardianto, H. (2016). Perancangan Video Promosi . repository uksw, 21.
- Dinda Sekar Puspitarini, R. N. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif pada Happy Go Lucky House). *jurnal common* .
- Hasugian, P. S. (2018). Perancangan Website Sebagai Media Promosi. *Journal Of Informatic Pelita Nusantara*, 2.
- Izuddin, L. (2021). Promosi Studio Tenun Pinan Kabu. *jurnal desain komunikasi visual unp*
- Joshua Immanuel Tedja, D. T. (2020). Perancangan Film Dokumenter Nilai Makna Dan Fungsi. *jurnal dekave universitas kristen petra*.
- Ladjamudin, Al-Bahra Bin. (2005). *Analysis and Design of Information Systems*. Jakarta.
- Masagena, B. (2020). Kampung tenun berselimut kabut rongkong. Masamba: Dinas Pariwisata dan olahraga Luwu Utara.
- Mulyana, M. (2019). Strategi Promosi dan Komunikasi. INA Rxiv.
- Novian Haris Prasetyo, D. R. (2019). Perancangan Video Promosi wisata alam kota wisata Batu dengan tema "A City to remember". *Stiky repository*.
- Putri, N. H. (2015). Perancangan Identitas Visual Rumah Tenun Indah Karya. *E-Proceeding of Art & Design*.
- Wibowo, L. A. (2008). Usaha jasa pariwisata. *upi.edu*.
- Yogi Halimsaputra, C. G. (2017). Perancangan Video Dokumenter Pulau Liukang Loe. *Jurnal DKV Adiwarna, Universitas Kristen Petra*.
- Yongky Safanayong. (2006). *Desain Komunikasi Visual Terpadu*. Jakarta: Arte Intermedia