

**PERANCANGAN VIDEO PROMOSI
WISATA ALAM KABUPATEN BANDUNG BARAT**

Diajukan untuk memenuhi syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Desain
Di Bidang Desain Komunikasi Visual



Disusun Oleh :
Muhammad Andhika Dwiputera S.
146010050

**FAKULTAS ILMU SENI DAN SASTRA
PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
UNIVERSITAS PASUNDAN**

**Bandung
Juli, 2019**

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini diajukan oleh :

Nama : Muhammad Andhika Dwiputera Syofyan
NRP : 146010050
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Judul Skripsi / Tugas Akhir : Perancangan Video Promosi Wisata Alam
Kabupaten Bandung Barat

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Desain pada Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Ilmu Seni dan Sastra, Universitas Pasundan.

Pembimbing 1 : Henry H. Loupias,. M.Sn _____
Pembimbing 2 : Boy Irwan,. S.Sn _____

DEWAN PENGUJI

1. Erna Nurmalinda,. M.Sn _____
2. Henry H. Loupias,. M.Sn _____
3. Asep Deni,. M.Sn _____
4. Yudi Rudiyanasyah,. S.Sn _____

Ditetapkandi : Bandung

Tanggal : 23 Juli 2019

ABSTRAK
PERANCANGAN VIDEO PROMOSI
WISATA ALAM KABUPATEN BANDUNG BARAT

Muhammad Andhika Dwiputera.S

NRP : 146010050

Desain Komunikasi Visual

Kabupaten Bandung Barat adalah salah satu kabupaten yang dikenal dengan ragam destinasi wisatanya, termasuk wisata alam. Kabupaten Bandung Barat berpotensi besar sebagai kota wisata dengan wilayah yang dikelilingi oleh pegunungan dan udara yang masih sejuk. Wilayah Bandung Barat khususnya Kabupaten Bandung Barat masih banyak wisata alam yang belum dikenal oleh masyarakat Bandung sendiri seperti *Curug Tilu Leuwi Opat*, *Wana Wisata Pasir Ipis*, dan Gunung Putri Lembang sedangkan tempat wisata tersebut memiliki potensi besar yang cukup untuk berkembang dari destinasi pariwisata lainnya yang berada di Kabupaten Bandung Barat, maka dari itu perlu adanya aktifitas promosi untuk memperkenalkan/menginformasikan bahwa Kabupaten Bandung Barat sendiri memiliki destinasi wisata alam yang tidak kalah bagus dan menarik dengan destinasi alam yang berada diluar Kabupaten Bandung Barat. Dan untuk memudahkan mendapatkan data pada perancangan promosi ini digunakan metode pendekatan penelitian *Mixed Method* dengan instrumen penelitian observasi, kuesioner, dan wawancara. Membuat perancangan aktifitas promosi ini bertujuan untuk meningkatkan minat masyarakat Kota Bandung khususnya remaja agar berwisata ke ketiga tempat yang telah di angkat untuk aktifitas promosi ini, dan turut melestarikan wisata alam tersebut. Sehingga dari ketiga destinasi wisata alam tersebut bisa menjadi pilihan atau referensi untuk berlibur dan menenangkan pikiran dari kesibukan sehari hari masyarakat Kota Bandung sendiri.

Kata Kunci : *Promosi, Wisata Alam, Kabupaten Bandung Barat.*

ABSTRACT
PROMOTIONAL VIDEO DESIGN
NATURAL TOURISM OF BANDUNG BARAT DISTRICT

Muhammad Andhika Dwiputera.S

NRP : 146010050

Visual Communication Design

West Bandung Regency is one of the districts known for its various tourist destinations, including natural tourism. West Bandung Regency has great potential as a tourist city with an area surrounded by mountains and still cool air. The West Bandung region in particular West Bandung Regency is still a lot of natural tourism that is not yet known by the people of Bandung themselves such as Tilu Leuwi Opat waterfall, Pasir Ipis Tourism Wana, and Gunung Putri Lembang while the tourist attractions have considerable potential to develop from other tourism destinations located in West Bandung Regency, therefore it is necessary to have promotional activities to introduce / inform that West Bandung Regency itself has natural tourism destinations that are no less good and interesting with natural destinations that are outside of West Bandung Regency. And to make it easier to get data on the design of this promotion used the Mixed Method research method with observational research instruments, questionnaires, and interviews. Making the design of promotional activities aims to increase the interest of the people of Bandung specifically for teenagers to travel to the three places that have been lifted for this promotional activity, and also help preserve the natural tourism. So that from the three natural tourist destinations can be an option or reference for a vacation and calm the mind from the daily activities of the people of Bandung City itself.

Keywords: *Promotion, Nature Tourism, West Bandung Regency.*

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, Atas berkat dan rahmat-Nya, saya dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Penulisan tugas akhir ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Desain Program Studi Desain Komunikasi Visual pada Fakultas Ilmu Seni dan Sastra Universitas Pasundan. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan tugas akhir ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan tugas akhir ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Henry H. Loupias,. Drs. M.Sn selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan penulis dalam penyusunan tugas akhir ini.
2. Bapak Boy Irwan,. S.Sn selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan penulis dalam penyusunan tugas akhir ini.
3. Seluruh jajaran koordinator tugas akhir/dosen DKV UNPAS khususnya yang telah membantu dan ikut membimbing serta memberikan masukan sebagai referensi dan rujukan dalam pengerjaan pengayaan tugas akhir ini.

Bandung, 23 Juli 2019

Penulis

UCAPAN TERIMA KASIH

Saya mengucapkan terimakasih sebesar besar nya kepada orang terdekat dan pihak yang telah membantu saya dalam bentuk tenaga maupun doa agar berjalan dengan lancar selama menyelesaikan tugas akhir ini, dengan ini saya mengucapkan terimakasih sebesar besar nya kepada :

1. Pihak pengurus Gunung Putri, Curug Tilu Leuwi Opat, dan Wana Wisata Pasir Ipis yang telah banyak membantu dalam usaha memperoleh data yang penulis perlukan.
2. Teruntuk keluarga, ayah, umi, teteh, dan ade yang senantiasa memberikan dukungan dan do'a yang terus diberikan kepada penulis, sehingga diberi kelancaran oleh Allah SWT.
3. Untuk ibu tercinta Alm. Lia Amalia yang senantiasa memberikan do'a kepada penulis, sehingga diberi kelancaran oleh Allah SWT.
4. Sahabat tercinta, Selvia Balqis yang selalu memberikan semangat, motivasi dan bantuannya demi kelancaran penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
5. Kepada teman – teman Adam, Ibnu, Aldy, Eka, Regi, Rayhan dan Sigit yang telah memberikan bantuan sedikit maupun banyak kepada penulis untuk menyelesaikan Tugas akhir ini.
6. Dan kepada teman – teman penulis lainnya yang tidak bisa di sebutkan satu persatu atas do'a dan motivasinya kepada penulis.

Akhir kata, penulis berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga apa yang telah dibuat dalam Tugas Akhir ini memiliki nilai serta manfaat kedepannya.

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS
AKHIR UNTUK KEPERLUAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Pasundan, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Muhammad Andhika Dwiputera Syofyan
NPM : 146010050
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Departemen : Universitas Pasundan
Fakultas : Fakultas Ilmu Seni dan Sastra
Jenis Karya : Skripsi/Pengkaryaan

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pasundan **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

.....
Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Pasundan berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan Tugas Akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di :

Pada Tanggal :

Yang menyatakan

(.....)

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT.....	v
KATA PENGANTAR	vi
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	2
1.3 Rumusah Masalah	2
1.4 Batasan Masalah	2
1.5 Maksud dan Tujuan Penelitian	2
1.5.1 Maksud Penelitan	2
1.5.2 Tujuan Penelitian	3
1.6 Metode Penelitian	3
1.7 Struktur Berfikir.....	4
1.8 Sistematika Penulisan.....	5

BAB II LANDASAN TEORI

2.1 Teori Utama	6
2.1.1 Desain Komunikasi Visual	6
2.1.2 Desain Grafis	6
2.1.3 Promosi	6
2.1.3.1 Pengertian Promosi	7
2.1.3.2 Fungsi dan Tujuan Promosi	7
2.1.4 Audio Visual	9

2.1.4.1 Jenis-jenis Audio Visual	9
2.1.4.2 Ciri-ciri Audio Visual	10
2.1.4.3 Fungsi Audio Visual	10
2.1.4.4 Manfaat Audio Visual	11
2.1.5 Video	12
2.1.5.1 Editing	12
2.1.5.2 Transisi	12
2.1.6 Color Grading	15
2.1.7 Ukuran Gambar	16
2.1.8 Tipografi	20
2.2 Teori Pendukung	21
2.2.1 Pariwisata.....	21
2.2.2 Wisata Alam	24

BAB III ANALISIS DATA

3.1 Data Permasalahan	26
3.1.1 Fenomena	26
3.1.2 Isu	26
3.1.3 Opini	26
3.2 Analisa SWOT.....	27
3.3 Analisa 4P.....	29
3.4 Sumber Data.....	32
3.5 Data Target	34
3.5.1 Analisis Target.....	34
3.5.2 Consumer Journey	35
3.5.3 Refrensi Visual	36
3.5.4 Refrensi Desain	37
3.5.5 Bagan Preferensi Visual	38
3.5.6 Insight	39
3.5.7 Analisis 5W+2H	39
3.6 What To Say	40

BAB IV PERANCANGAN

4.1 Konsep Komunikasi	41
4.2 Strategi Kreatif.....	41
4.3 Konsep Visual.....	41
4.4 Visualisasi	42
4.5 Strategi Perancangan Media	57
4.6 Jadwal Media dan Estimasi Biaya	59
4.7 Aplikasi Media	60

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	62
5.2 Saran	62

DAFTAR PUSTAKA	63
-----------------------------	-----------

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Contoh Pengambilan Gambar Close Up.....	16
Gambar 2.2 Contoh Pengambilan Gambar Medium Close Up.....	17
Gambar 2.3 Contoh Pengambilan Gambar Medium Shoot.....	17
Gambar 2.4 Contoh Pengambilan Gambar Knee Shoot.....	18
Gambar 2.5 Contoh Pengambilan Gambar Long Shoot.....	18
Gambar 2.6 Contoh Pengambilan Gambar Ekstrem Close Up.....	19
Gambar 2.7 Contoh Pengambilan Gambar Big Close Up.....	19
Gambar 2.8 Contoh Pengambilan Gambar Very Long Shoot.....	19
Gambar 2.9 Contoh Pengambilan Gambar Ekstrem Long Shoot.....	20
Gambar 3.1 Studi Indikator	35
Gambar 3.2 Refrensi Visual	36
Gambar 3.3 Refrensi Desain	37
Gambar 3.4 Bagan Preferensi Visual.....	38
Gambar 4.1 Hasil Footage	43
Gambar 4.2 Storyboard	56
Gambar 4.3 Jenis Huruf	57
Gambar 4.3 Iklan Instagram Ads	60
Gambar 4.4 Iklan Instagram Ads	60

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Storyline	49
Tabel 4.2. Jadwal Media	59
Tabel 4.3 Estimasi Biaya	59