

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

3.1 Analisis

3.1.1 Identifikasi Masalah Empathize

Setelah melakukan proses *empathize* yang dimana melakukan proses penggalian data. Dalam proses tahapan *empathize*, dilakukan dengan kegiatan wawancara dan penggalian data dari internet. Wawancara dilakukan di destinasi wisata Coban Kecamatan Jabung dengan pengunjung, pengelola, dan tetua di kawasan tempat wisata. Adapun pertanyaan wawancara meliputi:

Tabel 3.1 Wawancara

No	Pertanyaan	Jawab
1	Dari mana mengetahui tempat objek?	Dari telinga-telinga, ataupun warga sekitar Jabung
2	Berapa lama jarak tempuh yang untuk menuju lokasi?	Dari kota Malang ke destinasi membutuhkan waktu 30-45 menit
3	Kendala apa saja yang dilalui saat menuju destinasi?	Medan yang bisa dibilang sempit, dan juga apabila cuaca hujan, jalan menjadi licin
4	Apa yang membuat menarik untuk mengunjungi destinasi?	Suguhan pemandangan yang masih alami
5	Apa kelebihan dari Coban-coban yang ada di Jabung dari coban lain?	Pemandangan, bentuk air terjun, dan suasana.
6	Apa kekurangan dari coban-coban di Jabung?	Beberapa coban memiliki akses masuk yang cukup sulit, fasilitas yang belum memadai
7	Latar Belakang / Sejarah nama-nama Coban	Beberapa coban memiliki nama yang rata-rata diambil dari nama pahlawan yang gugur di sekitar coban, seperti Coban Jahe, Tarzan, Siuk
8.	Tujuan pengelolaan destinasi wisata	Untuk meningkatkan perekonomian warga sekitar, dan berguna untuk pengenalan Jabung ke masyarakat luas

9	Siapa yang terlibat dalam pengelolaan Coban-coban tersebut	Untuk Jahe 1,Jahe 2, Jahe 3,Tarzan, dan Siuk dikelola oleh warga sekitar, kepala dusun, dan untuk Coban Jidor sendiri masih dikelola oleh warga sekitar
10	Proses promosi/pengenalan Coban-coban	Hanya bermodalkan foto yang diupload ke media sosial serta ucapan dari mulut ke mulut

Setelah proses *empathize* selanjutnya melakukan analisis masalah dalam tahap *define* dari hasil wawancara dan pencarian data dari internet dengan Analisa SWOT.

3.2 Define

Pada tahapan Define dalam Design Thinking di jelaskan pada tahapan ini akan sangat membantu dalam menyelesaikan masalah yang ada. Akan di jelaskan oleh penulis jadi data obsevasi mengenai coban-coban yang berada di jabung sebagai berikut

Dulunya Coban-coban di Jabung hanya bisa diminati oleh warga sekitar. Coban Jahe memiliki nama asli penjahe yang artinya perjuangan pahlawan yang gugur di medan perang di dekat mata air terjun tersebut. Coban Jahe memiliki ketinggian 45 meter dengan pemandangan alam yang menarik yang tidak disuguhkan oleh air terjun lainnya. kebanyakan nama-nama coban yang ada di Jabung diambil dari nama pahlawan yang gugur. Meskipun pengelolaan coban-coban di Jabung masih dikelola oleh warga dan kepala dusun, namun mereka berharap agar destinasi wisata tersebut dapat menjadi sumber pencarian ekonomi bagi mereka yang nantinya dapat mengenalkan Jabung ke masyarakat luas. Mereka juga berharap upaya dari pemerintah Kabupaten Malang agar membangun fasilitas yang lebih baik di setiap destinasi wisata coban-coban di Jabung.

Coban-Coban yang terletak di Kecamatan Jabung Kabupaten Malang, memiliki ciri khas masing-masing, serta disuguhkan keindahan alam yang mempesona. Dengan keunikan dan keindahan dari setiap Coban-coban di Jabung, media informasi tentang destinasi wisata tersebut kebanyakan melalui video *vlog*, *story Instagram* pengunjung. Isi dari konten video *vlog* tersebut adalah lokasi, jarak tempuh. Dan video yang belum menggambarkan keindahan dan keunikan Coban-coban yang ada di Jabung yang membuat berbeda dari kebanyakan Coban lainnya.

Setelah tahap *define* selanjutnya melakukan analisis dengan Analisa SWOT, yaitu:

3.2.1.1 Strength

Jabung dikenal sebagai kecamatan yang memiliki kekayaan alam yang melimpah, baik secara kebudayaan, kuliner, dan objek wisata. Salah satunya wisata air Coban, yang memiliki keunikan tersendiri dengan keindahan alam yang terbentuk di sekitar air terjun.

3.2.1.2 Weakness

Keindahan yang disuguhkan oleh setiap masing-masing Coban beserta keunikannya, membuat tidak ada media penyampaian perihal objek wisata tersebut. Hal ini membuat Coban-Coban di Jabung hanya diketahui oleh masyarakat sekitar.

3.2.1.3 Opportunities

Memiliki keunikan tersendiri yang membuat berbeda dari kebanyakan Coban dan pemandangan alam yang alami, membuat Coban di Jabung berbeda dari yang lain.

3.2.1.4 *Threats*

Terletak di dataran tinggi, membuat akses jalan yang sulit dilewati di saat musim penghujan, jalan yang kecil ditambah medan yang terjal membuat jalan ini sedikit berbahaya.

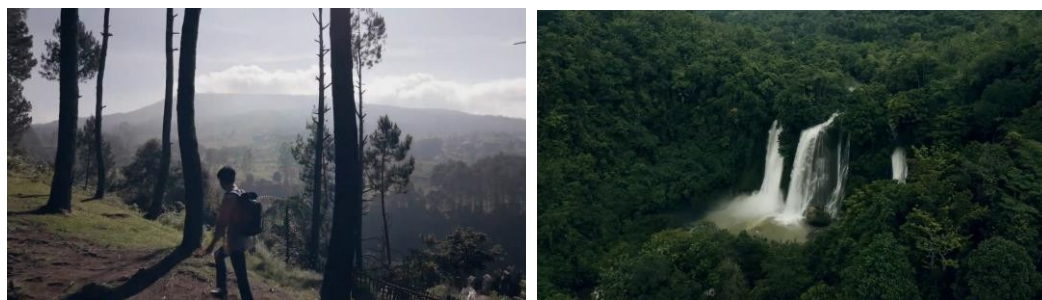
3.2.2 **Pemecahan Masalah Ideate**

Berdasarkan identifikasi masalah dan analisa yang telah dilakukan, maka pada penelitian ini merancang video promosi objek wisata Coban di Jabung Kabupaten Malang sebagai media promosi yang dikemas memberikan informasi mengenai keunikan objek wisata coban-coban di Jabung, dan keindahan objek wisata.

3.3 Perancangan

3.3.1 **Konsep Perancangan**

Video promosi ini menceritakan tentang keindahan wilayah Jabung, dimulai dari keindahan dari view yang diambil drone, menunjukkan destinasi wisata Coban yang menarik untuk dikunjungi, dan keunikan dari setiap Coban yang dimiliki.



Gambar 3.1 Gambar Pemandangan Alam

3.3.2 Proses Perancangan *Prototype*)

Proses perancangan video promosi dilakukan dengan tiga tahapan dalam proses pembuatannya yaitu pra produksi, produksi, dan pasca produksi.

1. Pra Produksi

Pra produksi menentukan ide dan konsep cerita yang akan dibuat, yang didapat dari data sebagai bahan untuk melakukan persiapan dalam pembuatan alur cerita, *storyboard*, serta waktu pengambilan.

a. Proses Perancangan

1. Penentuan Konsep

Dimana di tahapan penentuan konsep ini yaitu mencari dan menemukan konsep untuk pembuatan video yang akan di buat dan hal ini adalah tahapan pertama sebelum dilakukannya proses selanjutnya. Konsep sendiri yang akan digunakan adalah melakukan wawancara mengenai pengunjung wisatawan di destinasi yang sudah dipilih

2. Pembuatan Storyboard dan Storyline

Pada tahap ini untuk pembuatan project harus dilakukannya langkah berikutnya yaitu menjabarkan/menjelaskan secara rinci ke dalam tabel gambar susunan dikarenakan akan memudahkan saat melakukan proses *shooting* atau pengambilan gambar di lapangan. Dengan diawali pengambilan video dari daerah Jabung itu sendiri di karena dalam data yang sudah saya kumpulkan kan untuk melakukan take video ini adalah saya mengambil daerah perbukitan Jabung kemudian dilanjutkan dengan take video di Coban Jahe 1, Jahe 2, Jahe 3, karena lokasi yang berdekatan,

selanjutnya naik ke atas untuk pengambilan video di Coban Tarzan dan Jidor, dan yang terakhir yang paling jauh adalah Coban Jidor. Setelah di lakukan pengambilan video. Tahapan berikutnya adalah konsep perancangan video promosi objek wisata Coban di Jabung, Kabupaten Malang, sebagai berikut

a. Storyline

Diawali dengan menunjukkan daerah perbukitan sebagai ikonik Jabung, selanjutnya memperlihatkan Coban Jahe ini sebagai tempat wisata dan menunjukkan wisata Coban Jahe di Jabung itu sendiri. Berikutnya dengan mengikuti storyboard dilanjutkan dengan take video di Jahe 2, dan Jahe 3 untuk mendapatkan footage video drone, yang kemudian dilanjutkan ke Coban Jidor, Tarzan dan pengambilan terakhir di Coban Siuk.

b. Sinopsis

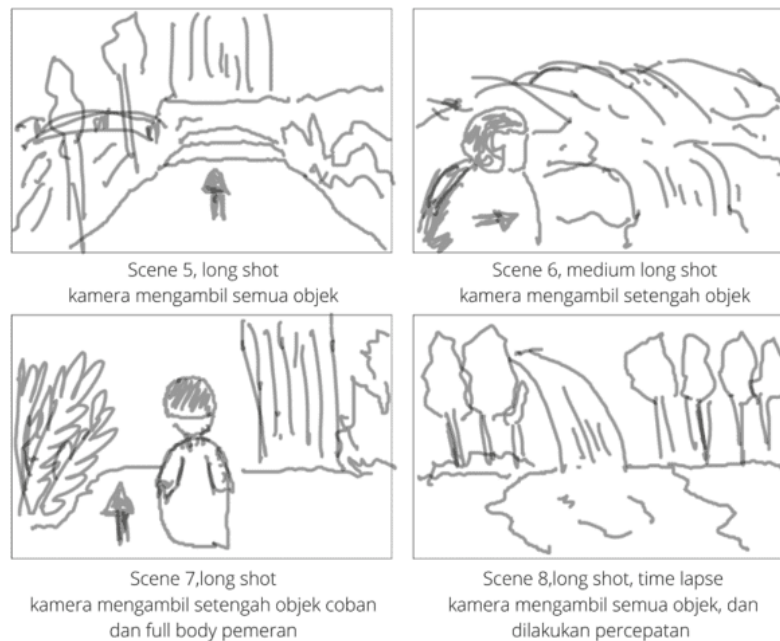
Video yang berjudul “Video Promosi Coban di Jabung Kabupaten Malang” memberi informasi destinasi wisata Coban Jahe 1, Jahe 2, Jahe 3, Jidor, Tarzan, Siuk.

c. *Storyboard*

JUDUL VIDEO PROMOSI OBJEK WISATA DI JABUNG KABUPATEN MALANG



Gambar 3.2 *Storyboard*



Gambar 3.3 *Storyboard*

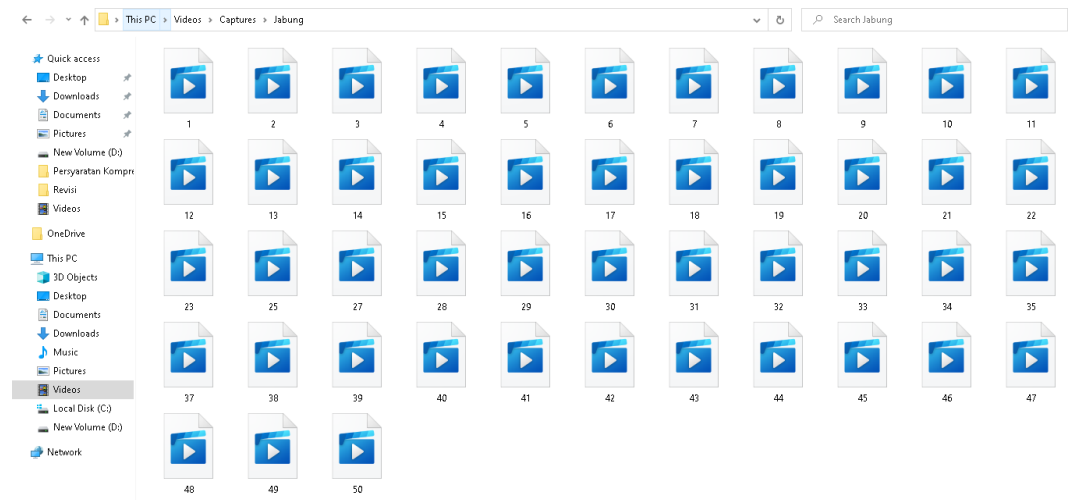
2. Produksi

Setelah melakukan tahap pra produksi selanjutnya melakukan tahap produksi di area Jabung, dimulai dari pengambilan view pemandangan Jabung, destinasi wisata Coban Jahe 1, kemudian Coban Jahe 2, kemudian Coban Jahe 3, Kemudian Coban Jidor, Kemudian Coban Siuk, dan terakhir Coban Tarzan, selama hampir 3 bulan dimulai dari pukul 5 pagi sampai selesai, untuk mengambil footage video sesuai storyboard yang sudah dibuat.

pengambilan footage pertama adalah pemandangan Jabung, menggunakan drone Dji Mavic air 2, memakai talent yang berperan sebagai traveller yang sedang mengunjungi Jabung. mengalami beberapa kendala cuaca yang mengakibatkan take video dundur sampai 3 jam.

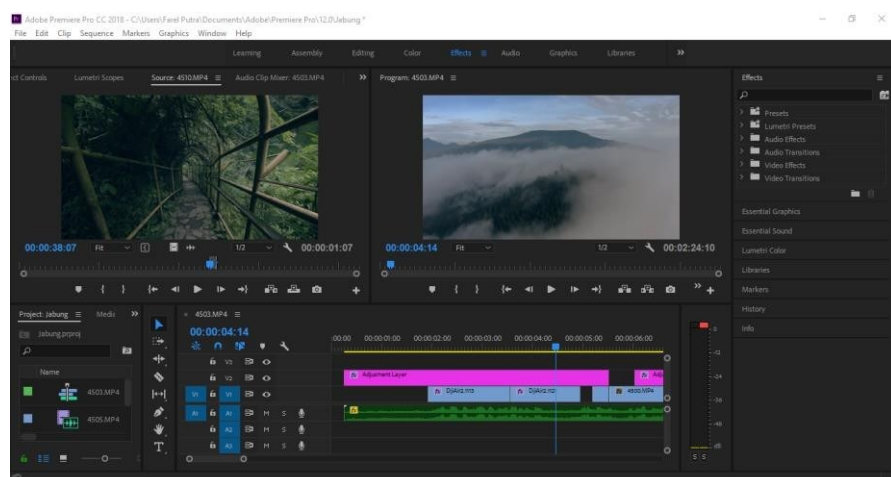
Pengambilan footage kedua adalah menggunakan kamera Sony A6400, memakai talent model yang berperan sebagai traveller yang sedang menikmati keindahan air terjun, mengalami banyak kendala seperti turun hujan yang secara mendadak, kamera tidak bisa digunakan, talent jatuh sakit, hal ini membuat lama proses pengambilan footage selama kurang lebih 2 bulan.

3. Pasca Produksi



Gambar 3.4 File Video

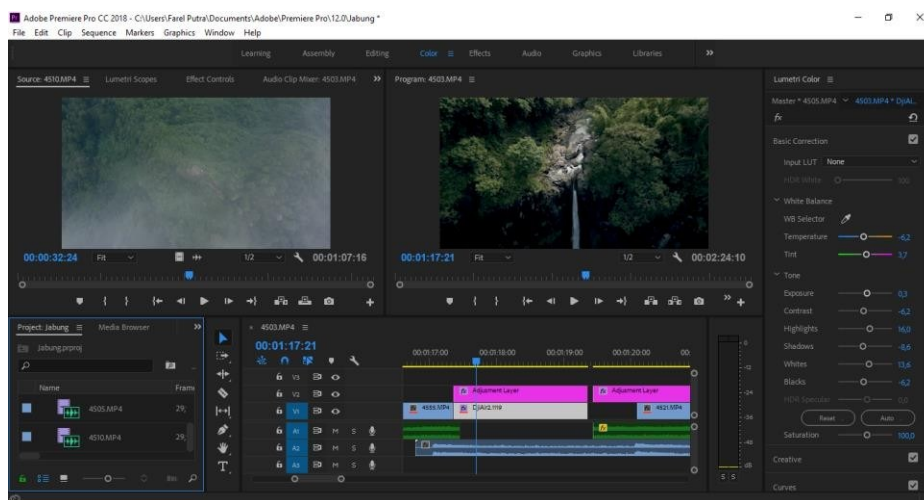
Setelah melakukan produksi tahap selanjutnya adalah pasca produksi yaitu tahap editing, semua file video disusun sesuai folder scene untuk mempermudah tahap editing, selain itu video juga akan di tambahkan *color grading*, *sound effect*, *voice over*, *subtitle*, dan *animasi text*. Menggunakan *software* adobe premiere pro 2018.



Gambar 3.5 Editing

Setelah file disusun sesuai folder scene nya, selanjutnya menyusun *footage* di *timeline* adobe premier pro sesuai urutan scene yang ada di *storyboard*, *cutting* setiap video yang akan dimasukkan ke *timeline*, *menambahkan subtitle*, *voice over*, *backsound*, dan *sound effect*.

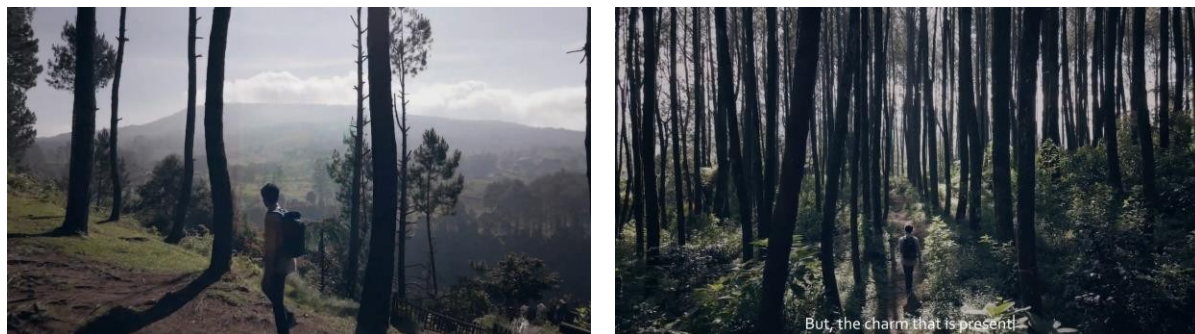
Setelah selesai, selanjutnya menuju ketahap *Color Grading*, untuk membuat kesan video lebih bagus dan berbobot. menggunakan konsep cinematic, membuat video lebih terlihat elegan.



Gambar 3.6 Color Grading

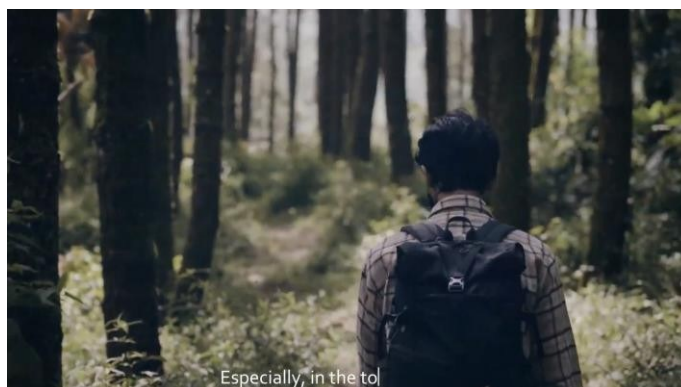
Setelah tahap editing selesai, lalu video Promosi Jabung di export dengan resolusi 1920x1080 Fullhd, 60 Fps berdurasi 03.00 menit.

Awal video menunjukkan seorang traveller yang sedang menyusuri daerah Jabung, menunjukkan keindahan alam Jabung, dengan narasi “ Ini bukan hanya tentang Jabung” dan dilanjutkan dengan narasi “Tetapi tentang pesona yang ia sajikan”.



Gambar 3.7 Scene 1-2

Dilanjutkan dengan narasi “Terutama di sektor pariwisata”, “Yang dapat mencerminkan, kekayaan alam dari bumi pertiwi”, dengan menampilkan footage alam Jabung.



Gambar 3.8 Scene 3

Dilanjutkan dengan pengambilan view Jabung dengan menggunakan drone, dengan tambahan narasi “Daerah yang terletak di Kabupaten Malang ini, membuatku Jatuh cinta”



Gambar 3.9 Scene 4-5

Dilanjutkan pengambilan ke destinasi wisata Coban Jahe 1



Gambar 3.10 Scene 6

Dilanjutkan pengambilan ke destinasi wisata selanjutnya Coban Jahe 2



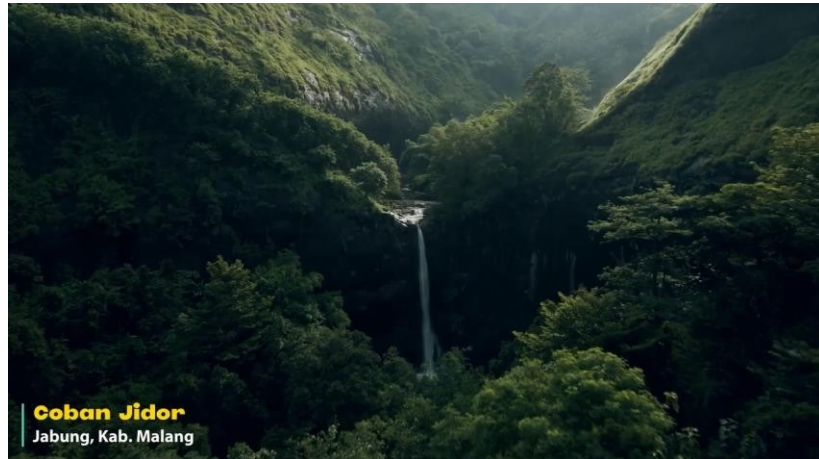
Gambar 3.11 Scene 7

Dilanjutkan pengambilan ke destinasi wisata selanjutnya Coban Jahe 3



Gambar 3.12 Scene 8

Dilanjutkan pengambilan destinasi wisata selanjutnya Coban Jidor



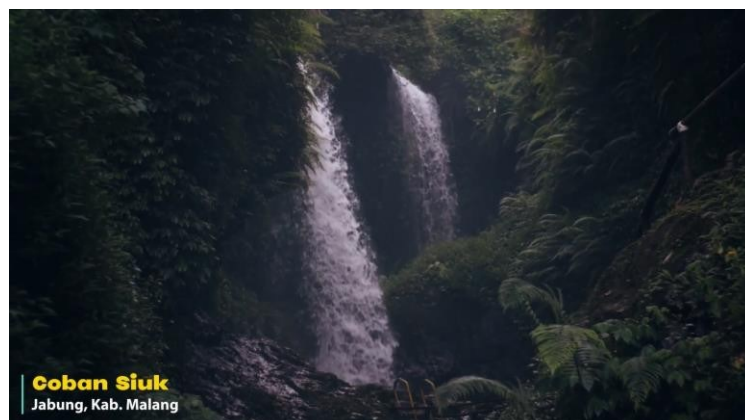
Gambar 3.13 Scene 9

Dilanjutkan pengambilan destinasi wisata selanjutnya Coban Tarzan



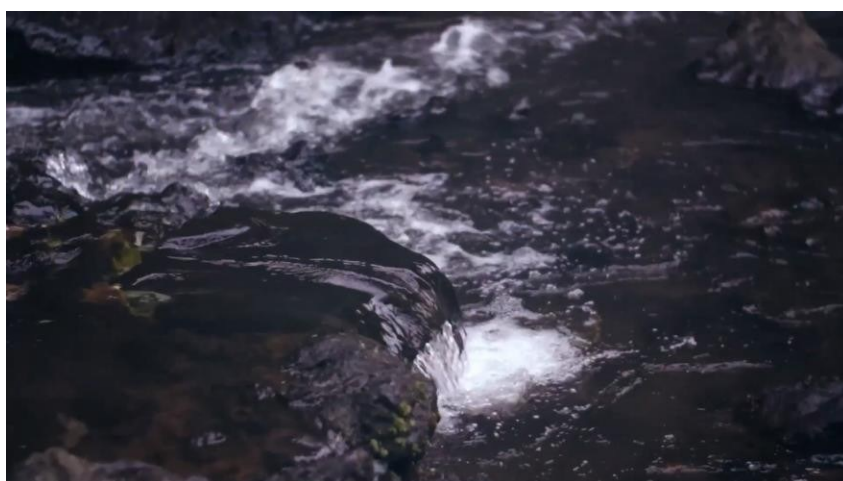
Gambar 3.14 Scene 10

Dilanjutkan pengambilan destinasi terakhir yaitu Coban Siuk



Gambar 3.15 Scene 11

Dan ditutup dengan narasi “Aku janji, akan menjaganya, sehingga anak cucuku dapat merasakannya”



Gambar 3.16 Scene 12

d. Shot List

Tabel 3.2 Shot List

SCENE	DESRIPSI	STORY BORD	NARASI	SHOT	ANGLE	MOVEMENTS	DURASI
1	Menunjukkan view alam Kecamatan Jabung	Shot drone		long shot, Drone/kamera	Bird Level	Dolly In, Pedestal	
2	Pemuda berjalan menyusuri Kawasan jabung	Shot drone		Medium, Long shot	Bird Level	Stay	
3	Menunjukkan alat yang dipakai untuk pengambilan video	Shot objek	-	Medium Long shot	Eye level	Dolly Out/In	
4	Menunjukkan destinasi wisata air terjun	Shot objek wisata		Extreme long shot	Eye Level	Truck/crab [kanan ke kiri], Dolly Out	
5	Menunjukkan keindahan dari setiap air terjun, objek, fasilitas	Shot keindahan alam air terjun, objek		Drone	Bird Level	Dolly Out	
6	Model melihat air terjun	Shot model menikmati keindahan alam		Long Shot, Drone	Bird eye	Pedestal	
7	Penutupan video	Shot di air		Extreme Shot	Eye Level	Dolly In/Out	

e. Sound

1. Backsound

- Ultra Light – The Clift

(<https://www.youtube.com/watch?v=PdprUe-aud0>)

2. Sound Effect

- Bird Chirping | Sound effect

(<https://www.youtube.com/watch?v=N0rtd5yLqYw>)

- Forest Sound

(<https://www.youtube.com/watch?v=wKnS8VPxpHI>)

3. Font



Gambar : 3.17 Font

Font yang digunakan adalah Minimalust. Penggunaan font ini dikarenakan desain yang aesthetic, modern, dan simple.

4. Color Grading Video



Gambar : 3.18 Color Grading

Color grading ini menggunakan warna yang cenderung gelap, dengan menurunkan highlight, brightness, menaikkan shadow, guna mendapatkan video berbasis film atau cinematic

5. Subtitle



Gambar 3.19 Subtitle

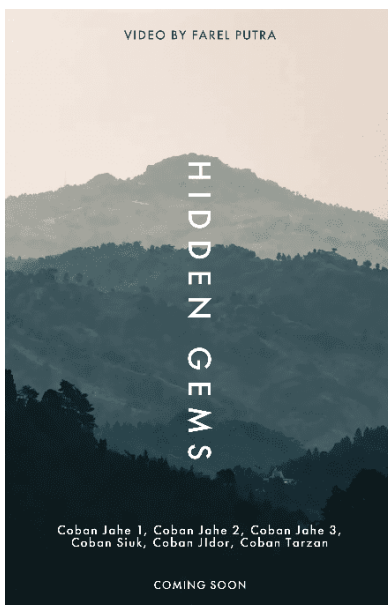
Untuk subtitle menggunakan *font Futura*, dikarenakan bentuk font yang ramping dan mudah untuk dibaca.

6. Media Pendukung

Beberapa media pendukung yang digunakan dalam perancangan video promosi ini adalah:

a. Poster Video

Desain minimalist dengan background pemandangan jabung serta tulisan beberapa destinasi wisata air terjun.



Gambar 3.20 Poster Video

f. Produksi

Produksi adalah tahapan implementasi, dalam proses tersebut melakukan proses pengambilan video yang telah disusun pada *storyboard* yang sudah dibuat di pra produksi.

g. Pasca Produksi

Pasca produksi masuk ke dalam proses video *editing*, termasuk *color correction*, *color grading*, *sound*, dan lain-lain.

3.4 Rancangan Pengujian

Rancangan pengujian ini akan membuat penilaian *feedback* dari *audience*, terkait dari video promosi ini, dengan target feedback 30 orang. Dalam pengujian

ini akan menggunakan kusioner melalui media *google form* yang akan disebarakan kepada *audience* lewat sosial medi