

BAB IV

ANALISIS, KONSEP & HASIL PERANCANGAN

4.1 Analisis Permasalahan

Jangkauan promosi yang dilakukan oleh Ogut Camp saat ini masih belum memikirkan tentang *brand awareness*. Ogut Camp perlu menyesuaikan media promosi yang dibutuhkan calon pengunjung. Menurut hasil data dari kuesioner yang dibuat oleh peneliti, sebanyak 65.9% responden menyatakan bahwa tidak mengetahui Ogut Camp dan sebanyak 78% sepakat bahwa mereka membutuhkan video lokasi dan fasilitas yang disediakan oleh Ogut Camp. Artinya, atensi masyarakat cukup besar dalam mengetahui Ogut Camp.

Media sosial dan kerabat dijadikan referensi tempat wisata oleh masyarakat yang ingin berlibur. Oleh karena itu dibutuhkan media yang dapat menciptakan bauran promosi dimulai dari tahap *informative*, *persuasive*, dan *reminder*. Video promosi yang digunakan harus mampu membuat daya tarik audience, maka dari itu terdapat hasil dari analisa permasalahan yang ditemukan oleh peneliti, beberapa diantaranya adalah dibutuhkannya media promosi yang menarik bagi calon pengunjung seperti video promosi dalam bentuk video vlog dalam sinematografi yang dapat menekankan mood tersendiri dalam pengambilan gambarnya. Kemudian, penambahan foto dalam sosial media instagram, penambahan media cetak (spanduk dan *signage*) dirasa sangat perlu dalam menambah wawasan calon pengunjung dan mengembangkan promosi yang diharapkan menjadi citra baik Ogut Camp dalam mengembangkan objek wisatanya.

4.1.1 Pemecahan Masalah

Sebanyak 82 responden menjawab, 79,3% menyatakan bahwa media sosial dan juga kerabat menjadi media penjemabatan komunikasi promosi hingga saat ini. Minimnya media promosi yang digunakan, membuat Ogut Camp kurang terdengar eksistensinya di masyarakat. Oleh karena itu, hasil pemecah masalahnya terdapat pada pengembangan media promosi dalam bentuk video dan foto dalam media sosial khususnya Youtube, TikTok, Instagram, kemudian didukung juga oleh

pembuatan merchandise yang menarik hingga pembuatan media cetak berupa spanduk hingga *signage* yang ditempatkan di luar dan di dalam area wisata, guna mempermudah masyarakat dalam menemukan objek wisata Ogut Camp.

4.2 Konsep Komunikasi

Pesan yang disampaikan kepada konsumen bertujuan untuk mengedukasi segala bentuk informasi tentang Ogut Camp dan menstimulasi keinginan dengan cara memberikan gambaran manfaat serta kelebihan dari berkemah di Ogut Camp. Menyajikan fakta yang dapat menstimulasi khayalan dan imajinasi konsumen. Informasi yang ingin disampaikan berupa promosi Ogut Camp mulai dari perjalanan menuju lokasi, alat yang dapat disewakan, fasilitas sekitar lokasi, keunggulan dari Ogut Camp, dan pemandangan yang didapatkan oleh pengunjung.

- 1. Key Message**

Liburan berkemah yang sejuk dan praktis

- 2. Headline**

Perkemahan yang sejuk dan praktis

- 3. Slogan**

Nikmati suasana alam

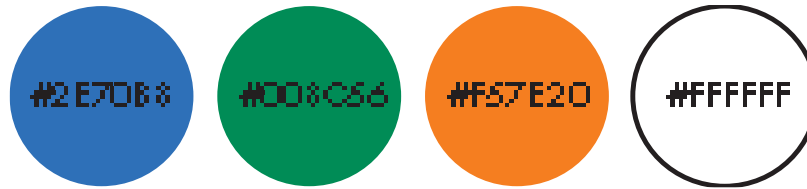
4.3 Konsep Visual

4.3.1 Elemen Desain

Elemen desain akan digunakan untuk pendukung sampul video Instagram, Tiktok, *thumbnail* Youtube, dan konten foto. Kesan yang ingin disampaikan yaitu santai, fleksibel, dan simpel. Oleh karena itu dibutuhkan elemen garis yang tipis, bentuk dengan sudut melengkung, dan lingkaran. Elemen grafis logo juga diperlukan sebagai identitas.

4.3.2 Tone Warna

Penggunaan warna dipilih berdasarkan kesan yang ingin disampaikan yaitu cerah dan sejuk. Warna biru, hijau, dan oranye digunakan untuk keperluan grafis, tone video, dan foto.



Gambar 16 Tone warna

4.3.3 Tipografi

Jenis font sans serif dan *script* akan dipilih sebagai tipografi untuk perancangan media promosi Ogut Camp. Bertujuan memberikan kesan kokoh dan akrab. Nama huruf yang digunakan adalah Futura.

4.3.4 Sinematografi

Pemandangan dan detail barang harus tersampaikan dengan jelas, sehingga menggunakan beberapa *framing* yang tepat. Mulai dari *close up*, *medium close up*, *medium shoot*, dan *long shoot*. *Frog angle* bertujuan menyampaikan pesan tenda yang disewakan kokoh, *bird angle* untuk menyampaikan pesan lokasi yang luas dan pemandangan yang indah. Pergerakan kamera juga dapat membantu pesan tersampaikan, seperti *zooming*, *panning*, *tilting*. Selain itu *camera movement* menciptakan hasil video yang tidak monoton.

4.4 Penerapan Desain

4.4.1 Strategi Media

Berdasarkan hasil analisis media yang akan digunakan yaitu media sosial dan media cetak. Media sosial menggunakan aplikasi Instagram, Tiktok, dan Youtube. Media cetak akan dibuat berupa *signage* dan *merchandise*, yaitu spanduk, stiker, kaos, dan topi. *Repost Story* Instagram yang telah diunggah pengunjung juga dilakukan untuk memberikan kesan ramah dan respon yang baik kepada pengunjung.

Tabel 4 Strategi media promosi

Konten Promosi	Media	Platform
Video Utama	Media sosial	Youtube dan Instagram
Video singkat	Media sosial	Instagram dan Tiktok
Banner Signage	Media cetak	Banner
Foto	Media sosial	Instagram
Merchandise	Media cetak	Stiker, kaos, dan topi

Tabel 5 Time Schedule

Konten Promosi	Media	Tahap Komunikasi	Minggu 1	Minggu 2	Minggu 3	Minggu 4
Video utama	Youtube	Informatif				
	Instagram					
Video singkat	Instagram	Persuasif				
	Tiktok					
Foto	Instagram	Informatif				
Landmark Signage						
Directional Signage						
Merchandise	Kaos	Reminder				
	Stiker					
	Topi					

4.4.2 Strategi Desain

Diawali pada tahap *informative* berisi:

1. Vlog suasana lokasi Ogut Camp
2. Foto suasana lokasi
3. *Directional signage*

4. *Landmark signage*

Beberapa konten pada tahap *persuasive* yaitu:

1. Video singkat ajakan berkemah

Pada tahap *reminder* berisi:

1. *Merchandise* stiker
2. *Merchandise* kaos
3. *Merchandise* topi

4.4.3 Proses Pra-desain

1. Naskah Vlog Suasana Ogut Camp

Salah satu tempat camping yang gak perlu capek trekking dan bersebrangan dengan curug ngumpet yang berlokasi di Taman Nasional Gunung Halimun Salak. Selamat datang di tempat wisata Ogut Camp.

Liburan ke Ogut Camp juga gak perlu repot bawa perlengkapan camping karena disini menyewakan alat camping, seperti tenda, matras, alat masak, dan sleeping bag. Di dekat tenda juga ada warung yang menjual berbagai cemilan, minuman, hingga makanan berat. Saung tenda yang ada disini juga bisa menjadi opsi tempat kalian camping. Selain bersebrangan dengan curug ngumpet, akses masuknya juga sangat dekat dari pintu masuk. Buat kalian yang mau sedikit olahraga bisa trekking ke curug pasir reungit. Air yang disini lebih deras dan pemandangan lebih asik karena posisi curugnya ada dibawah.

Kalo cuaca berkabut kayak gini pasti akan tambah dingin, jadi kalian jangan lupa membawa baju hangat atau jaket. Gak perlu khawatir disini juga ada fasilitas toiletnya. Air disini juga bisa langsung diminum, karena pipa air langsung dari sumber mata airnya.

Sambil minum air hangat, kalian juga bisa sambil menikmati sunset. Tempat wisata Ogut Camp sejuk dan simpel.

2. Naskah Video Singkat Tempat Wisata Ogut Camp

Kali ini gua mau ngajak kalian ke tempat camping yang gak perlu trekking jauh. Lokasinya ada di dalam Taman Nasional Gunung Halimun Salak, bogor. Posisinya berada di sebrang Curug Ngumpet. Ada dua pilihan buat kalian yang mau camping disini, kalian bisa camping pake tenda standar atau di saung tenda. Fasilitas disini ada toilet dan warung yang gak jauh dari tenda. Pastinya disini disuguhin view yang bagus. Ayo ikutan camping di ogut camp tempat yang sejuk dan simpel.

3. Storyboard Vlog Tempat Wisata Ogut Camp

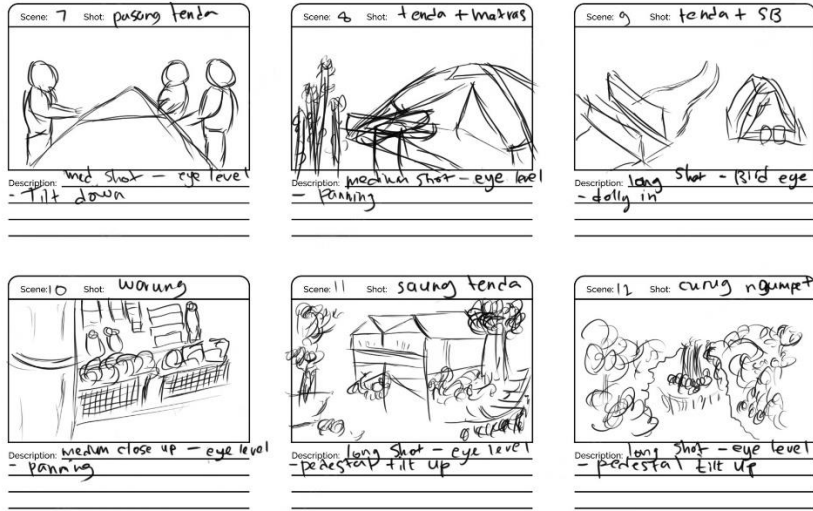
Sebelum proses *shooting* penulis membuat *storyboard* sebagai acuan untuk pengambilan gambar. Jenis *shot*, *angle*, dan pergerakan kamera dituliskan untuk menekankan *mood* video.

Production Company: Ogut camp Production Title: Vlog suasana lokasi Date: _____ Page: 1



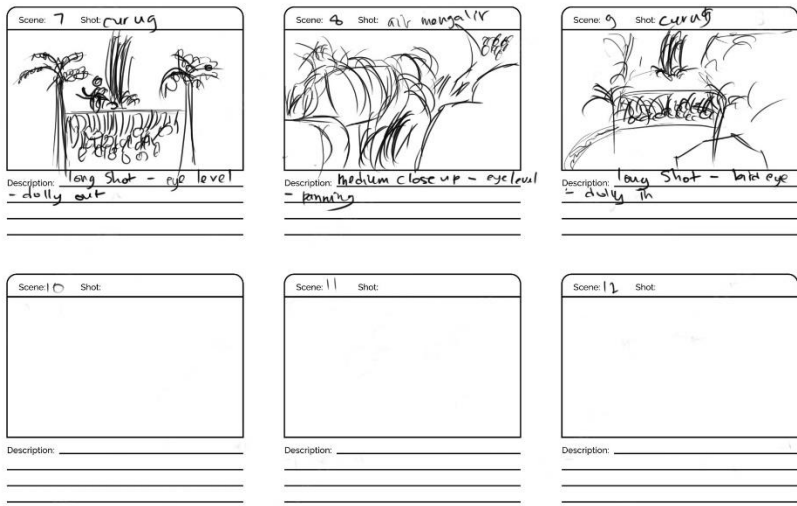
Gambar 17 Storyboard Vlog Halaman 1

Production Company: Ogut camp Production Title: Vlog suasana lokasi Date: _____ Page: 2



Gambar 18 Storyboard Vlog Halaman 2

Production Company: Ogut camp Production Title: Vlog suasana lokasi Date: _____ Page: 3



Gambar 19 Storyboard Vlog Halaman 3

4. Sketsa Landmark Signage

Sketsa dibawah ini sebagai gambaran poin penting apa saja yang dimasukkan ke dalam desain. Layout dari isi logo, deskripsi, elemen tenda, elemen saung tenda, dan suasana yang sejuk.



Gambar 20 Sketsa Banner Landmark

5. Sketsa Directional Signage

Gambaran dari desain *directional signage* yang akan dirancang nanti berisikan jarak, logo, dan suasana berkemah.



Gambar 21 Sketsa Banner Directional

6. Sketsa Kaos

Gambaran desain untuk diaplikasikan pada media kaos. Ukuran sablon A4 dan jenis sablon DTF.



Gambar 22 Sketsa Kaos

4.5 Hasil Karya

4.5.1 Hasil Video

Vlog utama berdurasi 2 menit 10 detik digunakan pada media sosial Youtube dan Instagram.



Gambar 23 Hasil Vlog Wisata Ogut Camp



Gambar 24 footage jalan sekitar tempat wisata



Gambar 25 footage warung



Gambar 26 footage tenda



Gambar 27 footage pemandangan dari atas



Gambar 28 footage bangun tenda



Gambar 29 footage tenda dan matras



Gambar 30 footage alat camping



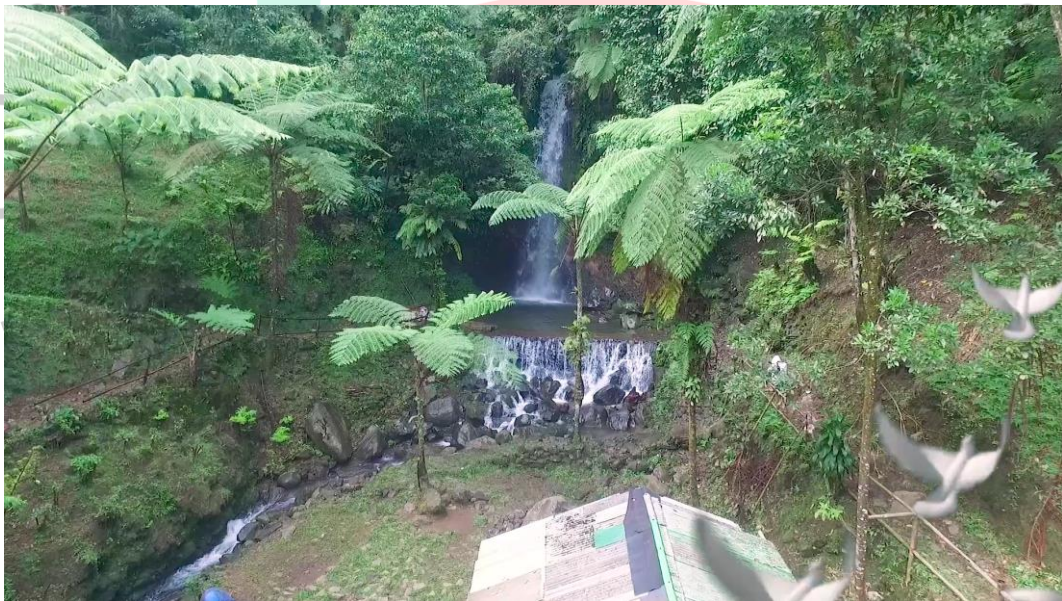
Gambar 31 footage tenda saung



Gambar 32 footage curug ngumpet bird view



Gambar 33 footage drone curug



Gambar 34 footage curug dengan burung



Gambar 35 footage curug pasir reungit



Gambar 36 footage teko



Gambar 37 footage penutup

4.5.2 Hasil Media Pendukung

1. Video Singkat Seputar Lokasi

Video singkat berdurasi 30 detik sampai 1 menit untuk keperluan konten video yang akan diunggah pada media sosial Instagram Reels dan Tiktok.



Gambar 38 mockup video reels

2. Landmark Signage

Signage ini berupa banner yang akan digunakan sebagai *landmark* di depan area Ogut Camp. Ukuran banner 150 cm X 250 cm.



Gambar 39 Banner Landmark Signage

3. Directional Signage

Signage ini digunakan sebagai petunjuk arah menuju Ogut Camp. Dipasang pada jarak 500 m, 250 m, 100 m, dan tiba ditujuan. Ukuran banner 200 cm x 150 cm.



Gambar 40 Desain Directional Signage

4. Merchandise Kaos

Kaos digunakan sebagai souvenir yang bisa dibeli atau diberikan kepada pengunjung.



Gambar 41 Mockup Kaos

5. Stiker

Stiker akan dicetak dengan ukuran diameter 4 cm, agar stiker bisa ditempel di belakang gadget, kendaraan, dan lainnya.



Gambar 42 desain stiker