



## **PERANCANGAN VIDEOGRAFI WISATA ALAM KECAMATAN SIBOLANGIT SEBAGAI MEDIA PROMOSI WISATA**

Muhammad Nur Irsyad<sup>1</sup> Rendy Prayogi<sup>2</sup>

Program Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni dan Desain, Universitas Potensi Utama

Corespondensi : [muhammadirsyad229@gmail.com](mailto:muhammadirsyad229@gmail.com)

### **ABSTRAK**

Sumatera Utara merupakan salah satu provinsi di Indonesia yang dikenal dengan banyak objek wisata yang tersebar di banyak kota 2 Kabupatennya, salah satu nya yaitu Kecamatan Sibolangit. Kecamatan Sibolangit memiliki luas wilayah 176.96 Km<sup>2</sup> dengan daerah berbukitan yang memiliki pemandangan alam yang indah dan sejuk. Kecamatan Sibolangit berada di daerah yang banyak dilalui oleh orang yang akan melakukan perjalanan lintas seperti perjalanan ke objek wisata Tongging, Perapat dan Samosir. Objek wisata Kecamatan Sibolangit tidak kalah indahnya, adapun diantaranya Pemandian Alam Sembahe, Taman Wisata Alam Sibolangit (TWA), dan Air Terjun Satu Hati. Dari ketiga objek wisata alam yang berada di kecamatan sibolangit ini kurang nya daya minat masyarakat dan juga kurang nya ter-ekspose melalui sosial media atau pun platform youtube. Maka dari itu dengan membuat sebuah perancangan videografi wisata alam kecamatan sibolangit ini, sebagai media promosi wisata dengan teknik cinematografi, Video Cinematografi adalah seni yang merekam gambar bergerak dengan cara yang estetik. wisata alam yang berada di kecamatan sibolangit mampu memperkenalkan serta menarik lebih banyak lagi kunjungan bagi wisatawan lokal atau pun mancanegara.

**Kata kunci :** *Sumatera Utara, Wisata Alam, Sibolangit, Cinematografi.*

### **PENDAHULUAN**

Wisata alam merupakan kegiatan rekreasi dan pariwisata yang memanfaatkan potensi alam untuk menikmati keindahan alam baik yang masih alami ataupun sudah dilakukan usaha budidaya, agar ada daya tarik wisata ke tempat tersebut. Berdasarkan UU RI NO, 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan, yang dimaksud dengan wisata alam seperti bentang alam, panorama gunung, danau, pantai, hutan dan sebagainya. Adapun tujuan sebuah objek wisata bagi seseorang yaitu dapat meningkatkan daya kreatif, menghilangkan kejenuhan kerja, relaksasi, berbelanja, bisnis, serta mengetahui peninggalan sejarah dan budaya suatu daerah tertentu. Sumatera Utara merupakan salah satu provinsi di Indonesia yang dikenal dengan banyak objek wisata yang tersebar di banyak kota 2 Kabupatennya, salah satu nya yaitu Kecamatan Sibolangit. Kecamatan Sibolangit memiliki luas wilayah 176.96 Km<sup>2</sup> dengan daerah berbukitan yang memiliki pemandangan alam yang indah dan sejuk. Kecamatan Sibolangit berada di daerah yang banyak dilalui oleh orang yang akan melakukan perjalanan lintas seperti perjalanan ke objek wisata Tongging, Perapat dan Samosir.

Objek wisata Kecamatan Sibolangit tidak kalah indahnya, adapun diantaranya Pemandian Alam Sembahe, Taman Wisata Alam Sibolangit (TWA), dan Air Terjun Satu Hati. Pemandian Alam Sembahe adalah destinasi wisata alam yang terletak di kampung Nbelin, Kecamatan Sibolangit Kabupaten Deli Serdang, Sumatera Utara. Lokasi nya berada di sekitar 800 meter diatas permukaan laut, Objek wisata Pemandian Sembahe berdiri sejak tahun 1970-an, memiliki fasilitas seperti pondok, Toilet, dan tempat parkir yang cukup luas dengan biaya tiket masuk yang terjangkau tempat ini cocok untuk dikunjungi bersama teman dan keluarga. Taman wisata Alam Sibolangit (TWA)

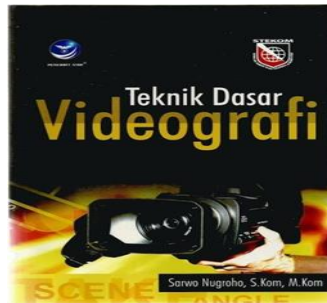
menempuh jarak sekitar 1 jam 23 menit dari Kota Medan, Sibolangit menjadi salah satu objek wisata yang menawarkan pemandangan hutan yang dilindungi, yang terdapat Flora dan Fauna di dalamnya.

Perancangan Videografi Wisata Alam Kecamatan Sibolangit berisi informasi tentang keberadaan objek Wisata dan ditambah dengan narasi sebagai Informasi suatu ide atau konsep. Oleh karena itu, dari permasalahan di atas, maka mendorong penulis melakukan penelitian dengan mengambil judul “Perancangan Videografi Wisata Alam Kecamatan Sibolangit Sebagai Media Promosi Wisata”.

### Studi Literatur

Adapun beberapa tulisan terdahulu yang digunakan sebagai referensi dalam penelitian ini, antara lain:

#### Buku Teknik Dasar Videografi



**Gambar 1. E - Book Teknik Dasar Videografi  
(Sumber : Sarwo Nugroho, S.kom, M.kom, 2014)**

Buku “Teknik Dasar Videografi” ini, penulis gunakan sebagai cara untuk mengetahui serta menguasai teknik dan trik membuat rekaman video perancangan media promosi wisata alam di Kecamatan Sibolangit.

#### Buku Dasar-Dasar Pengoperasian Kamera



**Gambar 2. E - Book Dasar – dasar Pengoperasian Kamera  
(Sumber : Eko Darmawanto, M.Pd 2019)**

Buku yang berjudul “Dasar - dasar Pengoperasian Kamera” oleh Eko Darmawanto, M.Pd. ini penulis gunakan sebagai pemahaman tentang bagaimana cara mengoperasikan kamera DSLR sebagai alat dalam pembuatan Videografi Perancangan Media Promosi Wisata Alam di Kecamatan Sibolangit.

#### Buku Sinematografi – Videografi Suatu Pengantar



**Gambar 3. E - Book Sinematografi – Videografi Suatu Pengantar  
(Sumber : Bambang Semedhi, 2011)**

Buku yang berjudul “Sinematografi – Videografi Suatu Pengantar” oleh Bambang Semedhi ini digunakan untuk membahas tentang teknik menangkap gambar dan sekaligus menggabung-gabungkan gambar tersebut sehingga menjadi rangkaian gambar yang memiliki kemampuan menyampaikan ide dan cerita. Sehingga penulis mampu memaksimalkan teknik penggunaan kamera dan menerjemahkan ide cerita atau konsep kedalam bahasa visual dan membentuk sebuah video Cinematografi untuk Wisata Alam Kecamatan Sibolangit.

#### **Buku Kamera dan Video *Editing Adobe premiere Pro***



**Gambar 4. Book Kamera & Video *Editing Adobe premiere Pro***  
(Sumber : Cristianto widjaja, 2016)

Dari buku ini penulis dapat mengetahui tentang bagaimana mengedit video seperti menghapus scene yang tidak diinginkan, memberikan efek transisi antara satu clip dengan clip lainnya, membuat efek-efek khusus pada video, menambah cahaya, mengatur saturasi, dan mengekspor video hasil editan tersebut seta mempercantik video agar video pun lebih menarik untuk di tonton. Jadi, buku ini penulis gunakan sebagai untuk program cara editing video seperti di adobe premiere pro ini.

## **METODOLOGI**

### **Pengumpulan Data Primer**

Dalam tahap persiapan ini penulis menggunakan 2 cara, antara lain:

1. Observasi Lapangan  
Observasi dilakukan di lokasi – lokasi objek wisata yang bertujuan untuk mendapatkan gambaran yang lebih mendalam tentang suasana, fasilitas, dan potensi menarik lainnya.
2. Wawancara  
Penulis menggunakan wawancara terstruktur, dimana pertanyaan telah disiapkan sebelumnya, dan wawancara dilakukan secara fisik dengan pengelola di setiap objek wisata yang terdiri dari Pemandian Alam Sembahe, Taman Wisata Alam (TWA) dan Air terjun Satu Hati.



**Gambar 5. Foto Wawancara Pengelola Objek Wisata**  
(Sumber : Muhammad Nur Irsyad, 2023)

## Ide Kreatif



**Gambar 6. Metode Berfikir (brainstorming)**  
**Sumber : Muhammad Nur Irsyad, 2023)**

## Objek/Tema/Konsep

Tema yang diambil dalam Perancangan video promosi wisata alam di Kecamatan Sibolangit yang akan dibuat yaitu “Destinasi wisata yang jarang dikunjungi oleh wisatawan lokal atau mancanegara yang menampilkan keindahan alam dari wisata tersebut dan penulis membuat video promosi wisata alam ini dengan teknik video cinematic yang berperan untuk memberikan informasi yang mudah di pahami dengan tampilan visual yang menarik, komunikatif, estetik dan informatif.

## Pra-Produksi

Tahapan ini mencakup persiapan sebelum realisasi karya. Penulis bertindak sebagai sutradara, pengumpul data, narator, pembuat storyboard, editor, dan cameraman. Persiapan meliputi pengumpulan bahan melalui observasi dan wawancara untuk kemudian diolah menjadi video promosi.

## Produksi

Pada tahap produksi, penulis menyiapkan fasilitas dan alat pendukung seperti kamera Sony A7 dengan lensa 50mm, Drone DJI, tripod, dan stabilizer. Proses shooting terdiri dari dua tahap:

1. Wawancara dengan pengelola setempat.
2. Pengambilan footage objek wisata di sekitar lokasi.
3. Proses shooting mengikuti naskah narasi dan storyboard yang telah direncanakan.

## Pasca Produksi

Setelah shooting selesai, tahap editing dilakukan menggunakan Adobe Premiere Pro 2021 dan Adobe Audition untuk voice-over. Langkah-langkah editing meliputi penyusunan video, penambahan audio visual dan voice-over, efek transisi, teks, dan color grading. Setelah editing selesai, video dirender menjadi satu kesatuan utuh dan diunggah ke media sosial seperti WhatsApp, Instagram, TikTok, dan YouTube.

## Target Pengguna

Target pengguna terdiri dari demografis, psikografis, dan geografis.

### Demografis

Sasaran demografis adalah masyarakat lokal dan internasional, baik pria maupun wanita, berusia 17-40 tahun, yang suka berpetualang dan mengunjungi tempat baru.

### Psikografis

Sasaran psikografis adalah individu yang tertarik pada teknologi informasi dan media sosial, serta memiliki keinginan untuk melakukan perjalanan dan mencari pengalaman baru. Fokus utama adalah generasi milenial yang gemar berpetualang dan mencari tantangan baru di alam.

### Geografis

Sasaran geografis adalah masyarakat Sumatera Utara dan internasional, terutama dari Kota Medan, karena video promosi ini berfokus pada destinasi wisata alam di Kecamatan Sibolangit.

## Strategi Kreatif

Adapun strategi kreatif yang telah penulis buat menjadi beberapa bagian adalah sebagai berikut:

1. What To Say  
Penulis ingin menyampaikan informasi mengenai video promosi yang dibuat oleh penulis secara jelas dan menarik agar dapat meningkatkan pemahaman calon pengunjung dan dapat meningkatkan pengunjung untuk berwisata ke lokasi yang ada di Kecamatan Sibolangit.
2. How To Say  
Pada strategi perancangan ini, cara penulis untuk menyampaikan perancangan video promosi ini adalah dengan menampilkan video pada social media seperti instagram, tik tok, whatsapp dan platform youtube.

## Konsep Media

Konsep Media adalah pembagian media yang akan digunakan sebagai pengaplikasian karya yang dibuat. Pada tahapan ini penulis akan membagi konsep media menjadi dua yaitu media utama dan media pendukung yang akan digunakan dalam Perancangan Videografi Wisata Alam di Kecamatan Sibolangit sebagai media promosi wisata.

### Media Utama

Media Utama dalam perancangan video promosi ini adalah sebuah video cinematografi, dengan memilih preset : DSLR 1080p 25 Dengan setingan default 1920 x 1080 ratio 16:9 file progressive dan audio 48khz dengan format mp4 dan berdurasi sekitar 2 menit 36 detik. Dalam video ini menampilkan yang terdiri dari suara Voice Over yang di bawakan oleh “Putri Meriana” dan Backsound yang dibawakan oleh Jordan Critz – A Welcoming, dan video footage objek lokasi wisata alam Kecamatan Sibolangit. Konsep video yang di terapkan oleh penulis adalah video dokumentasi dan video akan menampilkan objek-objek wisata alam sesuai dengan tema yang di ambil yaitu video promosi wisata alam yang ada di Kecamatan Sibolangit. Dimana pada video penulis akan lebih fokus membahas setiap keunikan dari masing-masing tempat objek tersebut.

### Media Pendukung

Media pendukung yang penulis gunakan untuk membantu dalam mempromosikan Media Utama adalah Kaos (Tshirt), Topi Rimba, Stiker, Souvenir alam, Poster, Tumbler (botol), Infografis, DVD-R, Backdrop, dan Buku panduan karya (Manual Book).

### Sketsa Storyboard



Gambar 7. Sketsa Storyboard  
Sumber : Muhammad Nur Irsyad, 2023)

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Deskripsi Karya

Karya yang di rancang oleh penulis adalah “Perancangan Videografi Wisata Alam Kecamatan Sibolangit Sebagai Media Promosi Wisata”. Dengan video berdurasi 2 menit 37 detik dengan ukuran video 16:9 landscape. Penulis membuat video promosi dengan memberikan pengalaman visual kepada calon wisatawan untuk merasakan langsung di berbagai objek wisata alam yang berada di Kecamatan Sibolangit yang terdiri dari Pemandian Alam Sembahe, Taman Wisata Alam Sibolangit (TWA) dan Air Terjun Satu Hati. Melalui penggabungan elemen visual

yang menarik, narasi yang mudah di mengerti, dan audio, video, grafis yang jelas, video ini mampu mengajak penonton untuk menjelajahi wisata yang berada di Kecamatan Sibolangit.

### Media Utama

Media utama dalam Perancangan Videografi Wisata Alam Kecamatan Sibolangit adalah berupa Video Cinematic, yang memiliki peran penting dalam mengkomunikasikan suatu informasi, menarik perhatian calon audience, dan juga memberikan pengalaman visual yang memukau. Media utama ini diharapkan mampu menjadi media promosi yang baik sehingga audience dapat mengetahui lebih banyak mengenai lokasi objek wisata alam yang berada di Kecamatan Sibolangit.

Berikut adalah ringkasan scene yang terdapat pada Videografi Wisata Alam Di Kecamatan Sibolangit dan setiap scene disesuaikan dengan Storyboard yang sudah di rancang oleh penulis.



Gambar 8. Media Utama  
Sumber : Muhammad Nur Irsyad, 2023)

### Media Pendukung

Dalam perancangan Videografi Wisata Alam Kecamatan Sibolangit Sebagai Media Promosi Wisata. Media pendukung mempunyai peran penting dalam menyampaikan pesan pemasaran dengan lebih efektif. Media pendukung dirancang untuk memberikan penjelasan yang lebih mendalam tentang objek wisata yang ingin ditawarkan, serta memberikan pemahaman dan informasi tambahan yang dapat memikat calon pelanggan. Berikut adalah media pendukung dari “Perancangan Videografi Wisata Alam Kecamatan Sibolangit Sebagai Media Promosi Wisata”.

#### 1. Tshirt



Gambar 9. Tshirt  
Sumber : Muhammad Nur Irsyad, 2023)

#### 2. Tumbler Botol

### Pemandian Alam Sembahe.



Gambar 10. Tumbler Botol  
Sumber : Muhammad Nur Irsyad, 2023)

### 3. Topi Rimba



Gambar 11. Topi Rimba  
Sumber : Muhammad Nur Irsyad, 2023)

### 4. Stiker



Gambar 12. Topi Rimba  
Sumber : Muhammad Nur Irsyad, 2023)

### 5. Poster



Gambar 13. Topi Rimba  
Sumber : Muhammad Nur Irsyad, 2023)

## 6. DVD-R



Gambar 14. DVD-R  
Sumber : Muhammad Nur Irsyad, 2023)

## 7. Backdrop



Gambar 15. Backdrop  
Sumber : Muhammad Nur Irsyad, 2023)

## 8. Infografis



Gambar 16. Infografis  
Sumber : Muhammad Nur Irsyad, 2023)

## 9. Buku Panduan Karya



Gambar 17. Buku Panduan Karya  
Sumber : Muhammad Nur Irsyad, (2023)

## KESIMPULAN

Berdasarkan kesimpulan yang dapat diambil dari “Perancangan Videografi Wisata Alam Kecamatan Sibolangit Sebagai Media Promosi” ini, bahwa penggunaan media visual yang efektif memiliki peran yang sangat penting dalam mengkomunikasikan nilai, pengalaman, dan informasi kepada calon pelanggan. Dalam era digital yang di penuh informasi dan pesan-pesan pemasaran, video promosi wisata ini memiliki kemampuan untuk membedakan diri dan menarik perhatian audience dengan cara yang lebih dinamis dan emosional. Dalam proses perancangan videografi wisata alam kecamatan sibolangit sebagai media promosi wisata ini kesesuaian konten dengan target pasar menjadi faktor utama. Dengan berfokus pada generasi milenial yang aktif menggunakan media sosial dan platform digital, video promosi mampu menghadirkan konten yang relevan, dan juga menarik, serta mudah di pahami. Penggunaan video promosi melalui teknik cinematografi ini juga membantu menjelaskan informasi dengan cara yang lebih visual dan kreatif, yang pada akhirnya meningkatkan pemahaman calon pelanggan tentang produk yang ingin dibuat.

## DAFTAR PUSTAKA

- Bambang Semedhi Bogor. “E-Book Teknik Dasar Videografi” Ghalia Indonesia, 2011.
- Bambang Semedhi, 2011. “E-Book Sinematografi – Videografi Suatu Pengantar”. Dr. Iswandi U, M.Si. Dr. Indang Dewata, M.Si.yogyakarta, 2020.
- Cristianto Widjaja, 2016. “E-Book Kamera & Video Editing Adobe premiere Pro”, Tangerang.
- Dr. Iswandi U, M.Si. Dr. Indang Dewata, M.Si. 2020. “E-Book Pengelolaan Sumber Daya Alam”.
- Eko Darmawanto, M.Pd 2019. “E - Book Dasar – dasar Pengoperasian Kamera” Jepara Jawa Tengah.
- Haris Wiratna dan Rahmatsyam Lakoro, 2017. Jurnal Pendukung “Perancangan Video Promosi Wisata Pantai Kabupaten Jember Dengan Konsep Sinematik Infografis”.
- Cinematic Video “INDONESIA – OUR HOME” oleh Erik Hedenfalk. Diakses pada tanggal 28 agustus 2023, dari (<https://youtu.be/qnXcB5L97MI?si=xDAadObYx1cfQMSX>).
- Video “Wonderful Indonesia: The Journey to a Wonderful World.” Di akses pada tanggal 3 juni 2023, dari (<https://youtu.be/XwsXCeuATy0?si=R8AiLMMYmAF8pwdG>).
- Video “Travel Lake Toba A Wonderful Journey” Di akses pada tanggal 3 juni 2023, dari (<https://youtu.be/IzOqfrLc0o?si=umjZsy6zt7GP50iB>).