

**Perancangan Video Informasi Obyek Wisata Pikatan Waterpark
Berbasis Infografis**

Artikel Ilmiah

**Diajukan kepada
Fakultas Teknologi Informasi
untuk memperoleh Gelar Sarjana Desain**



Peneliti:

Clara Ajeng Palupi (692012077)

Jasson Prestiliano S.T., M.Cs.

**Program Studi Desain Komunikasi Visual
Fakultas Teknologi Informasi
Universitas Kristen Satya Wacana Salatiga**



PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : CLARA AJENG PALUPI
NIM : 692012077 Email : claraap73@yahoo.com
Fakultas : TEKNOLOGI INFORMASI Program Studi : DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
Judul tugas akhir : PERANCANGAN VIDEO INFORMASI OBYEK WISATA PIKATAN
WATERPARK BERBASIS INFOGRAFIS
Pembimbing : 1. Jasson Prestiliano, ST., M.Cs.
2. -

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Hasil karya yang saya serahkan ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar kesarjanaan baik di Universitas Kristen Satya Wacana maupun di institusi pendidikan lainnya.
2. Hasil karya saya ini bukan saduran/terjemahan melainkan merupakan gagasan, rumusan, dan hasil pelaksanaan penelitian/implementasi saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan pembimbing akademik dan narasumber penelitian.
3. Hasil karya saya ini merupakan hasil revisi terakhir setelah diujikan yang telah diketahui dan disetujui oleh pembimbing.
4. Dalam karya saya ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali yang digunakan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila di kemudian hari terbukti ada penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya saya ini, serta sanksi lain yang sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Kristen Satya Wacana.

Salatiga, 18 Juni 2017

Tanda tangan & nama terang mahasiswa



PERNYATAAN PERSETUJUAN AKSES

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : CLARA AJENG PALUPI
NIM : 692012077 Email : claraap73@yahoo.com
Fakultas : TEKNOLOGI INFORMASI Program Studi : DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
Judul tugas akhir : PERANCANGAN VIDEO INFORMASI OBYEK WISATA PIKATAN
WATERPARK BERBASIS INFOGRAFI

Dengan ini saya menyerahkan hak *non-eksklusif** kepada Perpustakaan Universitas – Universitas Kristen Satya Wacana untuk menyimpan, mengatur akses serta melakukan pengelolaan terhadap karya saya ini dengan mengacu pada ketentuan akses tugas akhir elektronik sebagai berikut (beri tanda pada kotak yang sesuai):

- a. Saya mengizinkan karya tersebut diunggah ke dalam aplikasi Repositori Perpustakaan Universitas, dan/atau portal GARUDA
- b. Saya tidak mengizinkan karya tersebut diunggah ke dalam aplikasi Repositori Perpustakaan Universitas, dan/atau portal GARUDA**

* Hak yang tidak terbatas hanya bagi satu pihak saja. Pengajar, peneliti, dan mahasiswa yang menyerahkan hak non-eksklusif kepada Repositori Perpustakaan Universitas saat mengumpulkan hasil karya mereka masih memiliki hak copyright atas karya tersebut.
** Hanya akan menampilkan halaman judul dan abstrak. Pilihan ini harus dilampiri dengan penjelasan/ alasan tertulis dari pembimbing TA dan diketahui oleh pimpinan fakultas (dekan/kaprodi).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Salatiga, 18 Juni 2017

CLARA AJENG PALUPI

Tanda tangan & nama terang mahasiswa

Mengetahui,

JASSON PRESTI ANDRI ST.MCS

Tanda tangan & nama terang pembimbing I

Lembar Persetujuan

Perancangan Video Promosi Obyek Wisata Pikatan Waterpark Berbasis Motion Graphic

Artikel Ilmiah

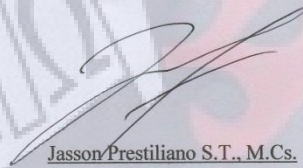
Oleh : Clara Ajeng Palupi

NIM : 692012077

Telah disetujui untuk diuji :

Tanggal... 17 Mei 2017.....

Menyetujui,



Jasson Prestiliano S.T., M.Cs.

1956
Pembimbing 1

Lembar Pengesahan

Judul Tugas Akhir : Perancangan Video Informasi Obyek Wisata Pikatan Waterpark Berbasis Infografis


Nama Mahasiswa : Clara Ajeng Palupi

NIM : 692012077

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

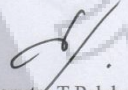
Fakultas : Teknologi Informasi


Menyetujui,


Jasson Prestiliano S.T., M.Cs.

Pembimbing

Mengesahkan,


Dr. Dharmaputra T Palekahelu, M.Pd.
Dekan FTI UKSW


Michael Bezaleel Wenas, S.Kom., M.Cs.
Kaprogdi DKV FTI UKSW

Dinyatakan Lulus Ujian pada Tanggal: 2 Juni 2017

Penguji:

1. Anthony Y.M. Tumimomor S.Kom., M.Cs.

Perancangan Video Informasi Obyek Wisata Pikatan Water Park Berbasis Infografis

¹⁾ Clara Ajeng Palupi, ²⁾ Jasson Prestiliano S.T., M.Cs.

Fakultas Teknologi Informasi
Universitas Kristen Satya Wacana
Jl. Diponegoro 52-60, Salatiga 50711, Indonesia
Email : ¹⁾692012077@student.uksw.edu, ²⁾Jasprelao@yahoo.com

Abstracts

Media Information is needed for tourism or community to find more information about the object of tour. According to Pikatan Waterpark, because it doesn't maximise the media information so this research talk about video promotion plan which has a goal to streamline media information that never did yet before. The previous media information, was create with cinematograph video which has long duration and didn't effective. By that background, Pikatan Waterpark needs a creative and effective media information which has as a base infographic video information. This plan is using qualitative and quantitative method also using linear strategy. The result of that video information ,will be published through out Pikatan Waterpark's social media network.

Keywords : video information, Pikatan Waterpark, The object of a tour, infographic.

Abstrak

Media informasi pada sebuah obyek wisata diperlukan bagi wisatawan maupun masyarakat dalam memperoleh informasi mengenai obyek wisata tersebut. Didasarkan pada kurang memaksimalkan penggunaan media informasi yang dilakukan oleh obyek wisata Pikatan Waterpark, penelitian ini membahas mengenai perancangan video informasi dengan tujuan mengefektifkan media informasi yang selama ini belum pernah dilakukan. Media informasi yang sebelumnya, dikemas dengan video sinematografi berdurasi panjang yang dirasa kurang efektif. Dengan latar belakang tersebut, diperlukan sebuah media informasi yang kreatif dan efektif berupa video infografis untuk obyek wisata Pikatan Waterpark. Perancangan ini dibuat menggunakan metode kualitatif dan kuantitatif serta menggunakan strategi *linear*. Hasil video informasi tersebut, nantinya akan dipublikasikan melalui jejaring sosial Pikatan Waterpark.

Kata kunci : Video informasi, Pikatan Water Park, Obyek wisata, infografis.

-
1. Mahasiswa Fakultas Teknologi Infomasi Universitas Kristen Satya Wacana Salatiga
 2. Staf Pengajar Fakultas Teknologi Infomasi Universitas Kristen Satya Wacana Salatiga

1. Pendahuluan

Sektor wisata merupakan salah satu penyumbang perekonomian bagi suatu daerah, seperti pernyataan Drs. Supratmantoro selaku Kepala Bidang Pariwisata Kabupaten Temanggung yang menyebutkan bahwa pendapatan suatu daerah salah satunya didapat dari sektor wisata yang ada. Dukungan dan usaha pengembangan dari pemerintah diharapkan akan memberikan dampak bagi peningkatan jumlah pengunjung tiap tahunnya. Seperti diketahui, Temanggung merupakan kota kecil yang terletak di Provinsi Jawa Tengah, dengan dataran tinggi di bawah kaki gunung Sumbing dan gunung Sindoro. Dengan banyaknya potensi alam yang ada, pemerintah berupaya untuk terus mengembangkan wisata alam yang menjadi unggulan dari kabupaten Temanggung. Tidak saja wisata alam yang terus dikembangkan, wisata buatan yang ada di kabupaten Temanggung juga terus dipantau dan dikembangkan oleh pemerintah kota. Salah satu wisata buatan yang menjadi unggulan adalah Pikatan Water Park, yang terletak di desa Mudal, Kecamatan Temanggung, Kabupaten Temanggung. Pikatan merupakan kolam renang biasa dengan mata air alami yang terus mengalir, Pikatan telah ada sejak zaman penjajahan Belanda sehingga memiliki nilai sejarah. Dengan luas bangunan sekitar 5 hektar, Pikatan memiliki lima kolam renang, satu diantaranya merupakan kolam renang prestasi yang biasa digunakan untuk pelombaan renang. Tiga kolam lainnya, masing-masing memiliki water slide, dengan ukuran terpanjang 40 meter. Selain itu, adapula wahana ember tumpah yang banyak diminati dan menjadi favorit pengunjung. Pikatan juga menyediakan wahana flying fox, outbound dan wahana baru yang dibuka tahun 2015 yakni Benteng Takashi, namun diakui oleh Arif Fahroji selaku staff di Pikatan Water Park, wahana tersebut sudah sangat jarang dipromosikan karena kurangnya minat dari pengunjung. Dalam dua tahun terakhir, pikatan sering mengalami kegagalan dalam mencapai target jumlah pengunjung. Berkurangnya jumlah pengunjung obyek wisata Pikatan Water Park disebabkan oleh beberapa faktor, salah satunya adalah kurang efektifnya pemilihan media informasi yang digunakan. Pemilihan media untuk penyampaian pesan harus didasarkan pada tiga faktor penting, yaitu: jangkauan pesan, frekuensi pesan yang disampaikan, dan dampak komunikasi yang disampaikan.[1]

Media informasi yang paling sering dilakukan masih sebatas menggunakan media cetak berupa kalender dan brosur yang disebar ke warung-warung dan sekolah-sekolah di sekitar daerah Temanggung, selain itu promosi melalui radio masih dilakukan hingga saat ini. Dengan melihat latar belakang ini, maka diperlukan media informasi yang lebih efektif dalam menyampaikan informasi sehingga dapat diterima masyarakat dengan jangkauan yang lebih luas, dengan memberikan solusi berupa perancangan video infografis yang dikonsept secara kreatif dan informatif, serta nantinya diharapkan dapat dipublikasikan melalui jejaring sosial dari pihak Pikatan Water Park. Diharapkan melalui video infografis ini, masyarakat lebih mengenal Pikatan Water Park melalui informasi yang ada, serta diharapkan dapat berdampak positif bagi pihak Pikatan Water Park dalam meningkatkan jumlah pengunjung.

2. Tinjauan Pustaka

Penelitian dengan judul “Video Animasi 2D Infografis Aplikasi LAKSA Pada Dinas Komunikasi dan Informatika Pemerintahan Kota Tangerang” oleh Allyufi Fazril Rasyidin, dan Deka Witara menyimpulkan bahwa media video infografis dapat dijadikan sebagai penunjang informasi pada layanan aplikasi LAKSA (Layanan Aspirasi Kotak Saran Anda), sehingga masyarakat dengan mudah dapat memberikan pesan, keluhan, saran, ataupun laporan kepada Dinas terkait pada Pemerintahan Kota Tangerang. Dengan merancang video infografis. [2]

Penelitian Rizky utari dengan judul dengan judul “Perancangan Video Infografis P.T. Bumi Artha Nugraha Sebagai Media Informasi Dengan Teknik Motion Graphic” menyimpulkan bahwa video infografis ini merupakan penyampaian informasi mengenai profil dan portofolio P.T. Bumi Artha Nugraha yang diperkuat dengan fakta mengenai potensi investasi properti di lokasi perumahan yang dikembangkan oleh P.T. Bumi Artha Nugraha. [3]

Video memiliki banyak jenis dan keunggulan, antara lain mudah diingat penonton, bersifat informatif namun tidak monoton, serta dapat dijangkau melalui media internet sehingga memudahkan dalam mencari informasi. Dengan berkembangnya teknologi yang ada, menuntut sebuah perusahaan untuk mempromosikan produk yang diunggulkan dengan cara yang berbeda dan kreatif sehingga mampu bersaing dan dapat mempertahankan bahkan meningkatkan volume penjualan. [1]

Infografis atau *Infographics* singkatan dari "*information graphic*". Istilah ini telah mendapatkan popularitas baru-baru ini didasarkan pada peningkatan penggunaan grafis dalam pemasaran online. [2]

Infografis adalah suatu bentuk penyajian data dengan konsep visual yang terdiri dari teks dengan tambahan gambar-gambar ilustrasi yang menarik. Proses pembuatan infografis biasa disebut dengan beberapa istilah yang berbeda seperti *data visualization*, *information design* dan *information architecture*. Secara umum hasil akhir dari sebuah infografis mempunyai prosentase gambar visual yang lebih banyak dibandingkan informasi teks. [4]

Wisata adalah kegiatan perjalanan atau sebagian dari kegiatan tersebut yang dilakukan secara sukarela serta bersifat sementara untuk menikmati obyek dan daya tarik wisata. Seorang wisatawan berkunjung ke suatu tempat/daerah/Negara karena tertarik oleh sesuatu yang menarik dan menyebabkan wisatawan berkunjung ke suatu tempat/daerah/Negara disebut daya tarik dan atraksi wisata. [5]

Wisata Keluarga yaitu suatu perjalanan wisata yang dilakukan oleh serombongan keluarga. [6]

Media “bentuk jamak dari kata medium” yang merupakan kata yang berasal dari bahasa katin medius, yang secara harfiah berarti “tengah” “perantara” atau “pengantar”. Oleh karena itu, media dapat diartikan sebagai perantara atau pengantar pesan dari pengirim ke penerima pesan. Media dapat berupa sesuatu bahan “software” dan/atau alat “hardware”. [7]

Media informasi dapat disimpulkan sebagai alat untuk mengumpulkan dan menyusun kembali sebuah informasi sehingga menjadi bahan yang bermanfaat bagi penerima informasi, adapun penjelasan Sobur (2006) media informasi adalah

“alat-alat grafis, fotografis atau elektronis untuk menangkap, memproses, dan menyusun kembali informasi visual”. [8]

Temanggung memiliki banyak potensi pariwisata, salah satunya obyek wisata Pikatan Water Park yang terletak di Desa Mudal Kecamatan Temanggung, yang banyak diminati masyarakat Temanggung sebagai salah satu tujuan wisata keluarga. Pikatan Water Park merupakan embrio bagi perkembangan wisata di Kabupaten Temanggung yang dijadikan sebagai pedoman yang dapat diandalkan. Pikatan Water Park merupakan obyek wisata air yang diunggulkan karena memiliki sumber mata air yang terus – menerus mengalir. Pikatan Water Park merupakan salah satu sumber pendapatan terbesar di Kabupaten Temanggung. Pikatan Water Park sudah berdiri sejak tahun 1990-an dan dikenal dengan nama kolam renang Pikatan, setelah mengalami pembangunan kembali pada tahun 2007, diberilah nama Water Park di belakangnya. Obyek wisata air menjadi tujuan wisata Karena dapat dinikmati segala usia. Tantangan terbesar bagi sebuah obyek wisata agar tetap dikenal dan banyak dikunjungi wisatawan adalah bagaimana cara menginformasikan obyek wisata yang ada dengan cara yang kreatif dan jangkauan informasi yang disampaikan luas. [9]

Multimedia merupakan kombinasi teks, seni, suara, gambar, dan video yang disampaikan dengan komputer atau dimanipulasi secara digital dan dapat disampaikan dan/atau dikontrol secara interaktif. [10]

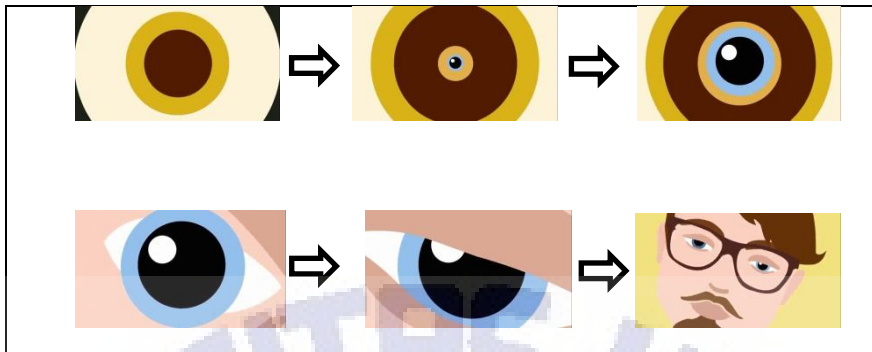
Animasi berasal dari kata “*to animate*” yang artinya menggerakkan. Animasi sendiri merupakan suatu teknik menampilkan gambar berurutan sedemikian rupa sehingga penonton merasakan adanya ilustrasi gerakan (motion) pada gambar yang ditampilkan. [10]

Flat Design adalah desain dengan pendekatan minimalis yang menekankan kegunaan, dengan desain yang bersih tanpa ada bevel, bayangan, tekstur, berfokus pada tipografi, warna-warna cerah dan ilustrasi dua dimensi.[11]



Gambar 1. Pikatan Water Park

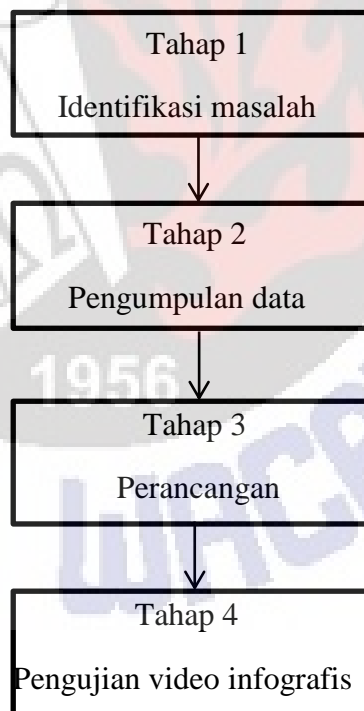
Suatu bentuk penyajian data dengan konsep visual yang terdiri dari teks dengan tambahan gambar-gambar ilustrasi yang menarik [4] Contoh referensi *printscreen* video dan alur gerakan dari infografis yang diambil melalui internet dapat dilihat pada gambar 2.



Gambar 2 Alur pergerakan infografis.

3. Metode Penelitian

Metode dalam perancangan video infografis ini menggunakan *mix method* yaitu kualitatif dan kuantitatif. Pada pengumpulan data kualitatif, dilakukan wawancara sedangkan kuantitatif dilakukan penyebaran kuesioner. Dalam perancangan video infografis obyek wisata Pikatan Water Park, strategi yang digunakan adalah strategi penelitian *linier*. Yang tahapan perancangannya sederhana dan logis. Tahapan perancangan video infografis yang digunakan dapat dilihat dilihat pada Gambar.3

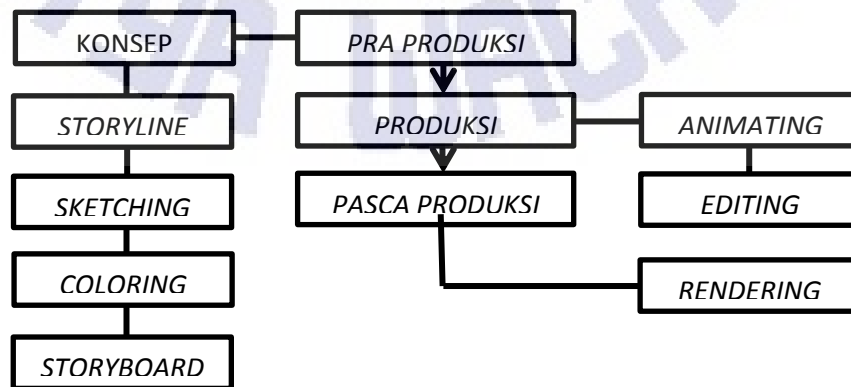


Gambar 3 Tahap strategi penelitian

Tahapan yang pertama dalam perancangan video infografis adalah identifikasi masalah untuk melihat masalah yang terjadi pada obyek wisata Pikatan Waterpark. Pada tahap ini dilakukan pengumpulan data kualitatif dengan melakukan wawancara kepada Kepala Bidang Pariwisata Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Temanggung, Drs. Supratmantoro

serta Staff Sekeretariat dan Pembangunan obyek wisata Pikatan Water Park, Arif Fahroji. Sedangkan metode kuantitatif dilakukan dengan menyebarkan 50 kuesioner kepada masyarakat di wilayah Temanggung guna mendapatkan informasi secara valid mengenai obyek wisata Pikatan Water Park di Kabupaten Temanggung sesuai dengan judul penelitian. Adapun instrumen penelitian yang digunakan adalah berupa pedoman wawancara yang menjadi patokan dasar dalam proses wawancara. Pedoman wawancara ini dibuat sesuai dengan kebutuhan dari peneliti sesuai dengan judul penelitian. Informasi dan data yang telah di dapat menjadi data primer. Disamping itu pengumpulan data sekunder dilakukan dengan mencari jurnal, dokumen, dan sumber pustaka yang pernah ada sesuai dengan konsentrasi dan pembahasan yang sama, guna menjadi pelengkap dan pendukung dari data primer. Jenis data yang dikumpulkan bersifat kualitatif dan kuantitatif. Pemilihan dua jenis data ini dilakukan dengan pertimbangan yang memang diperlukan bagi kelengkapan data penelitian. Observasi juga dilakukan oleh peneliti guna mengamati dan menangkap gejala yang ada di sekitar obyek wisata, dengan tujuan mengetahui keadaan dan frekuensi dari jumlah pengunjung di obyek wisata Pikatan Water Park, yang selanjutnya dianalisis untuk menjawab masalah penelitian yang selanjutnya dilakukan analisis data untuk melihat permasalahan dari sebuah penelitian yang telah dilakukan untuk memperoleh hasil yang nantinya akan digunakan sebagai tolak ukur dalam perancangan video infografis. Analisis data dilakukan dengan memeriksa kembali kelengkapan data yang telah di dapat. Hasil analisis yang diperoleh yaitu video infografis dengan durasi yang lebih singkat dikemas secara jelas dan bersifat informatif sangat diperlukan sebagai media informasi, dimana video dengan teknik sinematografi yang sebelumnya dirasa terlalu panjang dan kurang efektif dalam menyampaikan informasi obyek wisata Pikatan Water Park.

Tahapan yang ketiga merupakan tahap perancangan video, pada tahapan ini data yang telah di dapat dari proses analisis data diolah kembali. Data yang ada digunakan sebagai tolak ukur dalam pembuatan konsep, yang kemudian dirancang menggunakan metode perancangan data. Tahapan ini terdiri dari proses pra-produksi, produksi, dan pasca produksi. Bagan metode perancangan yang digunakan dalam tahapan ini dapat dilihat pada Gambar. 4



Gambar 4. Bagan metode perancangan

Proses yang pertama merupakan proses pra-produksi, yaitu menentukan konsep serta membuat alur skenario pada video, konsep dan ide cerita perancangan video ini adalah menginformasikan obyek wisata Pikatan Water park kepada masyarakat dengan animasi infografis. Tujuan pembuatan video infografis ini adalah menginformasikan serta merekomendasikan obyek wisata Pikatan Water Park kepada masyarakat sebagai obyek wisata air alami khas pegunungan di Kabupaten Temanggung dengan target utama yaitu anak muda.

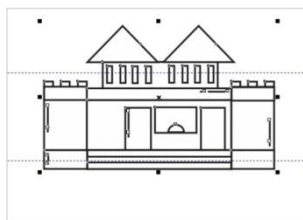
Storyline dalam animasi biasanya ditampilkan dengan segmen-segmen tertentu dan dengan memakai penjelasan-penjelasanannya, sehingga sang ilustrator dapat memahami seperti apa nantinya alur tersebut dapat digambarkan. [12] *Storyline* dari video infografis obyek wisata Pikatan Waterpark pertama-tama memunculkan logo Pikatan Waterpark, kemudian memunculkan visualisasi gerbang masuk Pikatan Waterpark. Berikutnya menginformasikan mengenai fasilitas dan wahana yang ada di pikatan waterpark menggunakan penjelasan berupa teks dan narasi guna menjadi pelengkap informasi dalam video. Setelah itu, menginformasikan tentang area parkir, loket masuk serta tarif masuk ke pikatan Water Park, yang juga menginformasikan kolam renang dan fasilitas yang ada diselingi dengan text sebagai pelengkap informasi. Pada menit akhir video, dimunculkan kembali logo Pikatan Waterpark sebagai *closing*.

Tahap yang ketiga merupakan tahap *sketching* atau proses desain sketsa. Sketsa biasanya memberikan gambaran-gambaran, seperti tokoh, latar, dan pengambilan gambar sebagai landasan awal atau utama dalam perfilman, khususnya animasi.[12] Proses pembuatan sketsa dilakukan dengan mencari beberapa referensi data visual melalui internet berupa gambar *flat design*, yang dapat dilihat pada gambar 5.



Gambar 5. referensi *flat design*

Pada proses *sketching*, jenis desain yang dipilih berupa *flat design* dengan tambahan *outline* pada obyek, dimaksudkan agar *audience* dapat melihat obyek dengan lebih mudah dan jelas. Sketsa dapat dilihat pada gambar 6.



Gambar 6 Tahap pembuatan sketsa

Tahap berikutnya adalah *coloring* atau pewarnaan. Tahap pewarnaan dapat dilihat pada gambar 7.




Gambar 7. Tahap pewarnaan obyek


Dalam tahap pewarnaan, warna yang dipilih adalah warna-warna cerah yang menggambarkan kesan ceria dan bersemangat sesuai dengan obyek yang digambarkan yaitu wahana bermain yang penuh keceriaan.

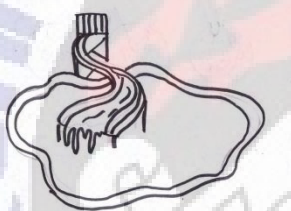
Pada tahap selanjutnya pembuatan *storyboard* yang merupakan penuangan gambaran tentang cerita sebagai dasar visual yang akan menjadi basis animasi. *Storyboard* merupakan deskripsi dari tiap *scene* yang secara jelas menggambarkan obyek multimedia serta perilakunya [12] *storyboard* digunakan sebagai tolak ukur dalam perancangan desain. Tabel *storyboard* dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1. Storyboard

No	Gambar	Durasi	Keterangan
1		00:00:10	Logo Pikatan Waterpark
2		00:00:10	Flat design pintu masuk pikatan waterpark,
3		00:00:10	Flat design gapura batas kotatemanggung. Flat design gunung sumbing dan gunung sindoro Flat design patung tani Flat design daun tembakau Flat design kuda lumping
4		00:00:10	Typography 100 kendaraan, dan 50 kendaraan Flat design sepeda motor Flat design mobil


5  00:00:10 Flat design loket
Typography senin – jumat, sabtu dan minggu
Flat design uang

6 6  00:00:05 Typography free
Flat design botol minuman

7  00:00:30 Flat design kelima kolam renang

8  00:00:30 Menginformasikan kedalaman kolam

9  00:00:10 Flat design tempat bilas

10  00:00:05 Flat design shower

11		00:00:10	Flat design makanan dan minuman
12		00:00:05	Flat design mushola
13		00:00:05	Logo Pikatan Waterpark

Proses berikutnya masuk pada tahap produksi yang merupakan proses *animating* video, mengubah gambar diam menjadi bergerak dengan cara memberikan pergerakan atau *motion*. Tahap *animating* video dapat dilakukan bersamaan dengan proses *editing* video yang dapat dilihat pada Gambar 8.



Gambar 8. *Editing* video

Pada tahap ini, *motion* yang dipilih merupakan *motion* trasi bentuk dan warna yang bertujuan memberikan kesan dinamis sehingga *audience* tidak merasa bosan dengan warna yang monoton. *Editing* video berupa proses mengubah, menambah, atau mengurangi subjek benda yang telah dibuat pada proses *animating* sehingga hasil yang diperoleh sesuai dengan *storyboard*.

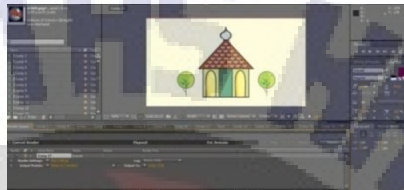
Text merupakan salah satu aspek penting dalam memberikan informasi pada sebuah video. Dengan adanya text, informasi yang disampaikan dapat lebih mudah dipahami oleh *audience*. Text tidak dapat terlepas dari tipografi, yang selalu berkaitan dengan jenis huruf. Pada video infografis ini, jenis huruf yang dipilih adalah Impact yang memiliki ciri bertangkai tebal dengan ukuran ketebalan sama pada seluruh tangkainya. Jenis huruf ini mampu dibaca secara jelas. Jenis huruf Impact dapat dilihat pada Gambar 9.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

1234567890,?!&()

Gambar 9. font Impact

Tahap selanjutnya merupakan proses *rendering* yang dapat dilihat pada Gambar 10.



Gambar 10. Proses rendering

Rendering dilakukan supaya proses *animating* pergerakan yang telah dikerjakan menjadi sebuah infografis dapat di *export* menjadi sebuah final video, yang dapat ditampilkan dalam media-media visual.[12]

4. Hasil dan Pembahasan

Video infografis obyek wisata Pikatan Water Park dibuat dengan tujuan meningkatkan efektifitas media informasi yang diharapkan dapat menarik pengunjung dan menjadi rekomendasi tujuan wisata bagi masyarakat.

Pada *opening* ditampilkan logo Pikatan Water Park. Penempatan logo pada awal video bertujuan untuk menjelaskan bahwa video dibuat untuk tujuan menginformasikan tentang obyek Pikatan Water Park, yang dapat dilihat pada Gambar 12.



Gambar 11. Logo Pikatan Water Park

Informasi pada video yang ditampilkan adalah gunung, gerbang masuk kota, kuda lumping, dan patung tani yang menjadi ikon bagi kota Temanggung. Selain gambar, narasi dan teks juga diberikan guna melengkapi informasi pada video. Dapat dilihat pada Gambar 12.



Gambar 12. Visualisasi ikon kota Temanggung

Kemudian ditampilkan gerbang masuk Pikatan Water Park dan harga tiket masuk Pikatan Water Park. Dapat dilihat pada Gambar 13.



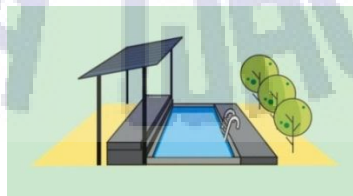
Gambar 13. visualisasi gerbang dan harga masuk

Pada menit berikutnya ditampilkan fasilitas berupa tempat parkir yang memadai, baik parkir kendaraan roda dua maupun roda empat. Teks dan narasi juga ditampilkan guna melengkapi informasi. Visualisasi tempat parkir dapat dilihat pada Gambar 14.



Gambar 14. Visualisasi tempat parkir.

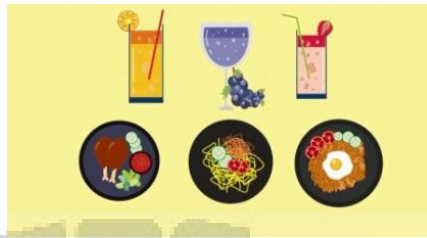
Pada *scene* berikutnya, ditampilkan visualisasi 5 kolam renang dengan dilengkapi informasi melalui narasi sehingga informasi dapat disampaikan dengan lebih lengkap dan jelas. Visualisasi kolam renang dapat dilihat pada Gambar 15.



Gambar 15. Visualisasi kolam renang

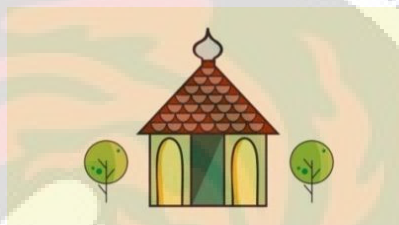
Visualisasi makan dan minuman ditampilkan pada *scene* ke 6 guna memberikan informasi pada *audience* bahwa di ruang lingkup Pikatan disediakan warung dan gazebo bagi pengunjung yang ingin membeli makan dan minuman.

Visualisasi makan dan minuman dapat dilihat pada Gambar 16.



Gambar 16. Visualisasi makanan dan minuman

Ditampilkan visualisasi fasilitas berupa mushola yang disediakan Pikatan Waterpark bagi yang ingin beribadah tanpa harus keluar dari gerbang. Visualisasi mushola dapat dilihat pada gambar 17.



Gambar 17. Visualisasi mushola

Dan pada *closing*, logo pikatan water park di tampilkan kembali. Dapat dilihat pada gambar 18.



Gambar 18. Logo Pikatan Waterpark

Perancangan media informasi obyek wisata Pikatan Waterpark menggunakan dua cara yaitu secara online dan offline. Dalam perancangan yang bersifat online, perancangan media dilakukan melalui jejaring sosial seperti Facebook, Youtube, dan Instagram. Sedangkan yang bersifat offline perancangan media informasi diletakkan pada pintu masuk obyek wisata Pikatan Waterpark, loket, dan gazebo.

Pengujian video infografis obyek wisata Pikatan Waterpark telah diujikan kepada pihak pengelola Pikatan Waterpark untuk mengetahui validitas dan kesesuaian isi dengan kebutuhan dalam memberikan informasi kepada *audience* seperti konten, warna, serta informasi penting yang diperlukan dalam video. Menurut pengelola Pikatan Waterpark, media informasi berupa video infografis dapat menjadi alternatif yang kreatif dalam menyampaikan informasi kepada

audience. Video tersebut dinilai dapat membantu pihak Pikatan Waterpark dalam menyampaikan informasi mengenai fasilitas dan wahana yang terdapat dalam Pikatan Waterpark sehingga diharapkan dapat menarik pengunjung. Pihak pengelola Pikatan Waterpark nantinya akan mengunggah video infografis tersebut melalui sosial media dari pihak Pikatan Waterpark sebagai media informasi.

Pengujian selanjutnya dilakukan dengan mengujikan video informasi ke salah satu animator di Salatiga Michael Bezaleel Wenas, melalui pengujian tersebut dapat disimpulkan bahwa teknik ilustrasi dari video tersebut dari segi grafis sudah menarik bagi *audience*, warna yang diambil sudah sesuai dengan konsep, pemilihan kontras warna kurang cerah sedangkan dari segi *typography* jenis font yang dipilih sudah sesuai sehingga informasi yang ditampilkan jelas terbaca. Dari segi teknik animasi pada video informasi tersebut menarik dari segi pergerakan dan transisi. Backsound sudah sesuai dengan konsep, suara terlalu keras sehingga narasi kurang terdengar.

Pengujian yang kedua, dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada responden di sekitar daerah Temanggung kepada sebanyak 70 responden berusia rata-rata 15-25 tahun. Rumus yang digunakan menggunakan rumus Likert. Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai video promosi obyek wisata Pikatan Waterpark dapat dilihat dalam tabel 1.

Tabel 2.Presentase hasil kuesioner

No. Pertanyaan	Hasil presentase (%)
1. Apakah anda mengetahui pikatan waterpark sebelumnya?	Ya : 71% Tidak : 29%
2. Bila ya, darimana anda mengetahuinya?	Teman :64% Radio : 14% Internet :2%
3. Jenis media apa yang paling sering anda gunakan untuk mencari informasi (seputar pariwisata)?	Media cetak : 10% Internet : 90%
4 .Menurut anda, media informasi apa yang menarik bagi anda?	Baliho : 18% Radio :11% Internet :71%
5. Menurut anda, jenis media informasi apa yang dapat memberikan informasi secara lebih lengkap?	Media cetak : 27% Video : 73%
6. Menarikkah video infografis pikatan waterpark tersebut?	Ya : 68% Biasa : 27% Tidak : 5%
7.Apakah melalui video tersebut anda memperoleh informasi penting tentang pikatan waterpark ?	Ya:90% Kurang:10% Tidak :0%
8.Apakah media informasi berupa video infografis menarik perhatian anda terhadap sebuah obyek wisata?	Ya :74%

	Biasa :24%
	Tidak :2%
9.Setelah melihat video tersebut, apakah ada ketertarikan untuk mengunjungi Pikatan waterpark?	Ya :75%
	Ragu :21%
	Tidak :4%
10.Menurut anda bagaimana efektifitas durasi dalam video tersebut?	Cukup :97%
	Telalu singkat :3%
	Terlalu panjang :0%

Dari data yang didapat, sebanyak 71% responden mengetahui tentang obyek wisata pikatan waterpark dan sisanya 29% tidak mengetahui dikarenakan tidak tinggal menetap di kota Temanggung atau pendatang. Dapat disimpulkan bahwa 68% responden tertarik untuk menonton video tersebut, dan 90% informasi yang terdapat dalam video dapat tersampaikan kepada *audience*.

5. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa perancangan video infografis obyek wisata pikatan waterpark dapat memberikan solusi dalam meningkatkan media informasi yang ada, serta dapat menginformasikan kepada masyarakat khususnya di daerah Temanggung dengan jangkauan yang lebih luas. Video tersebut dapat pula digunakan sebagai alternatif media informasi bagi pengelola Pikatan Waterpark dalam menginformasikan obyek wisata dengan lebih kreatif dan efektif, sehingga diharapkan dapat tepat sasaran dengan frekuensi jangkauan yang lebih luas, baik bagi masyarakat Temanggung maupun diluar Temanggung. Durasi dalam video infografis dirasa cukup efektif untuk di *publish* melalui akun resmi Pikatan Waterpark.

Daftar Pustaka

- [1] Freddy Rangkuti, 2009, *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*, Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama
- [2] Allyufi Fazril Rasyidin, Deka Witaru. 2016. Video Animasi 2D Infografis Aplikasi LAKSA Pada Dinas Komunikasi dan Informatika Pemerintahan Kota Tangerang. Tangerang : STMIK Raharja.
- [3] Rizki Utari. 2014. Perancangan Video Infografis P.T Artha Nugraha Sebagai Media Informasi dengan Teknik Motion Graphic. Yogyakarta : Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer AMIKOM.

- [4] <https://www.maxmanroe.com/mengenal-pengertian-infografis-dan-jenisnya.html> (diakses pada tanggal 25 Mei 2017)
- [5] Ian Asriandy. 2016. Strategi Pengembangan Obyek Wisata Air Terjun Bissappu di Kabupaten Bantaeng. Bantaeng : Universitas Hasanuddin
- [6] <http://repository.usu.ac.id> (diakses 30 Mei 2017)
- [7] <http://www.dosenpendidikan.com> (diakses pada tanggal 30 Mei 2017)
- [8] Tri Eko Addi Astari. 2013. Media Informasi Berbasis Multimedia Untuk Puskesmas Tambun. Yogyakarta : Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer AMIKOM
- [9] Temanggungkab.info/info/detail/53/503/pariwisata.html (diakses pada tanggal 5 Desember 2016)
- [10] <http://onlinepublication.amikompurwokerto.ac.id/> (diakses pada tanggal 29 Mei 2017)
- [11] <http://www.pindexain.com/apa-itu-flat-design/> (diakses tanggal 30 Mei 2017)
- [12] Arief Ruslan, 2016, *Animasi Perkembangan dan Konsepnya*, Jakarta :Ghalia Indonesia