

MENGENALKAN ALAM DESA SELOTAPAK MOJOKERTO MELALUI FOTO *LANDSCAPE* BERBASIS *INSTAGRAM*

Setian Eka Pramudya¹, Tri Cahyo Kusumandyoko²

¹Jurusan Desain, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Surabaya
setian.17021264006@mhs.unesa.ac.id

²Jurusan Desain, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Surabaya
trichayo@unesa.ac.id

Abstrak

Selotapak merupakan salah satu Desa di Wilayah Trawas Mojokerto yang memiliki potensi wisata alam sangat menarik dan berpotensi untuk dikembangkan. Informasi mengenai desa tersebut masih belum banyak diketahui oleh masyarakat di luar Mojokerto. View destinasi tempat yang ada di media Desa Selotapak belum cukup untuk memberikan suatu daya tarik wisatawan untuk datang ke Desa Selotapak karena untuk kebutuhan pribadi. Maka tujuan penelitian dari permasalahan yang ada yaitu untuk mendeskripsikan konsep perancangan *micro blog* pada *instagram*. Strategi yang dirancang oleh peneliti untuk mengenalkan Desa Selotapak menggunakan konsep *microblog*, yang menyajikan foto dan informasi di dalam media *instagram*. Hal tersebut diharapkan mampu untuk memberikan kontribusi untuk mengenalkan Desa Selotapak secara luas. Metode penelitian yang digunakan pada perancangan ini menggunakan kualitatif dengan wawancara dan observasi dengan analisis data 5W + 1H. Hasil dari penelitian ini pembuatan foto *landscape* yang disajikan dengan konsep *microblog* kedalam media *instagram*.

Kata Kunci: Selotapak, Fotografi, Alam Desa, Instagram

Abstract

Selotapak is one of the villages in the Trawas Mojokerto Region which has very interesting natural tourism potential and has the potential to be developed. Information about the village is still not widely known by people outside Mojokerto. The view of destination places in Selotapak Village media is not enough to provide an attraction for tourists to come to Selotapak Village due to personal needs. So the research objective of the existing problems is to describe the concept of designing a micro blog on Instagram. The strategy designed by researchers to introduce Selotapak Village uses the concept of a microblog, which presents photos and information on Instagram media. This is expected to be able to contribute to the introduction of Selotapak Village widely. The research method used in this design uses qualitative interviews and observations with 5W + 1H data analysis. The results of this study are making landscape photos presented with the concept of microblog into Instagram media.

Keywords: Selotapak, Photography, Nature Village, Instagram

PENDAHULUAN

Mojokerto merupakan sebuah kabupaten yang berada di wilayah Jawa Timur dengan luas wilayah keseluruhan mencapai 692,15 km². Kabupaten Mojokerto terkenal dengan destinasi budaya seperti peninggalan Candi Kerajaan *Majapahit*, namun bukan hanya itu, di Mojokerto juga terdapat banyak tempat dengan pemandangan alam yang indah dan layak untuk dijadikan tempat berlibur. Tempat wisata pada umumnya

merupakan destinasi alam dan bisa juga buatan, untuk mengembangkannya memerlukan atensi yang intensif, contohnya dengan metode menempatkan wisata yang seimbang dengan budaya, alam, serta warga yang terdapat di setiap wilayah. Hal ini bertujuan untuk kelestarian alam yang terletak di wilayah Mojokerto (Arini, 2020).

Saat ini banyak anak muda atau remaja yang sering menikmati hari libur untuk berpergian ke suatu tempat untuk mencari suasana baru yang

diinginkannya. Tempat dengan pemandangan alam yang indah adalah salah satu tempat yang sering dikunjungi kalangan anak muda saat pergi berlibur, meskipun hanya berfoto atau hanya sekedar kumpul bersama.

Desa wisata merupakan sebuah kawasan yang mempunyai ciri khusus untuk menjadi tujuan wisata. Banyak jenis ciri khusus yang bisa menjadi kawasan wisata, antara lain budaya, makanan khas, sistem pertanian, dan sistem sosial budaya. Desa wisata juga dapat dibentuk tanpa meninggalkan kearifan-kearifan lokal, serta mengangkat potensi alam yang ada desa, misalkan sawah terasering. Semua ini bertujuan untuk meningkatkan perekonomian masyarakat desa sehingga berdampak pada peningkatan kesejahteraan masyarakat desa secara luas (Yuwono, 2018).

Desa Selotapak ini memiliki potensi wisata yang bisa dikembangkan untuk dikenalkan karena keadaan lingkungan di Desa Selotapak tersebut memiliki pesona alam dengan latar pemandangan pegunungan, dan hamparan persawahan serta terasering yang indah, wisata sumber air dan wisata budaya. Atmosfer yang tenang serta aman, panorama alam yang indah, budaya lokal yang masih dilestarikan, serta tanah yang produktif sangat menunjang terlaksananya desa wisata (Asmawati, 2020).

Mengingat kondisi Desa Selotapak yang potensi wisata bisa dikembangkan perlu adanya media yang dapat memberikan informasi untuk bisa mengenalkan alam Desa Selotapak. Diharapkan adanya media informasi atau promosi, bisa mengangkat perekonomian masyarakat dan pemanfaatan sumber daya alam di Desa Selotapak tersebut untuk dikelola menjadi lebih baik kedepannya dan bisa mendatangkan banyak wisatawan luar.

Publikasi dan promosi saat ini menjadi kunci untuk memberikan langkah awal dalam mengenalkan sebuah tempat atau sebuah entitas ke banyak orang, media yang cukup tren saat ini untuk dijadikan tempat promosi yaitu ada *instagram*, *tiktok*, *youtube*.

Menurut Purnomo (2019), *Instagram* merupakan media sosial yang sering digunakan oleh masyarakat luas yang sanggup menjadi viralnya suatu destinasi digital. Pastinya mempunyai bingkai estetika tertentu yang

sanggup pengaruhi sikap dari orang yang memandang secara tidak langsung maupun secara psikis. Potret destinasi digital yang viral kerap pula diucap dengan sebutan "*Instagramable*". Sebutan *instagramable* dari kata "*instagram*" dan "*able*" yaitu mengacu pada lokasi objek wisata yang sering mengundang hasrat mau mengabadikan pengalaman melancong di tempat tersebut kemudian membagikannya di media sosial. Potret-potret wisata menggambarkan bagaimana seseorang memberikan pengalaman wisata mereka serta menunjukkan terjadinya ikatan antara pengalaman wisata dengan fotografi.

Bersamaan dengan tumbuhnya teknologi, memotret sekarang lebih mudah, semua orang bisa menjadi fotografer, baik itu semata-mata hanya hobi, dokumentasi ataupun pekerjaan yang sedang ditekuninya, dimana masyarakat berfikir memfoto bisa dilakukan lebih gampang dan praktis, ibaratkan tinggal pencet, foto sudah jadi (Harsanto, 2017). Pengungkapan ini secara tidak langsung memberikan gambaran secara deskriptif bagaimana sebuah foto dapat memberikan efek dramatis dan persuasif dari sisi pengalaman berwisata.

Dari hasil observasi dan wawancara yang peneliti dapatkan di Desa Selotapak memiliki akun *instagram* tempat untuk kegiatan Karang Taruna Desa Selotapak dan organisasi lainnya. Namun kurangnya perhatian dari pengelola desa maka dari itu media tersebut menjadi kurang bermanfaat. Menurut Kepala Desa Selotapak bahwasannya telah diadakan agenda untuk pengolahan sadar wisata mulai dari pengolahan sumber daya alamnya dan pemetaan potensi yang dihasilkan oleh warga sekitar, namun permasalahannya belum ada untuk media promosi pengolahan dan pengenalan Desa Selotapak itu sendiri. Kepala Desa Selotapak berharap dapat dibuatkan media yang mampu mengangkat potensi wisata Desa Selotapak supaya lebih dikenal oleh masyarakat luas akan keindahan yang dimiliki.

Dari beberapa data pernyataan di atas, penulis berpikir bahwa kurangnya media promosi tentang Desa Selotapak untuk dibuatnya suatu media yang dapat memberikan petunjuk mengenai informasi untuk potensi wisata yang ada di Desa Selotapak. Melalui media tersebut diharapkan dapat memberikan daya tarik lebih kepada semua

orang untuk mengunjungi dan dapat memberikan suatu dampak yang positif kepada pembangunan sektor wisata, dan pengelolaan sumber daya alam yang ada di desa tersebut.

Berdasarkan dari rumusan masalah bagaimana mendeskripsikan konsep dan proses perancangan microblog pada *instagram* dengan tujuan untuk mendeskripsikan konsep perancangan *microblog* pada *instagram*. yaitu untuk memberikan informasi dan menarik minat kepada masyarakat luas tentang informasi Desa Selotapak yang memiliki potensi wisata untuk dikembangkan dari segi sektor pembangunan wisata, berupa hasil foto landscape yang disajikan dalam bentuk *microblog* pada media *instagram*.

METODE PENELITIAN

Metode yang diterapkan peneliti untuk membuat sebuah rancangan fotografi ke dalam media *instagram* untuk memperkenalkan alam Desa Selotapak yaitu dengan menggunakan metode pendekatan secara deskriptif kualitatif untuk mempermudah dalam perancangan. Di dalam deskriptif kualitatif dapat menghasilkan data deskriptif yang berupa kata-kata atau lisan dalam konteks yang bersifat alamiah (Moleong, 2014:4).

Jenis data yang digunakan pada penelitian ini terdapat dua jenis data, yaitu data primer yang merupakan data pokok yang menjadi acuan sebuah penelitian yang diperoleh dari narasumber yang berkaitan langsung dengan Desa Selotapak atau informan yaitu warga sekitar dan Kepala Desa yang mengetahui tentang wilayah dan mengenal tempat tersebut. Data sekunder merupakan data pelengkap data ini berupa literatur dari internet, buku, dan artikel jurnal.

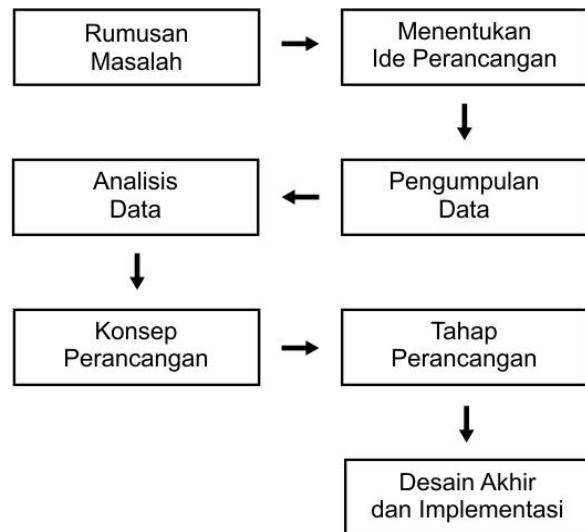
Metode pengumpulan data yang peneliti gunakan meliputi wawancara, observasi, dan dokumentasi. Peneliti juga mengambil data dari studi literatur dan beberapa data pustaka yang berkaitan dengan proses penelitian yang dibuat. Kegiatan seperti observasi, dokumentasi, dan wawancara juga membantu untuk mempermudah dalam pengumpulan data.

Untuk mendapatkan data ini peneliti melakukan kegiatan wawancara dengan Kepala Desa Selotapak dan beberapa warga sekitar dan dilanjutkan dengan observasi ke berbagai tempat

di Desa Selotapak dan dilakukan dokumentasi untuk pengumpulan data.

Metode observasi ini peneliti untuk melaksanakan pengamatan yang dapat dicoba secara langsung maupun tidak langsung kepada objek riset dengan memakai lembar pengamatan serta panduan pengamatan sebagai acuan. Metode ini dilakukan untuk mendapatkan data tambahan yang akan membantu penulis tentang Desa Selotapak.

Dokumentasi dilakukan dengan mengambil data-data yang sudah ada dalam bentuk dokumen, laporan, jurnal, foto, video. Maka peneliti dapat menggunakan data tersebut dari sumber-sumber yang berkaitan dengan perancangan yang akan dibuat.



Gambar 1. Proses perancangan
(Sumber: Pramudya, 2021)

Dalam teknik analisis data menurut Bogdan (dalam Sugiyono, 2016) merupakan metode analisis dengan mencari data pada fakta-fakta dari sumber yang saling berkaitan, seperti wawancara atau studi pustaka, mengorganisir data dan menjabarkan sehingga jelas setelah itu dikelola untuk menemukan yang penting dan mana yang tidak diperlukan kemudian ditarik kesimpulan guna memperoleh data yang valid dan akurat. Teknik penggunaan analisis data untuk penelitian ini menggunakan 5W+1H (*What, Who, When, Where, Why, and How*).

1. *What* (media apa yang digunakan dalam mengenalkan alam Desa Selotapak?)

- (apa konsep *layout* yang digunakan dalam mengenalkan Desa Selotapak?)
2. *Who* (siapa target yang dituju dari perancangan untuk mengenalkan alam Desa Selotapak?)
 3. *When* (kapan hasil dari perancangan ini di publikasi?)
 4. *Where* (dimana hasil perancangan ini akan dipublikasi atau dikenalkan?)
 5. *Why* (mengapa Desa Selotapak dipilih dan perlu dikenalkan?),
(mengapa memilih media instagram sebagai alat untuk mengenalkan?)
 6. *How* (bagaimana teknik yang digunakan kamera pada proses pengambilan foto?),
(bagaimana strategi kreatif pengenalan yang digunakan?)

KERANGKA TEORITIK

Penelitian Terdahulu yang relevan

Mursal Ripai Hasibun (2018), dalam pemanfaatan foto *landscape* sebagai media informasi pariwisata Danau Toba di *instagram* Dinas Pariwisata Sumatera Utara. Pada perancangan ini membahas tentang bagaimana foto *landscape* dijadikan media informasi untuk tempat wisata, dan dikenalkan di dalam *instagram* Dinas Pariwisata yang di *layout* sesuai dengan keperluan promosi dan informasi. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan sumber daya yang diperoleh dari observasi, dan wawancara dengan narasumber yang terkait.

Adhanisa Chikameirani dan Fatchiya Anna (2017), dalam penelitiannya yang berjudul efektivitas *website* dan *instagram* sebagai sarana promosi kawasan wisata berbasis masyarakat, menjelaskan tentang bagaimana efektifitas atau perbedaan *website* dan *instagram*. Keduanya memiliki peran yang cukup berbeda, tetapi terdapat kesamaan sebagai media yang hanya untuk menarik perhatian, keingintahuan, dan informasi dari kawasan wisata.

Aji Susanto Anom Purnomo (2019), dalam penelitiannya yang berjudul pengungkapan estetika fotografi *instagramable* di era pariwisata destinasi digital menggunakan metode deskriptif. Hasil pembahasan dari penelitian ini yaitu dalam estetika fotografi yang dibutuhkan teknik yang bertujuan untuk memamerkan keindahan suatu objek atau tempat yang patut dikunjungi

keindahannya. Dan juga harus terdapat kreatifitas dalam teknik dalam mengelolah tempat tersebut dan tidak mengandalkan kekayaan alam saja.

Desa Selotapak merupakan salah satu desa yang berada di Kecamatan Trawas Mojokerto. Desa ini memiliki potensi wisata yang bisa dibesarkan keadaan lingkungannya. Lingkungan di wilayah Desa Selotapak sangat beragam, dengan pesona alam dan latar pemandangan gunung, hamparan persawahan serta terasering yang memanjakan mata di setiap pengunjung yang melihatnya. Bukan hanya itu terdapat juga wisata sumber air, *cafe*, *camp ground* dan kegiatan penduduk sekitar khususnya petani (Asmawati, 2020).

Fotografi

Fotografi merupakan suatu proses melukis cahaya menggunakan kamera maupun alat lainnya, untuk era sekarang teknologi *smartphone* sudah semakin maju untuk digunakan berfoto. Ilmu tentang fotografi sudah ada sejak jaman dulu, dengan adanya bukti dan hasil pengabdian setiap momen. Semenjak perkembangan teknologi, dampak dari fotografi telah menyebar di seluruh dunia yang menambah berbagai ragam bidang dan kebutuhan, misalnya dokumentasi, foto jurnalistik, kebutuhan pribadi sampai bersifat komersial sekalipun.

Jenis Fotografi

Jenis Fotografi Fotografi memiliki berbagai macam jenis sesuai dengan ketentuan atau kebutuhan yang diinginkan oleh fotografer. Jenis-jenis yang sering dijumpai antara lain.

1. Fotografi makro dikenal dengan pengambilan gambar dari jarak dekat dengan objek utama yaitu benda-benda kecil.
2. *Wildlife* fotografi, jenis fotografi ini lebih memfokuskan objek pengambilan foto kepada hewan atau keunikan hewan tersebut. Pada umumnya jenis ini kebanyakan untuk penelitian hewan yang ada di hutan.
3. *Street* fotografi, jenis ini bertujuan untuk mengabadikan momen kegiatan sehari-hari yang diambil secara cepat dan lugas, biasanya sering dijumpai di jalan, atau pasar.
4. *Food* fotografi yang berkaitan dengan makanan, minuman atau sejenisnya yang

biasanya dikaitkan dengan foto produk makanan, atau jajanan pasar.

5. *Landscape* fotografi, jenis ini merekam keindahan alam, dan dapat dikombinasikan dengan manusia atau hewan. Namun tetap berfokus pada keindahan alam. Ada subjenis dalam fotografi *landscape* yaitu *seascape* yang berfokus kepada laut, *cityscape* fokus perkotaan dan *skyscape* berfokus pada keindahan langit (Maharani, 2021).

Dari beberapa yang telah disebutkan dan tidak semua jenis fotografi disebutkan diatas, namun yang cocok atau sesuai dengan tema dari perancangan ini yaitu fotografi jenis *landscape*.

Micro Blog

Micro blog merupakan suatu *postingan online* singkat yang dibuat di dalam *platform* media sosial atau *web* tertentu. Isi dari *micro blog* biasanya menceritakan informasi aktifitas pengalaman atau pendapat pribadi yang terdiri dari foto, audio, video, dan juga teks bacaan. Teks bacaan dari *micro blog* biasanya tidak lebih dari 200 kata, dan untuk lebih menarik membutuhkan suatu sentuhan dari *copywriter* untuk menyusun kalimat yang menarik. Keunggulan *micro blog* yaitu bisa memuat suatu berita atau informasi yang bisa dipahami lebih mudah dan respon yang diterima lebih cepat. Media sosial yang dapat digunakan untuk *micro blog* terdiri dari *twitter*, *instagram*, *linkedin*, *youtube*. Masing-masing memiliki kelebihan dan kekurangan (Afifah, 2021).

Instagram

Media sosial merupakan sebuah media yang digunakan untuk interaksi sosial atau komunikasi sesama pengguna media tersebut. Media sosial bukan hanya digunakan untuk percakapan semata, tetapi juga bisa digunakan untuk melakukan promosi suatu barang dan jasa, atau bahkan bisa membuat suatu ide kreatif untuk membuat konten guna meningkatkan popularitasnya yang bisa dilihat bahkan oleh jutaan pengguna media sosial (Zarella, 2010:2).

Instagram merupakan aplikasi media sosial yang berguna untuk membagikan atau memposting foto dan video yang dapat dilihat oleh *followers* dan pengguna lainnya dari foto tersebut dan dapat saling memberikan komentar antara sesamanya. Sampai saat ini, pengguna media

instagram cukup mendatangkan hal positif. Karena saat ini media-media baru yang cepat diketahui oleh masyarakat yaitu melalui *Instagram*. Dengan cara mereka mengunggah foto atau video, kemudian bisa dilihat oleh orang dan bisa untuk *tag* maupun *share*. Hal itu menguntungkan dan bisa mempercepat informasi dan pengetahuan mengenai hal yang di unggah.

Fungsi Fitur Instagram

Fungsi fitur *instagram* mempunyai fungsi-fungsi tertentu seiring berkembangnya teknologi.

1. *Pengikut/follower Instagram* mempunyai sistem menjadi pengikut atau mengikuti akun dari user lain. Dengan begitu komunikasi informasi antar sesama pengguna *user* bisa saling mengetahui aktivitasnya. Pengikut menjadi hal penting karena mempengaruhi populer atau tidaknya pengguna itu.
2. Unggah foto dan video, dalam fitur ini pengguna dapat mengunggah foto dan video yang ingin diunggah. Dalam foto, bisa dilakukan hal hal yang berkaitan dengan *layout* desain agar bisa lebih menarik untuk penataannya jika dilihat dari pengguna lain. Hal itu bisa menarik ketertarikan pengguna lain untuk mengikuti akun tersebut. Dalam video, bisa digunakan untuk menunjukkan keperluan pribadi atau komersial. Untuk foto, sebelum diunggah bisa ditambahkan dengan fitur efek untuk menambah kesan dari foto tersebut.
3. *Caption* merupakan fitur yang mendukung untuk menjelaskan hasil *upload* foto maupun video yang berupa judul dan keterangan gambar. Pada fitur ini, bisa menambahkan *aroba* (*et/@*) untuk menyinggung atau menandai orang yang berkaitan dengan foto/video yang diunggah. Menambah lokasi foto itu diunggah, dan menambah *hastag* yang biasanya untuk kepentingan promosi dan mempermudah untuk mencari informasi yang berkaitan.
4. *Like, coment, share*, fitur ini hampir di setiap media sosial lainnya pasti ada.

Fitur ini bisa memberikan *like* kepada unggahan yang anda sukai, komentar jika ingin memberikan tanggapan dan *share* jika memang unggahan itu bermanfaat untuk diketahui oleh pengguna lain.

5. *Contest*/publikasi organisasi *instagram* yang sekarang ini sering dijadikan media untuk mempromosikan ajang-ajang *contest* seperti lomba fotografi, ataupun hal yang lainnya. Setiap perusahaan atau organisasi tertentu saat ini menggunakan media *instagram* untuk mempromosikan produk-produk mereka. Hal ini dimanfaatkan oleh pengguna *instagram* pribadi atau organisasi untuk menggunakan sebuah *instagram* untuk dijadikan media informasi kepada masyarakat luas (Puspita, 2020).

Desa Wisata

Desa wisata merupakan sebuah desa yang memiliki kelebihan dari segi budaya, dan hal tertentu yang dikelola untuk kepentingan ekonomi dan pembangunan bersama. Menurut Nuryanti dalam (Yulianti & Suwandono, 2016) desa wisata merupakan wujud kombinasi atraksi, akomodasi, dan fasilitas pendukung yang diterapkan dalam pola kehidupan masyarakat dengan tradisi yang berlaku dan keindahan alam yang menyatu sehingga membentuk suatu desa sebagai tujuan wisata.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengumpulan Data

Berdasarkan hasil dari data yang telah dikumpulkan oleh peneliti, Desa Selotapak merupakan desa yang terletak di kaki Gunung Penanggungan yang berada di wilayah Trawas Mojokerto, desa ini memiliki keindahan alam yang indah (Azizah, 2020). Bukan hanya itu Desa Selotapak memiliki tempat yang menarik untuk didatangi karena memiliki *view* pemandangan hamparan persawahan yang luas dan terasering yang menakjubkan, serta ditambahkan dengan latar belakang Gunung Penanggungan dan Gunung Welirang yang menambahkan keindahan yang mempesona. Peneliti mengumpulkan data observasi dan dokumentasi yang telah diambil dari

desa tersebut untuk dijadikan sebagai bahan data yang akan diolah menjadi bahan yang matang untuk sebuah informasi.

Dari sumber data yang diambil saat berada di wilayah Desa Selotapak sebagian besar penduduk yang ada di Desa Selotapak yaitu sebagai petani, karena desa tersebut mempunyai hamparan sawah yang sangat luas juga sebagian pendapatannya yaitu dari olahan sawah yaitu padi, umbi dan bawang. Jalan akses untuk menuju ke Desa Selotapak bisa menggunakan sepeda motor, sampai dengan mobil. Dari informasi yang ada, Desa Selotapak ramai dikunjungi saat *weekend*. Tujuan pengunjung atau *traveler* juga tidak hanya di terasering karena di Desa Selotapak mempunyai *Cafe* yang cukup populer di tengah persawahan yaitu dengan nama *Cafe Gartenhutte*.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Kepala Desa Selotapak Bapak Agus Sugiyono menyampaikan sebelum pandemi seperti saat ini pengunjung Desa Selotapak dan hasil panen pada setiap pekan meningkat. Pengunjung pada umumnya merupakan warga lokal Kabupaten Mojokerto yang dengan dengan keberadaan desa tersebut. Kebanyakan yang mendatangi yaitu anak remaja yang sedang *staycation*. Warga lokal dari Desa Selotapak juga menjual berbagai jenis hasil pertanian, seperti beras, biji-bijian. Sebelum itu juga terdapat program workshop sadar wisata yang diadakan Desa Selotapak. Program itu dilakukan karena Desa Selotapak telah diteliti dan mempunyai potensi wisata yang bisa dikembangkan secara luas. Program pelaksanaan sadar wisata dilakukan dengan bantuan dari beberapa universitas, yang kegiatannya mulai dari pemandu wisata, pelaksanaan tiket karcis dan lainnya.

Analisis Data

Setelah hasil data yang dikumpulkan dengan wawancara, observasi, dan studi literatur, pada analisis data ini menggunakan 5W+1H.

(*What*) media yang akan digunakan dalam mengaplikasikan hasil pengenalan alam Desa Selotapak yaitu *instagram*. Konsep yang digunakan untuk *layout* tersebut yaitu *carousel*.

(*Who*) target yang dituju pada perancangan ini berfokus pada kalangan remaja 15 tahun sampai awal dewasa dengan usia 30 tahun, dengan jenis kelamin laki-laki ataupun perempuan yang

mempunyai berbagai aktifitas pekerjaan. Target tempat yang dituju diluar wilayah Mojokerto khususnya, atau sekitar Mojokerto yang belum mengetahui tempat tersebut. Merujuk pada target lain yang mempunyai kegemaran *traveling*, *staycation*, jalan-jalan, fotografi.

(*When*) unggahan hasil perancangan pada pengenalan Desa Selotapak di *instagram* akan dipublikasikan setelah proses perancangan desain sudah selesai.

(*Where*) hasil perancangan pengenalan alam Desa Selotapak dapat dilihat dari unggahan *instagram* yang sudah ditentukan oleh penulis.

(*Why*) lokasi Desa Selotapak dipilih karena tempat tersebut potensi wisatanya masih awal, dan bisa dikembangkan. Informasi dan media pengenalan tempat tersebut masih minim. Dan mempunyai tempat-tempat yang menakjubkan. Media *instagram* dipilih karena mempunyai banyak pengguna dan berbagai fungsi yang kompleks dan cukup lengkap.

(*How*) Pada pengambilan gambar teknik yang digunakan yaitu foto *landscape*. Strategi kreatif yang disajikan pada pengenalan ini menggunakan konsep *micro blog* yang diterapkan pada media *instagram*. Dengan penyajian gambar dan keterangan sekilas mengenai Desa Selotapak dan melakukan *retouch* foto dan *hashtag* supaya lebih menarik minat.

Kesimpulan yang dapat diambil dari analisis data diatas mengenai 5W+1H yaitu pada konsep perancangan mengenalkan alam Desa Selotapak ini pengambilan gambar menggunakan konsep *micro blog* dengan *layout carousel* dan strategi kreatif untuk menarik minat pengguna *instagram*, khususnya kaum remaja yang gemar *staycation*.

Konsep Perancangan

a. Konsep gambar

Pada konsep perancangan ini Desa Selotapak terkenal dengan keindahan pemandangan alam yang luar biasa indah dan tentunya mempunyai visual yang sangat mendukung untuk dipublikasi, maka dalam konsep pengambilan foto untuk mengenalkan alam Desa Selotapak tentunya akan mengambil beberapa gambar spot keindahan alam yang ada di Desa Selotapak. Berdasarkan konsep perancangan yang sudah ditentukan oleh penulis bahwasannya pengambilan foto menggunakan jenis fotografi *landscape*, dan dikelola ke dalam

aplikasi pengolah foto untuk menyesuaikan tone warna pada foto, sehingga pengguna tertarik untuk melihat.

b. Konsep Kreatif

Konsep kreatif pada perancangan ini yaitu *micro blog* dengan menggunakan *instagram* sebagai media platform yang cocok. *Micro Blog* berisikan konten singkat yang dalam konten tersebut tidak lebih dari 200 kata. Isi dari konten perancangan ini berisikan gambar dan teks.

Gambar *feed* awal dari postingan *instagram* akan diberi nama “*instaTRIP*” dengan konsep sebagai dokumentasi perjalanan untuk menunjukkan alam Desa Selotapak. Kata *instatrip* diambil dari kata *instagram* dan kata *trip* yang identik dengan suatu perjalanan ke tempat-tempat yang dituju. Penggunaan kata *explore* Mojokerto digunakan kedalam *hashtag* dan *layout*, dengan tujuan untuk menjelaskan bahwa banyak tempat yang bisa di *explore* di wilayah Mojokerto.



Gambar 2. Konsep judul *micro blog*
(Sumber: Pramudya, 2021)

c. Warna

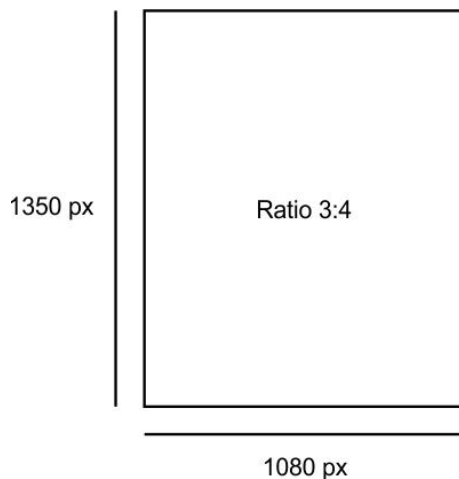
Konsep *tone* warna pada desain *micro blog* yang akan digunakan pada media *instagram* menggunakan warna alam atau warna dingin. Warna mempunyai arti dan pengaruh yang berbeda beda menurut sudut pandang dan cara menilainya, contohnya *tone* warna yang digunakan untuk membuat foto *micro blog* dimaksudkan agar mempunyai kesan lingkungan natural, pertumbuhan, tenang, kegembiraan, aman dan indah (Monica, 2011).



Gambar 3. *Tone* palet warna
(Sumber: Pramudya, 2021)

d. Layout

Layout micro blog pada *instagram* yang digunakan berkonsep *multiple post* atau biasa disebut dengan *carousel* dengan gabungan foto dan teks yang digunakan akan cocok untuk diaplikasikan ke dalam *micro blog instagram*, dan menarik untuk *feed instagram* tersebut. Ukuran untuk *layout instagram* mempunyai 4 macam dengan ketentuan yang berbeda, mulai dari *square post*, *vertical post*, *horizontal post*, dan *instagram story* (Rahmalia, 2021). Dalam perancangan ini ukuran *layout instagram* menggunakan *vertical post*. Untuk ukuran *vertical post* pada *instagram* mempunyai ukuran standar 1080 x 1350 pixel dengan rasio 4:5.



Gambar 4. Ukuran Layout
(Sumber: Pramudya, 2021)

e. Tipografi

Selanjutnya untuk jenis huruf pada *layout feed instagram* menggunakan *font jenis sans serif*.

Roboto
ABCDEFGHIJKLMN
OPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmn
opqrstuvwxyz

1234567890
Gambar 5. Font Roboto
(Sumber: Pramudya, 2021)

Untuk pemilihan *font* yang digunakan dalam *feed* tersebut menggunakan *font* Roboto dan Gilroy, karena mempunyai keterjelasan saat dibaca, modern, efisien dan efektif saat digunakan untuk *headline* dan keterangan suatu kalimat (Kurniawan, 2021).

Gilroy
ABCDEFGHIJKLMN
OPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmn
opqrstuvwxyz

1234567890
Gambar 6. Font Gilroy
(Sumber: Pramudya, 2021)

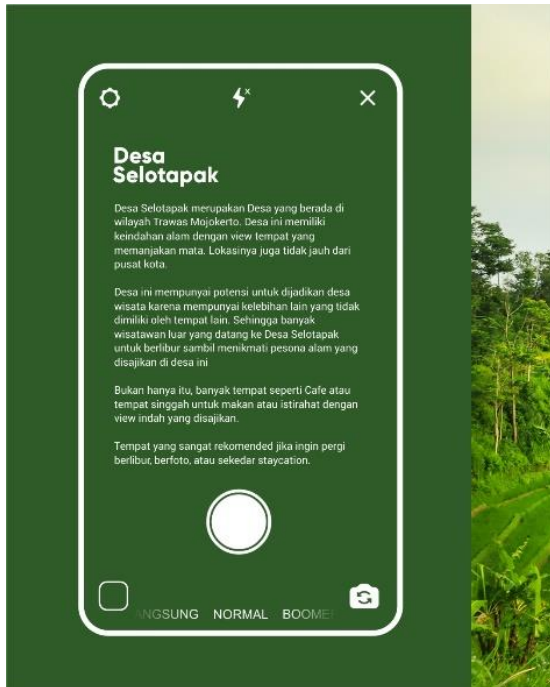
Tahap Perancangan

Setelah semua telah ditentukan, baru masuk kedalam proses perancangan yang terdapat tiga tahapan yaitu foto, desain, dan publikasi yang dilakukan untuk menghasilkan karya ini. Fotografi harus dilakukannya sebagai tahap awal dalam proses perancangan, dalam tahap ini penulis memotret pemandangan alam yang ada di Desa Selotapak sesuai dengan data observasi yang telah dilakukan sebelumnya. Dalam pengambilan foto dilakukan dengan menggunakan kamera, dengan teknik pengambilan gambar *landscape* kemudian diolah ke dalam aplikasi *Adobe Photoshop* pengolah foto yang selanjutnya akan dilakukan *retouch* foto dengan *tone color* pada foto yang telah diambil.



Gambar 7. Foto sesudah dan sebelum retouch
(Sumber: Pramudya, 2021)

Setelah melakukan tahap pertama, kemudian dilanjutkan dengan tahap kedua yaitu desain dan *retouch* pada foto yang telah dipilih, kemudian melakukan beberapa tambahan efek desain *instastory instagram* untuk mempercantik tampilan dari *micro blog*. Kata yang tertera dalam *micro blog* untuk *slide* yang kedua berisikan *storytelling* dan informasi mengenai Desa Selotapak.



Gambar 8. *Micro blog* Desa Selotapak
(Sumber: Pramudya, 2021)

Tampilan *micro blog* berupa *headline* Desa Selotapak ini diletakkan pada slide kedua bertujuan untuk pengenalan lebih awal sehingga dapat membayangkan isi dari kata tersebut. Warna hijau dipilih sebagai latar belakang karena sesuai warna *tone* yang telah dikonsepskan.



Gambar 9. Tampilan *layout carousel*
(Sumber: Pramudya, 2021)

Pada tahap desain visualisasi layout ini penulis menyusun beberapa foto yang sudah di *retouch* dan didesain sedemikian rupa dengan aplikasi pengolah foto dan desain. Total maksimal *slide* pada *instagram* yaitu 10 *slide* dengan ukuran *potrait*.

Pada tiap masing-masing *slide* mempunyai gambar yang berbeda, konsep *slide carousel* dengan satu foto dijadikan 2 *slide* atau menyambung hal itu dimaksudkan karena konsep tersebut sesuai dengan pengaplikasian terhadap foto, dan *microblog* dan tentunya bisa menarik interaksi dan minat pengguna saat melihat *postingan* tersebut. Terlebih lagi target pengenalan ini merupakan anak-anak remaja yang suka *traveling* dan pengguna *instagram*. Penulisan keterangan gambar diletakkan pada foto yang ditampilkan, keterangan tersebut diberikan agar konsep *micro blog* benar-benar tercapai, dan lebih informatif tanpa menghilangkan keindahan foto tersebut.



Gambar 10. Desain pada slide 6 dan 7 tempat ikonik.
(Sumber: Pramudya, 2021)

Penambahan foto yang didesain sebagai *thumbnail* merupakan bagian dari strategi dan penambahan konten pada *micro blog*. Pada gambar tersebut dipilih dengan tempat-tempat yang sering dan kemungkinan besar didatangi saat berlibur ke Desa Selotapak, terdapat *cafe gartenhutte*, *rustic market*, dan aktifitas warga sekitar yang sering dijadikan objek oleh fotografer.

Strategi kreatif pada *micro blog* untuk menarik peminat pembaca yaitu diaplikasikan dengan penggunaan fitur *et/(@)*, *hashtag*, dan kata yang menarik agar pencarian lebih mudah ditemukan.



Gambar 11. Fitur kreatif *hashtag*
(Sumber: Pramudya, 2021)

Tahap selanjutnya yaitu penerapan pada media *instagram* yang telah ditentukan sebagai pengenalan. Halaman pertama ditampilkan foto kantor Balai Desa Selotapak dengan tulisan Selotapak sebagai simbol nama desa tersebut. Tempat kantor Balai Desa tersebut sengaja dirancang untuk pengunjung atau wisatawan sehingga di atas kantor tersebut boleh digunakan untuk umum. Karena diatas kantor tersebut merupakan salah satu tempat untuk melihat view pemandangan yang ada di sekelilingnya.

Slide kedua ditampilkan sebuah keterangan yang menunjukkan informasi Desa Selotapak secara singkat sesuai konsep *micro blog* seperti pada Gambar 12. Pada tampilan itu *dilayout* menggunakan desain layaknya *story instagram*, dengan latar belakang warna hijau sesuai dengan konsep alam.

Slide ketiga dan empat merupakan view terasering yang terletak di bagian atas desa selotapak, banyak wisatawan yang datang untuk menikmati pemandangan tersebut dan berfoto untuk mendokumentasikan moment tersebut.



Gambar 12. Penerapan pada media *instagram*
(Sumber: Pramudya, 2021)

Pada view terasering ini sering disebut *view signature* dari Desa Selotapak karena bisa melihat indahnya matahari terbit saat di pagi hari. Pada slide tersebut konsep *carousel* diterapkan.

Dan dilanjutkan oleh foto petani pada *slide* ke 5 yang sedang menabur benih. Foto petani pada gambar tersebut menunjukkan bagaimana kondisi masyarakat yang ada di Desa Selotapak yang sebagian bekerja sebagai petani, baik padi, umbi-umbian atau palawija.

Pada *slide* selanjutnya dikonsepsikan dengan foto *view* persawahan dengan latar belakang gunung penanggungan. Pada *slide* keenam didesain dengan tampilan *thumbnail* seorang petani yang sedang melakukan pekerjaannya yaitu membajak tanah sawah yang akan ditanami padi. Pada *slide* ketujuh gambar yang *highlight* yaitu sebuah tempat yang cukup populer di Desa Selotapak, yaitu *cafe gartenhutte*, tidak lengkap rasanya jika berkunjung atau berwisata ke desa tersebut jika tidak mampir ke *cafe gartenhutte*, karena tempat ini menyuguhkan pemandangan yang indah dan menu yang sederhana dan terjangkau.

Tampilan *slide* ke 8 dan 9 ini menggunakan *layout* menyambung pada bagian latar belakang. Pada *slide* ke delapan ditampilkan gambar terasering dari sisi lain Desa Selotapak, yang diteruskan pada bagian *slide* ke sembilan. Untuk gambar yang didesain pada *slide* 9 itu merupakan sebuah tempat baru yang bisa dikunjungi wisatawan saat ini di Desa Selotapak, tempat yang

diberi nama *Rustic Market* tersebut adalah sebuah *cafe* baru yang tidak kalah indah dengan *cafe gartenhuute* sebelumnya. Tempat-tempat seperti ini banyak diminati oleh kalangan pemuda untuk pergi berlibur.

Pada slide terakhir menggunakan konsep yang sedikit berbeda yaitu di foto *landscape* di *layout* dengan dibagi menjadi 3 *grid* pada satu *layout* 3 foto digabung menjadi 1 *slide*. Foto pada *slide* terakhir adalah beberapa foto *landscape* yang diambil dari tempat yang berbeda di kawasan Desa Selotapak.

Setelah karya selesai dibuat, maka langkah selanjutnya adalah melakukan *prototype*, atau bisa juga dengan melakukan desain *mockup* supaya terlihat lebih nyata.



Gambar 13. Mockup instastory
(Sumber: Pramudya, 2021)

Gambar diatas merupakan hasil desain *mockup* yang telah ditambahkan untuk *instastory* untuk *instagram* Desa Selotapak, dengan bertujuan untuk mempercantik tampilan *instagram* dan memberikan *highlight* informasi yang telah disampaikan.

SIMPULAN DAN SARAN

Mojokerto merupakan sebuah kota yang berada di Provinsi Jawa Timur, Mojokerto mempunyai tempat yang unik untuk dijumpai, salah satunya yaitu Desa Selotapak yang berada di kecamatan Trawas. Dengan adanya keindahan alam yang ada di sekitar dan bisa

memanfaatkannya dengan baik, bisa membuat suatu tempat atau dampak yang positif bagi sekitar lokasi tersebut.

Berdasarkan temuan rancangan untuk masalah yang sebelumnya belum ada yang membahas tentang keindahan dan informasi mengenai desa tersebut maka peneliti membuat suatu rancangan desain berupa foto dan tambahan rancangan desain untuk media yang dapat memberikan manfaat bagi desa tersebut.

Desain *prototype* berupa foto *landscape* yang dirancang untuk diaplikasikan kedalam konsep *micro blog* dengan media *instagram* merupakan bentuk suatu hasil yang diharapkan bisa membuat suatu perubahan dan hal yang positif untuk Desa Selotapak, dan hal positif bagi pengguna *instagram* untuk mendapatkan sedikitnya informasi yang telah disampaikan.

Dampak dari pemanfaatan ini bisa dilihat dari kemudahan masyarakat dan khususnya pemuda untuk mengetahui sedikit informasi mengenai Desa Selotapak dan lokasi keindahan alam di desa tersebut melalui beberapa gambar atau foto yang sudah diambil dan dirancang sedemikian rupa.

Dari hasil penelitian dan informasi yang sudah dibuat, semoga ada dampak yang dapat diambil dari pemanfaatan foto *landscape* dari *micro blog* yaitu bertambahnya wisatawan lokal untuk mendatangi lokasi Desa Selotapak.

Saran yang dapat didapat untuk membuat Desa Selotapak terus didatangi oleh pengunjung atau wisatawan, perlu diperbanyak tempat sektor usaha seperti wahana atau hal lain potensi lokal dari Desa Selotapak sangat di unggulkan sehingga dapat meningkatkan sektor ekonomi, pariwisata dan pembangunan Desa Selotapak itu sendiri, dan bisa dilanjutkan penelitian ini bisa di kembangkan lagi dengan media atau promosi yang berbeda.

REFERENSI

- Adhanisa Chikameirani dan Fatchiya Anna. 2017. *Efektifitas Website dan Instagram Sebagai Sarana Promosi Kawasan Wisata Berbasis Masyarakat*, Jurnal Sains Komunikasi dan Pengembangan Masyarakat, Volume 1 Nomor 4 hal 451-466.
- Afifah, Khairina Nur. 2021. *Microblog Pada Instagram sebagai media informasi pengembangan diri*. Skripsi, Jurusan

- Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultass Ushuluddin Arab dan Dakwah.
- Arini Yul Farida Wahyu dan Kusumandyoko Tri C. 2020. *Mengenalkan wisata religi jombang melalui peta wisata berbasis ilustrasi*. *Jurnal Barik Unesa*, Volume 1 Nomor 3 Tahun 2020, hal 178-191.
- Asmawati., Herlambang., Andajani., & Sutowijoyo. 2020. *Desain Desa Wisata Selotapak Kecamatan Trawas Berbasis Pemberdayaan Masyarakat Dan Potensi Alam*. Volume 1, Tahun 2020, hal 30-38.
- Azizah, Nuril 2020. “*Situs Travelingyuk.com*” diakses pada tanggal 30 Juni 2021, dari <https://travelingyuk.com/desa-selotapak-di-mojokerto/282969>
- Dewi, Hayuning Purnama. 2020. “*Dampingi Pokdarwis Desa Selotapak*” diakses pada 01 November 2021, dari https://ubaya.ac.id/2018/content/news_detail/3111/Dampingi-Pokdarwis-Desa-Selotapak.htm
- Harsanto, Prayanto Widyo. 2017. *Fotografi Dalam Desain Komunikasi Visual*, *Jurnal Imaji Seni dan Pendidikan Seni*, Volume 15 Nomor 02 Tahun 2017 hal 140- 148.
- Hasibuan, Mursal Ripai. 2018. *Pemanfaatan Foto Landscape Sebagai Media Informasi Pariwisata Danau Toba Di Instagram Dinas Pariwisata Sumatera Utara*. Skripsi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
- Kurniawan Arif, 2021. “*Situs Guru Pendidikan.com*” diakses pada tanggal 12 November 2021, dari <https://www.gurupendidikan.co.id/pengertian-tipografi/>
- Maharani, Nirwana Pradana. 2021. “*Situs Selasar.com*” diakses pada tanggal 30 Juni 2021, dari <http://www.selasar.com/jenis-fotografi/>
- Monica, Laura Christina Luzar, 2011. *Efek Warna Dalam Dunia Desain dan Periklanan*. *Jurnal Humaniora*, Volume 2 Nomor 2 Tahun 2011, hal 1084-1096.
- Moleong, Lexy J. 2014. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. (Edisi Revisi), Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Purnomo Aji Susanto Anom dan Kusuma Monica Revias Purwa. 2019. *Pengungkapan Estetika Fotografi “Instagramable” di Era Pariwisata Destinasi Digital*. *Mudra Jurnal Seni Budaya*. Volume 34 Nomor 3 Tahun 2019, hal 319-324.
- Puspita Meri, 2020. “*Situs Pojok Sosmed.com*” diakses pada tanggal 14 Oktober 2021, dari <https://pojoksosmed.com/tips-instagram/apa-itu-instagram/>
- Rahmalia Nadiyah, 2021. “*Situs Glints*” diakses pada tanggal 26 Oktober 2021, dari <https://glints.com/id/lowongan/ukuran-feed-instagram/#.YZ3sK9AzaMo>
- Sugiyono, 2016. *Metode Penelitian Kualitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Sujarweni, Wiratna. 2014. *Metodologi Penelitian*. (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2014), 5
- Yulianti Emie, dan Djoko Suwandono 2016. *Arahan Konsep dan Strategi Pengembangan Kawasan Desa Wisata Nongkosawit Sebagai Destinasi Wisata Kota Semarang*. *Jurnal Ruang* Volume 2 Nomor 4 Tahun 2016, hal 263-272.
- Yuwono, A. (2018). *Desa Wisata, Benteng NKRI, ASIDEWI*, 2018
- Zarella Dan, 2010, *The Social Media Marketing book*. (Agung Phrihantoro, Terjemahan) PT. Serambi Ilmu Semesta, Jakarta.