



THE 7th
**PARAMADINA
RESEARCH DAY**

14 NOVEMBER 2018 | AUDITORIUM NURCHOLISH MAJID

EKONOMI, SENI DAN
REFLEKSI TENTANG MANUSIA DALAM
INDUSTRI 4.0

universitas
paramadina



FORD FOUNDATION

ISSN 2303-1301

Prosiding Paramadina Research Day 2018

Ekonomi, Seni dan Refleksi tentang Manusia dalam Industri 4.0



DAFTAR ISI

Redaksi	I
Pengantar.....	5
Manusia Satu Dimensi: Alienasi Kelas Pekerja Dalam Revolusi Industri 4.0 M. Farobi Affandi	6
Kesadaran Dalam Labirin Kecerdasan: Refleksi Antropologi-Filosofis Atas Revolusi Industri 4.0 Mohammad Subhi, M. Hum	25
Komputer, Kecerdasan Buatan Dan Internet: Filsafat Hubert L. Dreyfus Tentang Produk Industri 3.0 Dan Industri 4.0 Zainul Maarif	42
Membangun Sumber Daya Manusia Di Era Industri 4.0: Pentingnya Peran Pendidikan Antikorupsi Dalam Penguatan Kapasitas Kepemimpinan Berintegritas Pada Organisasi Kemahasiswaan Leonita K. Syarief, Asriana Issa Sofia Dan Retno Hendrowati	62
Gambaran Resiliensi Pada <i>Fresh Graduate</i> Dewasa Awal Dalam Mencari Kerja Di Jakarta Sabella Amalina Fitri Dan Fatchiah E Kertamuda	65
Gambaran <i>Stressor</i> Dan <i>Coping</i> Pada Remaja Dengan Kecenderungan <i>Trichotillomania</i> Azkie Cesara Sukmaningtyas Dan Tia Rahmania	82
Edukasi Hukum Dalam Masalah Anti Streaming Film Iflix, Sebagai Strategi Membangun Brand Awareness Era 4.0, Melalui Event Laskar Gelora Mulia Kurniasih Dan Agoes Joesoef	98
✓ Perancangan Promosi Berbasis Digital : Desa Wisata Penglipuran Bali Dengan Konsep Tri Hita Karana, Melalui Video Profil Ni Made Dina Puspasari Dan Gilang Cempaka	121

Konsep Meja Rias Multifungsi Untuk Pria Metroseksual Di Ruang Tidur Berdimensi Kecil Noel Febry Ardian Dan Bisma Yudha	160
Perancangan Visual Aplikasi Kosa Kata Islami Dalam Bahasa Isyarat Sebagai Bagian Kontribusi Ilmu Desain Dalam Era Industri 4.0 Siti Khodijah Lestari Dan Ayoeningsih Dyah W.	188
Kajian Model Penerimaan Teknologi Untuk Menguji Intensi Perilaku Karyawan Terhadap Learning Management System Maemar Chadavid Syamtar Dan Iin Mayasari	198
Brand Dan Angkutan Online Dalam Era 4.0: Asosiasi Merek Penyedia Layanan Transportasi Online Melalui Media Sosial (Survey Kepada Followers Instagram @GojekIndonesia Dan @Grabid) Tasya Fatikhah Geubrina Dan Ag. Eka Wenats Wuryanta	221
Analisis Tahapan Proses Penerapan <i>Customer Relationship Management</i> (Crm) Pada Nasabah Ritel Pemilik Fasilitas Kredit Pemilikan Rumah (Kpr) Dan Kredit Multiguna (Kmg) Ence Ramli Alrasid Dan Iin Mayasari	239
Pengaruh <i>Customer Relationship Management</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Perusahaan Pialang Asuransi Pt. Sedana Pasifik Servistama Roro Ayu Wahyoeni Kolopaking Dan Prima Naomi	262
Perkembangan Inovasi Dan Lingkungan Kompetitif Industri Teh Fermentasi Kombucha Dalam Memasuki Industri 4.0 Nada Salsabila Dan Muhamad Iksan	286
Analisis Penetapan Harga Tandan Buah Segar Industri Komoditas Kelapa Sawit Pada Pt.gawi Makmur Kalimantan Banjarmasin Dahniar Dan Akhid Yulianto	303
Desain Kemasan Produk Makanan Sebagai Alat Pemasaran Dalam Keputusan Pembelian Ajeng Septiana Wulansari	321

DAFTAR PUSTAKA

- A Potter, & Perry, A. G. 2007. *Buku Ajar Fundamental Keperawatan*. Jakarta: EGC.
- Danang, Sunyoto. 2012. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT Buku Seru.
- Kotler, Philip. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Erlangga.
- Meggs, P. B., & Purvis, A. W. 2011. *Meggs' history of graphic design* (5th ed.). Hoboken, NJ: Wiley.
- Noor, Any. 2009. *Manajemen Event*. Bandung : Alfabeta.
- Poulin, Richard. 2012. *The Language of Graphic Design*. United State : paperback.
- Rustan, S. 2014. *Layout Dasar dan Penerapannya*. Jakarta. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Wheeler, Alina. 2013. *Designing Brand Identity* (4nd ed). United State : wiley product.
- Aaker, David A. 1991. *Managing Brand Equity*. New York, NY: The Free Press

PERANCANGAN PROMOSI BERBASIS DIGITAL: DESA WISATA PENGLIPURAN BALI DENGAN KONSEP TRI HITA KARANA, MELALUI VIDEO PROFIL

NI MADE DINA PUSPASARI, S.Ds

GILANG CEMPAKA, M.Sn

Universitas Paramadina

(gilang.cempaka@paramadina.ac.id)

Abstrak

Desa Penglipuran adalah desa wisata tradisional yang terletak di Kelurahan Kubu, Kabupaten Bangli, Bali. Keberhasilan Desa Penglipuran dalam menjaga lingkungan dan tradisi tidak terlepas dari implementasi filosofi Tri Hita Karana, yaitu ajaran dalam menjaga keharmonisan antara manusia dengan Tuhan, manusia dengan manusia dan manusia dengan lingkungan. Desa Panglipuran bermaksud meningkatkan jumlah wisatawan dari luar negeri, sehingga memerlukan promosi yang menarik dan efisien. Untuk itu dipilihlah media digital berbasis audio visual untuk media promosi. Media digital yang dipilih yaitu video profil, yang dipandang penyebarannya akan lebih mudah, efisien dan dapat menjangkau pemirsa lebih luas. Metode penelitian dalam perancangan video profil menggunakan metode kualitatif, yang mengandalkan wawancara mendalam dengan beberapa narasumber terkait. Tujuan perancangan adalah agar Desa Panglipuran memiliki media promosi berbasis digital melalui video profil, sehingga diharapkan dapat menarik minat jumlah wisatawan mancanegara untuk berkunjung kesana. Video profil yang dirancang berbasis filosofi hidup masyarakat yaitu Tri Hita Karana, yang akan diterapkan dalam aspek visual video.

Kata Kunci: Desa Penglipuran, Video profil, Tri Hita Karana

Abstract

Penglipuran Village is a traditional tourist village located in Kubu, Bangli, province of Bali. The success of Penglipuran Village in preserving environment and tradition

is inseparable from the implementation of the Tri Hita Karana's philosophy, namely teachings in maintaining harmony between humans and God, humans and humans and humans with the environment. Penglipuran Village intends to increase the number of international tourist, thus requiring an attractive and efficient promotion. Audio visual based on digital is chosen for promotional, which is easier, efficient and reach wider audience. The research method in designing video profile uses qualitative methods, which rely on in-depth interviews. The purpose of making video profile is Penglipuran Village has a digital-based for promotion. So that would attract the number of international tourists to visit. The concept of video profile is based on the philosophy Tri Hita Karana, which will be applied in the visual aspect of the video.

Keywords: *Penglipuran Vilage, Video profil, Tri Hita Karana*

PENDAHULUAN

Bali memiliki banyak destinasi wisata baik alam maupun budaya, keindahan alam, dan keunikan adat istiadat budaya Bali menjadi modal utama untuk menarik wisatawan dalam dan luar negeri. Salah satu alternatif wisata yang ditawarkan di Bali adalah adalah desa wisata, yang biasanya menyediakan paket lengkap dalam satu tempat, mulai dari wisata alam, budaya, kuliner, religi dan edukasi. Salah satu desa wisata di Bali yaitu Desa Penglipuran, terletak di Kelurahan Kubu, Kecamatan Bangli, Kabupaten Bangli atau sekitar 45 kilometer sebelah barat laut dari Kota Denpasar. Desa ini terkenal karena menjadi salah satu desa paling bersih di dunia, menduduki peringkat ketiga setelah desa terapung Giethoorn di Provinsi Overijssel, Belanda dan Desa Mawlynnong yang berada di pegunungan negara bagian Meghalaya, India. Sebelumnya desa ini juga mendapat penghargaan Kalpataru karena jasanya melestarikan lingkungan.

Sejak diresmikan menjadi kawasan wisata pada tahun 1995, desa ini mulai ramai dikunjungi berbagai wisatawan, baik wisatawan domestik maupun mancanegara. Meski telah menjadi objek desa wisata, masyarakat di desa ini mampu mempertahankan sisi tradisional dan kelestarian budayanya. Kelestarian sisi tradisional yang terjaga dan kerukunan antar warga tidak terlepas dari peran masyarakatnya yang memegang teguh aturan adat yang berlaku di desa tersebut. Aturan adat merupakan implementasi dari landasan

operasional filsafat masyarakat Bali yaitu Tri Hita Karana. Tri Hita Karana merupakan konsep kosmologi universal di masyarakat Bali yang mengajarkan pentingnya menjaga keharmonisan antara manusia dengan Tuhan, manusia dengan manusia dan manusia dengan lingkungan.

Nilai-nilai luhur dan kearifan lokal berbasis Tri Hita Karana yang dimiliki Desa Penglipuran menjadi potensi untuk mendatangkan wisatawan. Namun hal tersebut belum diangkat sebagai konsep dalam media promosi yang ada. Sampai saat ini Desa Penglipuran pun belum memiliki media komunikasi terpadu dan terintegrasi dalam mempromosikan potensi desa secara visual sebagai upaya peningkatan jumlah wisatawan, terutama wisatawan luar negeri. Jumlah kunjungan dari wisatawan mancanegara sangat jauh lebih kecil dibandingkan dengan jumlah wisatawan dalam negeri.

Media audio visual berupa video profil dinilai mampu mengetengahkan berbagai informasi yang dibutuhkan untuk keperluan promosi pada calon wisatawan. Mengingat perkembangan teknologi dan mobilitas masyarakat yang semakin pesat, menjadikan video sebagai sarana pemasaran yang paling sesuai karena sifatnya yang mudah diakses, jangkauan yang luas dan biaya produksi yang terjangkau. Video sebagai salah satu sarana multimedia yang mampu mengkombinasikan antara gambar, foto, teks, grafik dan suara dinilai dapat menampung berbagai informasi yang dibutuhkan untuk keperluan promosi dengan cara yang lebih menarik dan komunikatif. Video profil Desa Penglipuran dirancang untuk mempromosikan potensi wisata budaya yang dimiliki Desa Penglipuran kepada wisatawan mancanegara dengan konsep Tri Hita Karana. Selain media utama promosi yaitu video profil, diperlukan pula media komunikasi visual pendukung lainnya melalui media *online* dan *offline*, agar video profil tersebut bisa tersampaikan ke masyarakat atau calon wisatawan.

Metode penulisan yang digunakan dalam penulisan ini adalah metode kualitatif. Metode kualitatif merupakan metode penulisan ilmiah yang diperoleh dari memahami suatu fenomena dalam konteks sosial dengan mengedepankan proses interaksi komunikasi yang mendalam. Metode penulisan ini melalui proses menyelidiki, menemukan, menggambarkan dan menjelaskan kualitas atau keistimewaan dari pengaruh sosial yang tidak dapat dijelaskan, diukur atau digambarkan melalui pendekatan kuantitatif (Saryono, 2010:1). Dalam

rangka memperoleh data yang dibutuhkan metode kualitatif membutuhkan studi literature, *in depth interview*, observasi dan *document riview* sebagai metode dalam mengumpulkan data yang nantinya akan dianalisa dan diolah lebih lanjut.

PEMBAHASAN

Video Profil dengan Konsep Tri Hita Karana

Istilah Tri Hita Karana pertama kali muncul pada tanggal 11 Nopember 1966, saat diselenggarakan Konferensi Daerah I Badan Perjuangan Umat Hindu Bali bertempat di Perguruan Dwijendra Denpasar. Konferensi tersebut diadakan berlandaskan kesadaran umat Hindu akan dharma-nya untuk berperan serta dalam pembangunan bangsa menuju masyarakat sejahtera, adil dan makmur berdasarkan Pancasila. Kemudian istilah Tri Hita Karana ini berkembang, meluas, dan memasyarakat (Babadbali.com, 2018).

Tri Hita Karana terdiri atas tiga kata yaitu 'tri' artinya tiga, 'hita' artinya kebahagiaan atau kesejahteraan dan 'karana' artinya sebab. Jadi Tri Hita Karana berarti tiga komponen atau unsur yang menyebabkan kesejahteraan atau kebahagiaan. Ketiga komponen Tri Hita Karana itu berkaitan erat antara yang satu dengan yang lainnya. Ketiga komponen Tri Hita Karana itu meliputi hubungan yang harmonis antara manusia dengan Tuhan Yang Maha Esa (Parhyangan), hubungan yang harmonis antara manusia dengan manusia (Pawongan), dan hubungan yang harmonis antara manusia dengan alam lingkungan (Palemahan) (Sudarta, 2008 : 84).



TRI HITA KARANA

Gambar 1. Simbol Tri Hita Karana

(sumber: goesokaa.blogspot.com/2012/12/tri-hita-karana-di-bali.html)

Arti penting ajaran Tri Hita Karana ini merupakan ajaran agama hindu yang universal, artinya dapat pula diterapkan oleh siapapun terlepas dari agama yang dianut. Ajaran Tri Hita Karana mengarahkan manusia untuk selalu mengharmoniskan hubungan manusia dengan sang pencipta, manusia dengan alam semesta, dan hubungan manusia dengan alam semesta atau lingkungannya.

Video profil adalah salah satu luaran *Company profile* yang bersifat multimedia, disusun dari rangkaian gambar, foto, teks, grafik *sound* yang umumnya berdurasi singkat, terkait dengan titik jenuh yang pada trend saat ini memiliki durasi berkisar 2-10 menit, sehingga pengonsepan harus matang, dengan penyampaian yang pesan yang jelas (MY Anshori, Jurnal 2015). *Company profile* sendiri adalah produk *public relation* yang berisi gambaran umum perusahaan. Tujuan mendasar dari sebagian besar *company profile* adalah memberikan citra positif sesuai dengan kepentingan perusahaan. Kepentingan ini dipengaruhi oleh *target audience* yang dituju perusahaan (Sudartama, 2012). *Company Profil* dapat diwujudkan kedalam beberapa bentuk, mulai dari cetak, website, video dan juga aplikasi. Video profil Desa Penglipuran merupakan gambaran umum dari citra dan *value* yang dimiliki desa sebagai media promosi kepada calon wisatawan mancanegara yang tujuannya lebih pada promosi, dengan mengangkat konsep dasar Tri Hita Karana.

Merancang video profil erat kaitannya dengan teknik sinematografi, yaitu bidang ilmu yang membahas teknik penangkapan gambar dan penggabungan gambar sehingga menjadi rangkaian gambar yang dapat menyampaikan gagasan. (Zoebazary, 2016, 68). Pratista (2008:100) menjelaskan bahwa unsur sinematografi secara umum dapat dibagi menjadi tiga aspek, yakni kamera atau film, *framing*, dan durasi gambar. *Framing* dapat diartikan sebagai pembatasan gambar oleh kamera, seperti batasan wilayah gambar atau *frame*, jarak ketinggian, pergerakan kamera, dan sebagainya. Dalam penataan kamera secara teknik yang perlu diperhatikan salah satunya adalah *camera angle* atau sudut kamera, pemilihan sudut pandang kamera dengan tepat akan mempertinggi visualisasi dramatik dari suatu cerita.

Konsep sinematografi yang digunakan dalam video profil Penglipuran adalah penggabungan dari beragam sudut pengambilan gambar dan *angle* kamera sesuai objek yang diambil gambarnya, penggunaan *angle* kamera objektif akan banyak digunakan untuk setiap penggambaran sifat dalam Tri Hita Karana,

seperti untuk menggambarkan Tuhan akan menggunakan *Low Angle* dan untuk hubungan manusia dengan manusia menggunakan *eye angle* dan manusia dengan alam *high angle*.

Desa Penglipuran

Terletak di Provinsi Bali, diantara $08^{\circ} 08' 30''$ - $08^{\circ} 31' 07''$ Lintang Selatan dan $115^{\circ} 13' 43''$ - $115^{\circ} 27' 24''$ Bujur Timur. Suhu udara berkisar 24° C dengan tingkat kelembaban 28 serta curah hujan 2.000-2.500 mm per tahun dengan ketinggian 500-625 meter diatas permukaan laut. Permukaan tanah relatif datar dengan beda tinggi berkisar 1-15 meter. Jenis tanah agak merah kekuning-kuningan, dengan keadaan subur yang dapat ditanami berbagai macam tanaman, namun yang paling cocok adalah tanaman kopi, salak, kelapa dan bambu. Secara etimologi, "Penglipuran" berasal dari kata Pengeling Pura. Pengeling (*eling*) yang artinya ingat/mengingat dan pura yang berarti tanah leluhur.

Sejak dikeluarkannya SK Bupati No. 115 tanggal 29 April 1993, maka secara resmi Desa Penglipuran dijadikan Desa Wisata. Adapun potensi yang dimiliki Desa Penglipuran adalah sebagai berikut :

- a. Adatnya yang unik, serta tingginya frekwensi upacara adat keagamaan.
- b. Penampilan fisik desa adat yang unik, jalan utama desa berupa jalan sempit yang lurus dan berundag-undag, dan diujung utara jalan tersebut terdapat Pura Penataran yang megah, sedangkan diujung selatan jalan terdapat terdapat kuburan dan sebuah tugu pahlawan (pariwisata sejarah). Atap rumah yang terbuat dari bambu, tembok pekarangan dan *angkul-angkul* yang masih menerapkan pola lama, yang berjejer sepanjang jalan linier dari utara ke selatan. Angkul-angkul itu menjadi semacam *trade mark* bagi Desa Penglipuran.
- c. Potensi yang lain yaitu adanya hutan bambu yang cukup luas, dengan 15 macam jenis bambu yang dapat dijadikan jalur *bush walking*, dengan luas areal sekitar 75 Ha yang mengelilingi pemukiman penduduk.

Desa Penglipuran mengandalkan pendapatan dari sektor pariwisata melalui potensi yang dimilikinya. Walaupun terdapat peningkatan jumlah wisatawan dari tahun-ketahun, namun jumlah wisatawan asing masih belum seimbang dengan jumlah wisatawan domestik. Dengan harga tiket masuk dua kali lipat bagi wisatawan asing, maka kunjungan wisatawan asing dapat sangat membantu perekonomian dan kepariwisataan di Desa Penglipuran. Data harga

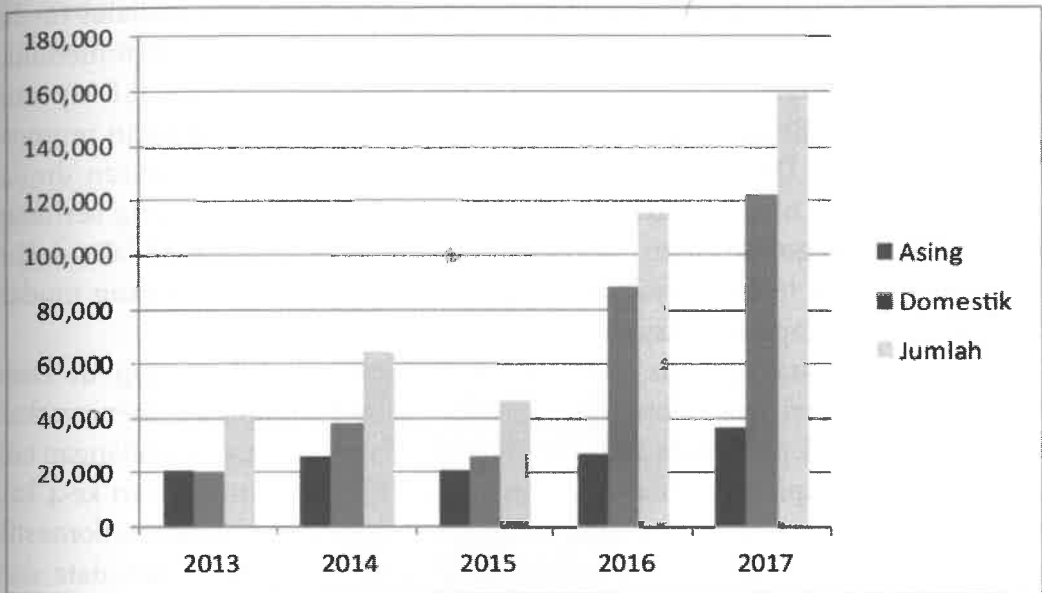
tiket masuk yaitu Rp.15,000 untuk dewasa domestik dan Rp. 10,000 untuk anak-anak domestik, untuk harga tiket wisatawan mancanegara adalah Rp. 30,000 untuk dewasa dan Rp. 25,000 untuk anak-anak.

**STATISTIK KUNJUNGAN WISATAWAN DI DESA WISATA PENGLIPURAN
TAHUN 2013 SAMPAI 2017**

Grafik 1 Statistik Kunjungan Wisatawan

Sumber: Koordinator Tiketing dan rekapitulasi kunjungan Desa Penglipuran

Wawancara dengan beberapa narasumber dilakukan untuk menggali data



terkait seputar penerapan konsep Tri Hita Karana di Desa Penglipuran dan pengelolaan wisata yang selama ini dilakukan. Berdasarkan hasil wawancara dengan bapak I Wayan Supat selaku Kepala Desa Adat Penglipuran pada tanggal 30 Juli 2017, menyatakan bahwa sebelum menjadi desa wisata, Desa Penglipuran telah sejak lama melakukan kegiatan kebersihan dan menjaga lingkungan demi kebaikan bersama. Kunci dari hasil yang diperoleh menurut bapak Supat adalah penerapan konsep Tri Hita Karana yang menjadi acuan dasar pembuatan *awing-awing* atau aturan di masyarakat desa. Sehingga apabila

menerapkan konsep tersebut dan menjaga keseimbangan antara manusia dengan Tuhan, sesama manusia dan lingkungan sejatinya peringkat desa terbersih dapat pula diperoleh oleh desa-desa lainnya di Bali. Namun karena Desa Penglipuran telah menerapkan konsep Tri Hita Karana secara konsisten sejak lama maka terjagalah keharmonisan dan budaya leluhur selama ini.

Wawancara lainnya dengan bapak I Nengah Moneng tanggal 9 Mei 2018 selaku Ketua Pengelola Wisata Desa Penglipuran. telah melakukan berbagai kegiatan promosi secara mandiri. Mulai dari melaksanakan *Penglipuran Village Festival* yang diadakan setiap bulan Desember (Festival ke-5 dilaksanakan pada Desember 2017 kemarin), mengikuti *Event-Event* promosi pariwisata, membuat website resmi www.desapenglipuran.com dan promosi-promosi melalui media sosial. Namun kegiatan promosi yang selama ini telah dilaksanakan memiliki beberapa kekurangan terutama dibagian Sumber Daya Manusia (SDM) yang mengelola dan ahli pada bidangnya, selain itu dibandingkan dengan promosi desa lain seperti Desa Tamansari di Banyuwangi, desa Penglipuran dinilai masih kalah pada bidang marketing atau pemasaran. Bapak Moneng berharap dapat lebih mengoptimalkan promosi yang selama ini telah dilaksanakan dan menciptakan lebih banyak media promosi kreatif terutama yang mudah dijangkau segala lapisan masyarakat.

Selain wawancara, penulis pun melakukan observasi langsung di Desa Penglipuran. Dari hasil observasi penulis, Desa Penglipuran menawarkan beragam daya tarik pariwisata, baik dari segi keindahan alam, pemandangan tata letak desa yang rapi, bersih dan asri, hingga warga yang ramah. Dari ke-4 kali kunjungan dan observasi yang dilakukan penulis, terlihat wisatawan domestik mendominasi kunjungan. Simpulan yang penulis dapatkan dari data dan fakta diatas bahwa pihak Desa Penglipuran menginginkan agar penulis dapat membuat sebuah media kreatif yang mampu menunjang kebutuhan promosi Desa Penglipuran dengan menerapkan konsep Tri Hita Karana, dengan media yang bisa menjangkau pemirsa secara lebih luas.

Konsep Kreatif Video Profil

Konsep perancangan visual video profil ingin memberikan gambaran mengenai keindahan visual Desa Penglipuran, keunikan adat istiadat dan budayanya, serta yang dikandung yaitu Tri Hita Karana. Video profil dibagi

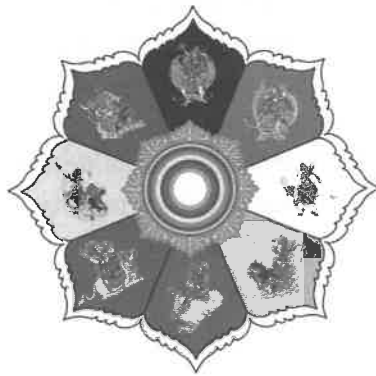
menjadi 3 bagian penting yaitu gambaran tentang Ketuhanan, Kemanusiaan dan Keharmonisan dengan Alam. Berikut adalah konsep kreatif video profil :

1. *Key Visual* : menggambarkan objek-objek yang banyak menjadi fokus utama dalam video profil, yaitu kegiatan spiritual, manusia dan alam, sesuai dengan konsep Tri Hita Karana.
2. *Warna* : Memakai konsep warna Hindu yang selalu dipakai saat pelaksanaan upacara agama yaitu : *Dewata Nawa Sanggaha*. *Nawa Sanggaha* yang dalam bahasa Sansekerta memiliki arti *Nawa* adalah sembilan, dan *Sanggaha* adalah menyangga, jadi pemahamannya adalah sembilan dewa yang menjaga sembilan penjuru mata angin (Asthararianty, 2016). Warna-warna yang ada dalam *Nawa Sanggaha* adalah hitam, abu-abu (tapi sebagian besar menyebutkan biru), putih, merah muda, merah, oranye, kuning, dan hijau.

Gambar 2 Penggambaran Dewata Nawa Sanggaha

Sumber : istimewa

3. *Copy Writing* : Mengajak wisatawan mancanegara menemukan



keharmonisan yang sesungguhnya di Desa Penglipuran. Video dilengkapi dengan *voice over* untuk membantu menyampaikan informasi dan memberikan kesan pada video. Musik yang digunakan adalah campuran musik yang familiar di telinga masyarakat internasional dan musik khas Bali untuk mempresentasikan unsur tradisional.

4. *Tone and Manner* : Spiritual, tradisional dan alam. Spiritual, menurut KBBI adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan atau bersifat kejiwaan, rohani atau batin. Spiritual dalam video profil digambarkan melalui kegiatan-kegiatan upacara keagamaan. Tradisional, sesuai dengan citra Desa Penglipuran sebagai desa 'adat', kata tradisional menjadi perwakilan dari keseluruhan visual yang diperoleh dari Desa Penglipuran. Alami, kesan alami yang kuat dirasakan pada pengambilan gambar alam sekitar Desa Penglipuran, yang didominasi warna hijau, yang merepresentasikan hubungan manusia dengan alam.
5. *Key Massage* : mengajak *audience* untuk ikut merasakan perasaan damai dan harmonis yang diwujudkan oleh Desa Peglipuran lewat keharmonisan antara Tuhan, manusia dan alam.

Logo Desa Penglipuran

Dalam perancangan video profil dan media komunikasi visual pendukungnya, diperlukan kehadiran logo untuk merepresentasikan citra Desa Penglipuran dari segi visual. Karena Desa Penglipuran belum memiliki logo resmi untuk desa maka penulis merancang sebuah logo untuk dipakai sebagai identitas visual Desa Penglipuran. Logo Desa Penglipuran berupa tampilan dengan konsep *logotype*. Pada tipografi 'penglipuran' merepresentasikan kesan tradisional dari aksara Bali yang dimodifikasi menjadi *font display*.

Gambar 3. Alternatif Logo Desa Penglipuran
Sumber : Hasil olahan penulis



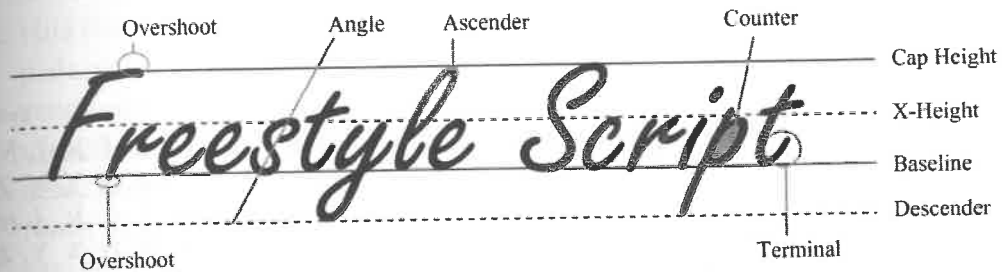
penglipuran
ballnese traditional village

Typeface

Perancangan video profil Penglipuran dan media komunikasi visual pendukungnya, menggunakan dua jenis huruf sesuai dengan penggunaannya. Huruf yang adalah Aparajita dan *Freestyle Script*. Aparajita dipilih sebagai *bodytext* karena tingkat keterbacaan yang jelas serta *family font* yang beragam, selain itu Aparajita merupakan huruf hasil olahan dari huruf *Hindi* sehingga

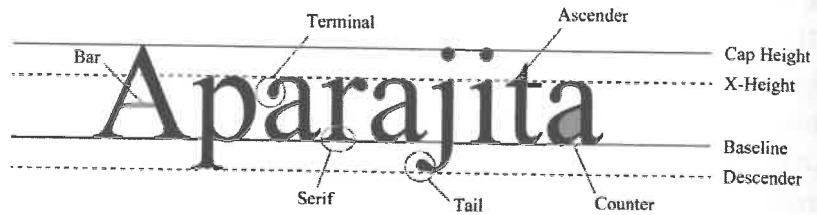
memberikan kesan tradisional. Untuk *headline* pada poster digital penulis memilih *Freestyle Script* karena kesan special seperti *handwriting script* yang diberikan.

Gambar 4 Freestyle Script
Sumber : Hasil olahan penulis



Freestyle Script Designer: Martin Wait, 1981 *Regaler*

A B C D E F G H I J K L M
 N O P Q R S T U V W X Y Z
 a b c d e f g h i j k l m
 n o p q r s t u v w x y z
 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0
 ! ? @ () + - = # % ^
 & * , . < > / ; :



Aparajita Designer: Mochamad Infanoli, 2009

Reguler

A B C D E F G H I J K L M
 N O P Q R S T U V W X Y Z
 a b c d e f g h i j k l m
 n o p q r s t u v w x y z
 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0
 ! ? @ () + - = # % ^ &
 * , . < > / ; :

Bold

A B C D E F G H I J K L M
 N O P Q R S T U V W X Y Z
 a b c d e f g h i j k l m
 n o p q r s t u v w x y z
 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0
 ! ? @ () + - = # % ^ &
 * , . < > / ; :

Italic

A B C D E F G H I J K L M
 N O P Q R S T U V W X Y Z
 a b c d e f g h i j k l m
 n o p q r s t u v w x y z
 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0
 ! ? @ () + - = # % ^ &
 * , . < > / ; :

Bold Italic

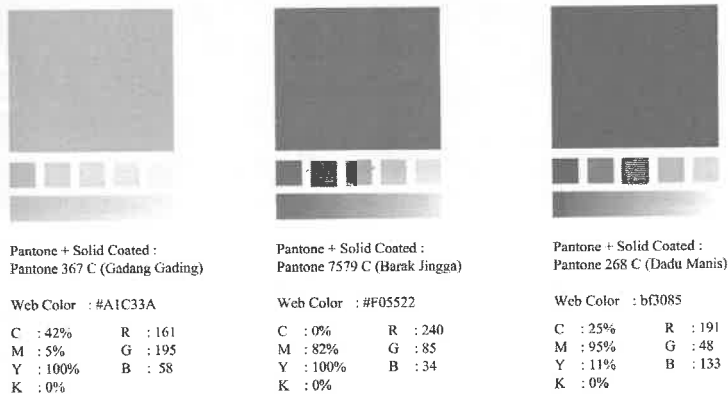
A B C D E F G H I J K L M
 N O P Q R S T U V W X Y Z
 a b c d e f g h i j k l m
 n o p q r s t u v w x y z
 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0
 ! ? @ () + - = # % ^ &
 * , . < > / ; :

Gambar 5 Aparajita
Sumber : Hasil olahan penulis

Warna

Warna utama yang digunakan untuk *corporate color* perancangan promosi video profil juga media komunikasi visual pendukungnya, yaitu:

1. Tri (Hijau kekuning-kuningan), merupakan warna yang paling mendominasi di Desa Penglipuran. Warna ini melambangkan Alam pada *key visual* yang telah ditentukan. Dalam *Nawa Sanggaha* warna hijau diberi nama *Gadang* mewakili arah barat laut memiliki makna kesuburan.
2. Hita (Orange), diperoleh kebanyakan dari warna langit di Desa Penglipuran pada sore dan pagi hari, warna orange juga diperoleh dari warna janur yang menua dan warna bebatuan di Desa Penglipuran. Warna orange melambangkan kehangatan, kenyamanan dan keceriaan dari masyarakat desa. Warna ini melambangkan kemanusiaan dalam *key visual*. Dalam *Nawa Sanggaha* warna orange atau jingga diberi nama *jingga* mewakili arah barat daya memiliki makna keijaksanaan.
3. Karana (Magenta), warna yang dekat dengan warna ungu diperoleh dari warna kain Bali dan adaptasi warna pink dari Dewata Nawa Sanggaha. Respon psikologi yang diberikan adalah keseimbangan fisik, mental, spiritual ataupun emosional. Warna ini merupakan warna representative untuk *key visual* Kegiatan spiritual. Dalam *Nawa Sanggaha* warna magenta atau lebih mendekati warna pink diberi nama *Dadu* mewakili arah tenggara memiliki makna kesuburan atau cinta kasih.



Gambar 6. Corporate Color
 Sumber : Hasil olahan penulis

Moodboard warna ini berasal dari berbagai potongan visual yang terkait dengan kegiatan spiritual, manusia dan alam. Untuk *moodboard* visual penulis banyak mencari referensi lewat video di youtube dengan konten serupa video profil dan promosi suatu daerah. Untuk jenis transisi penulis memperoleh banyak inspirasi dari video Leonardo Dalessandri dengan judul *Watchtower of Turkey*, video dengan durasi 3:32 detik memperlihatkan keindahan Turkey dengan menampilkan banyak interaksi dengan manusia, alam dan budaya religus.



Gambar 7. Colour mood
Sumber : Hasil olahan penulis



Gambar 8. *Moodboard* visual
Sumber : Hasil olahan penulis

Konsep Verbal

a. Headline

Headline dari video profil Desa Penglipuran sendiri yaitu “3 Keys of True Harmony: Penglipuran Village”. Kata ‘3 keys’ adalah perwakilan dari tiga point penting konsep Tri Hita Karana.

b. Subheadline

Subheadline yang digunakan pada video profil Desa Penglipuran adalah kalimat keterangan yang diucapkan selama video oleh voice over dan tertera pada bagian subtitle. Kalimat yang dimaksud adalah “A mesmerizing getaway” “Traditional and tringuil atmosphere” “A village in northern Bali, Penglipuran” “Known as one of the

cleanest village in the world "Where you can discover the true harmony, Between GOD, human and nature". Kalimat-kalimat ini adalah penjabaran dari *Headline*, sebagai keterangan untuk setiap gambar untuk mengarahkan *audience* kepada pesan video.

c. *Caption*

Caption yang digunakan dalam video sebagai keterangan singkat mengenai pesan video dalam 200-500 kata menggunakan bahasa Inggris sesuai target *audience*.

d. *Backsound* dan *Voice over*

Musik yang menjadi *backsound* adalah instrument khas Bali yaitu *Suling Tunggal Pupuh Sinom* menjadi pilihan penulis untuk menimbulkan kesan mistis pada 10 detik pertama video. Musik kedua adalah suara *Rindik Bali* jenis lagu yang terdiri hanya dari instrument dengan *rindik* menjadi suara dominan, menjadi pilihan penulis karena kesan tenang sekaligus gembira.

Konsep Visual

a. *Fotografi*

Pengambilan gambar menggunakan perangkat kamera *mirrorless Sony* dengan spesifikasi A6300, sedangkan lensa menggunakan lensa kit E 16-50mm f/3.5-5.6 dan lensa E 18-105 mm f/4. Untuk visual utama penulis memilih masing-masing objek yang mewakili setiap elemen. Seperti pura, interaksi manusia, keadaan lingkungan, rumah adat, upacara agama, patung-patung dan wawancara dengan pengurus desa.

b. Storyline

NO	SKENARIO	SKRIP VIDEO	SKRIP AUDIO
1	Opening Scene	<p><i>Overview</i> pemandangan sekilas di Desa Penglipuran (belum keseluruhan)</p> <p><i>Drone image/cukpikan</i> gambar terbaik Desa Penglipuran (Logo Penglipuran muncul)</p>	<p>Hanya music (calm) tanpa VO fokus gambar. Musik : Suling Tunggal Pupuh Sinom</p> <p>SUARA GONG</p> <p>VO : "A mesmerizing getaway "</p>
2	Perkenalan Desa	<p>Rumah adat/<i>angkul-angkul</i> tanah liat/ atap bambu/ tembok anyam</p> <p>Gambaran motion menunjukan lokasi penglipuran</p>	<p>VO: "Traditional and tringuil atmosphere"</p> <p>music: morning happiness</p> <p>VO: "A village in northed of Bali Island// Penglipuran"</p>


3	<p>Main Body</p> <p>Wawancara</p>	<p>Gambaran pura</p> <p>Kegiatan keagamaan, Interaksi manusia dan lingkungan.</p> <p>Penerapan hubungan manusia dengan Tuhan di desa Penglipuran, gambaran orang sembahyang, kegiatan keagamaan, dan canang sari</p> <p>Penerapan hubungan manusia dengan manusia di desa Penglipuran digambarkan dengan senyuman, interaksi masyarakat, dan touris yang berkunjung.</p> <p>Penerapan hubungan manusia dengan lingkungan: ambil suasana alam, kebersihan dan hutan bambu</p>	<p>VO: <i>"where you can discover the real harmony"</i></p> <p>VO: <i>"Between GOD, HUMAN AND NATURE"</i></p> <p>Music menjadi latar dengan volume kecil, + sound effect suara genta (lonceng)</p> <p>VO : <i>"Preserved religious tradition"</i></p> <p>VO: <i>"remarkably friendly people"</i></p> <p>VO: <i>"Keeping the balance with nature"</i></p>
4	<p>Closing</p>	<p>Gambaran drone/gerbang penglipuran</p>	<p>VO: <i>"Discover your own truly harmony in Penglipuran"</i></p>

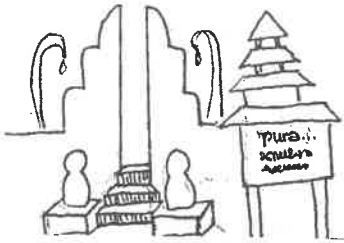


Keterangan:

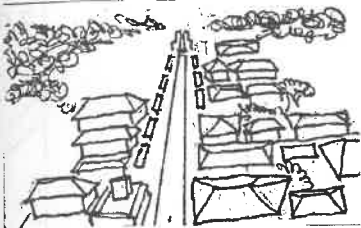
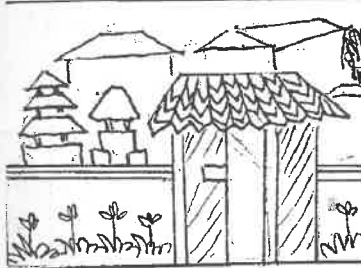
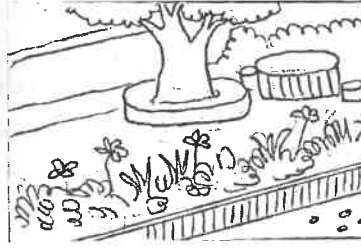
1. Format pilihan draft storyline: Dokumenter
2. Draft storyline dibuat untuk video berdurasi maksimal 3 menit
3. VO (Voice over): suara yang di bacakan oleh narrator
4. Music: latar belakang musik adegan

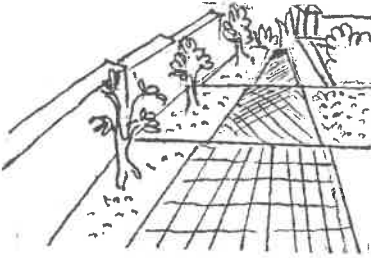
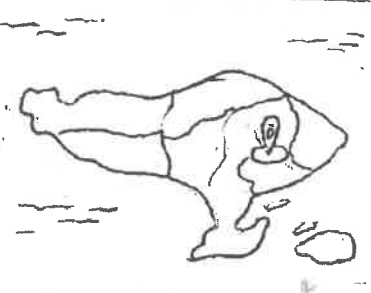
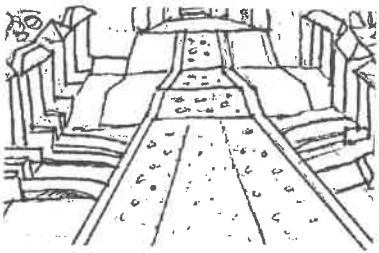
c. Storyboard

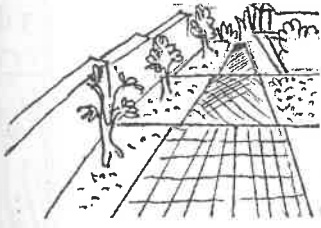
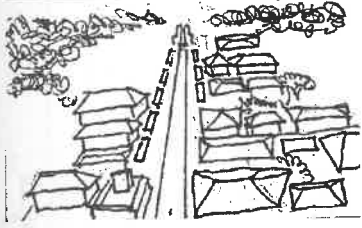
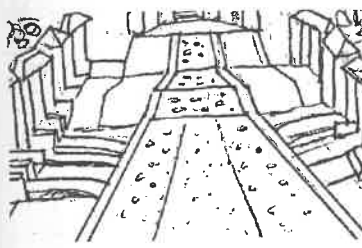

- Judul video : 3 keys of true harmony: Penglipuran
 Tema : Tri Hita Karana di desa Penglipuran
 Sudut Pandang : Orang ke-3
 Amanah : Menjaga keharmonisan ke tiga unsur utama (Tuhan, manusia, alam)
 Alur : Sorot Balik/ regresif
 Gaya Bahasa : Dokumentasi deskriptor oleh Voice Over, wawancara
 Unsur Implisit : Temukan keharmonisan yang sesungguhnya hanya di Desa Penglipuran
 Durasi : Maksimal 3 menit
 Pesan : Desa Penglipuran menawarkan keharmonisan yang sesungguhnya.

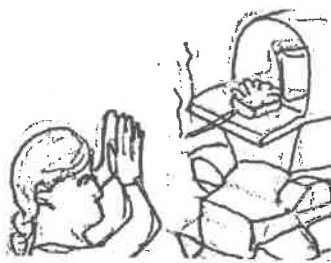
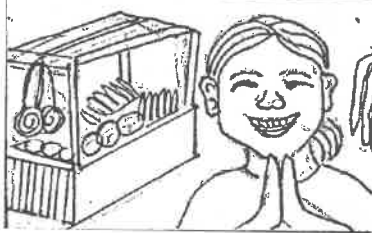
Scene	Shoot	Description	Durasi
I		Tampilan patung selamat datang di depan gerabang Desa CAMERA: MCU, Panning SOUND: SULING TUNGGAL PUPUH SINOM EDITTING: FADE IN, DISSOLVE	2 detik


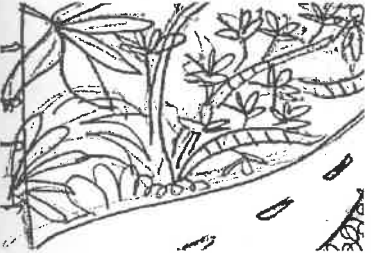
2		<p>Tampilan Pura Utama di ujung Desa</p> <p>CAMERA: Low Angle, Panning</p> <p>SOUND: SULING TUNGGAL PUPUH SINOM</p> <p>EDITTING: DISSOLVE</p>	2 detik
3		<p>Tampilan Hutan Bambu</p> <p>CAMERA: Low Angle</p> <p>SOUND: SULING TUNGGAL PUPUH SINOM</p> <p>EDITTING: DISSOLVE</p>	2 detik
4		<p>Pemuka desa tersenyum</p> <p>CAMERA: ES, Pan right</p> <p>SOUND: SULING TUNGGAL PUPUH SINOM</p> <p>EDITTING: DISSOLVE</p>	2 detik

<p>5</p>		<p>Tampilan Drone/ perview desa keseluruhan</p> <p>CAMERA: High Angle</p> <p>SOUND: GONG Sound Effect, RINDIK BALI</p> <p>EDITTING : CUT TO</p> <p>VO: "A Mesmerizing Getaway "</p>	<p>3 detik</p>
<p>6</p>		<p>Tampilan Rumah Tradisional</p> <p>CAMERA : ES, Pan left</p> <p>SOUND : RINDIK BALI</p> <p>EDITTING : DISSOLVE</p> <p>VO: "Traditional and Tringuil</p>	<p>2 detik</p>
<p>7</p>		<p>Suasana kebun/taman yang rapi</p> <p>CAMERA : ES, Pan right</p> <p>SOUND : RINDIK BALI</p> <p>EDITTING : DISSOLVE</p> <p>VO : "Known as The Cleanest Village In The World"</p>	<p>4 detik</p>

		<p>Tampilan Jalanan yang lengang</p> <p>CAMERA : ES</p> <p>SOUND : RINDIK BALI</p> <p>EDITTING : DISSOLVE</p>	2 detik
8		<p>Tampilan Pulau Bali ilustrasi/google earth dan lokasi penglipuran</p> <p>CAMERA : ZOOM IN</p> <p>SOUND : DINSIK BALI</p> <p>EDITTING : DISSOLVE</p> <p>VO : <i>“Located in north side of Bali Island”</i></p>	4 detik
9		<p>Gambaran Jalanan utama desa dengan Susana tenang</p> <p>CAMERA : ES</p> <p>SOUND : RINDIK BALI</p> <p>EDITTING : CUT TO</p> <p>VO : <i>“PENGLIPURAN”</i></p>	3 detik

8		<p>Tampilan Jalanan yang lengang</p> <p>CAMERA : ES SOUND : RINDIK BALI EDITTING : DISSOLVE</p>	2 detik
9		<p>Tampilan Drone/ perview desa keseluruhan</p> <p>CAMERA : ES SOUND : RINDIK BALI EDITTING : CUT TO</p>	3 detik
10		<p>Gambaran Jalanan utama desa dengan Susana tenang</p> <p>CAMERA : ES SOUND : RINDIK BALI EDITTING : CUT TO</p>	3 detik
II		<p>Wawancara dengan pemuka desa</p> <p>CAMERA : MCU SOUND : A QUIET THOUGHT- WAYNE JONES EDITTING : CUT TO</p>	-

12		<p>Gambaran hubungan manusia dengan Tuhan yang diaplikasikan lewat Kegiatan spiritual di Penglipuran: Sembahyang</p> <p>CAMERA : MCU</p> <p>SOUND : A QUIET THOUGHT- WAYNE JONES</p> <p>EDITTING : CUT TO</p>	3 detik
14		<p>Menampilkan interaksi manusia dengan manusia : senyuman dari pedagang yang ramah menawarkan dagangan</p> <p>CAMERA : MCU</p> <p>SOUND : A QUIET THOUGHT- WAYNE JONES</p> <p>EDITTING : CUT TO</p>	2 detik

<p>15</p>		<p>Menampilkan interaksi manusia dengan manusia: Interaksi dan ekspresi ceria anak kecil</p> <p>CAMERA : MCU</p> <p>SOUND : A QUIET THOUGHT- WAYNE JONES</p> <p>EDITTING : CUT TO</p>	<p>3 detik</p>
<p>16</p>		<p>Menampilkan suasana manusia dengan alam, interaksi seperti sentuhan dengan dedaunan dan manusia</p> <p>CAMERA : ES</p> <p>SOUND : A QUIET THOUGHT- WAYNE JONES</p> <p>EDITTING : CUT TO</p>	<p>4 detik</p>
<p>Keterangan: MCU: Medium Close Up ES: Establish Shot</p>			

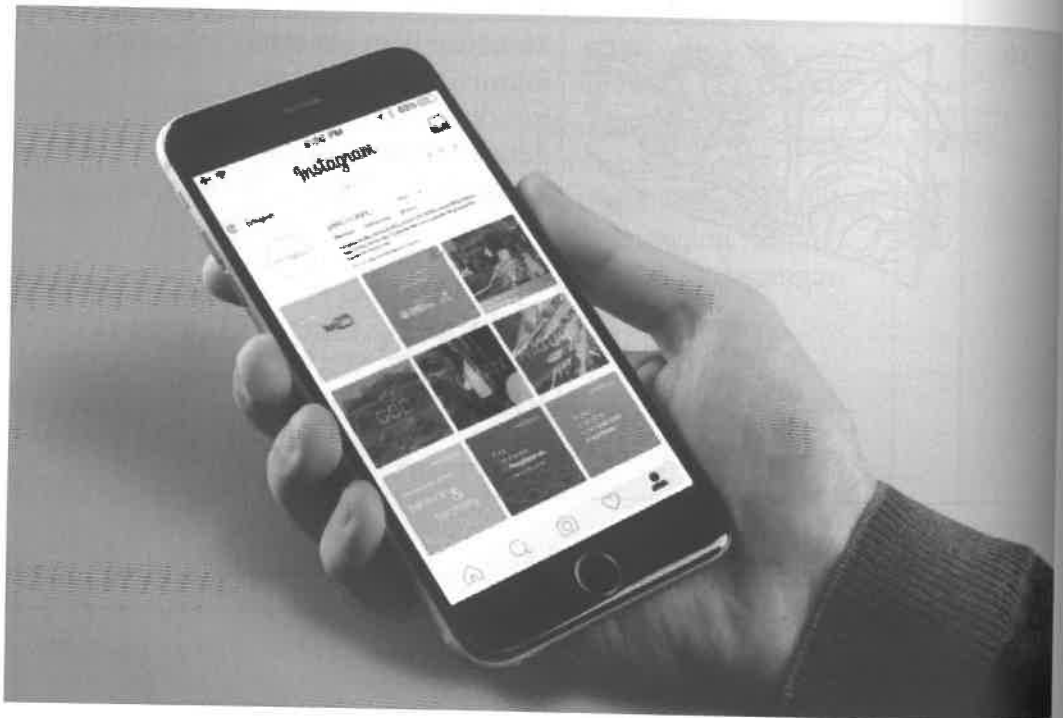
Strategi Media Pendukung Promosi

Agar video profil bisa menjangkau kalangan wisatawan mancanegara, maka diperlukan strategi media komunikasi visual pendukung yang tepat dan efisien. Media Mix atau baruan media adalah jenis media yang akan digunakan agar komunikasi dapat mencapai sasaran sesuai dengan *habbits* dari target *audience*. Agar video profil Desa Penglipuran bisa tersebar luas pada calon wisatawan,

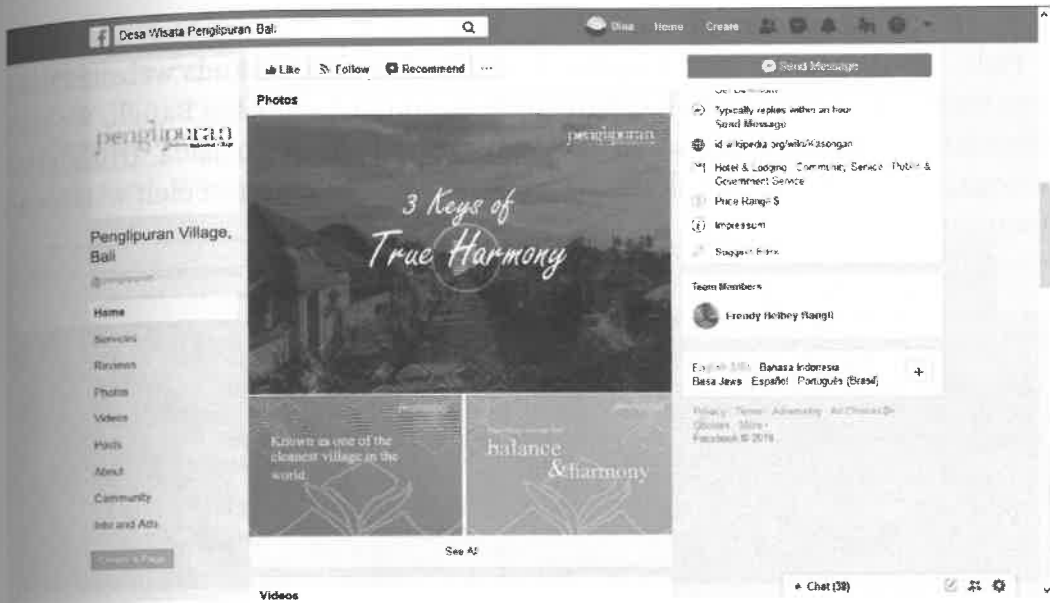
maka dibutuhkan media komunikasi visual pendukung meliputi media daring (facebook, instagram, website, banner ads dan youtube), media *advertising* (spanduk, umbul umbul, billboard dan majalah), *Event* (*booth, roll banner*), dan *give away* atau *merchandise* (pin, loloh cemcem, baju, kipas bambu, dan totebag)

a. Media Sosial

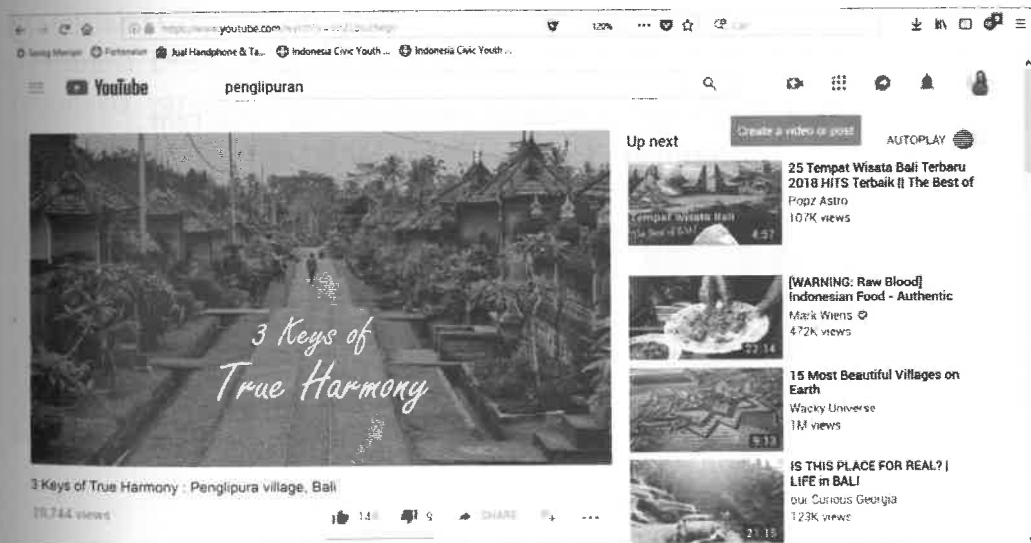
Media sosial menjadi media promosi utama karena kwantitas pengguna yang banyak, biaya yang efisien dengan cakupan yang sangat luas. Media sosial yang dipakai yaitu Instagram, Facebook, dan youtube khusus laman Desa Penglipuran.



Gambar 9. Tampilan Instagram
Sumber : Hasil olahan penulis



Gambar 10. Tampilan Facebook
Sumber : Hasil olahan penulis



Gambar 11. Tampilan Youtube
Sumber : Hasil olahan penulis

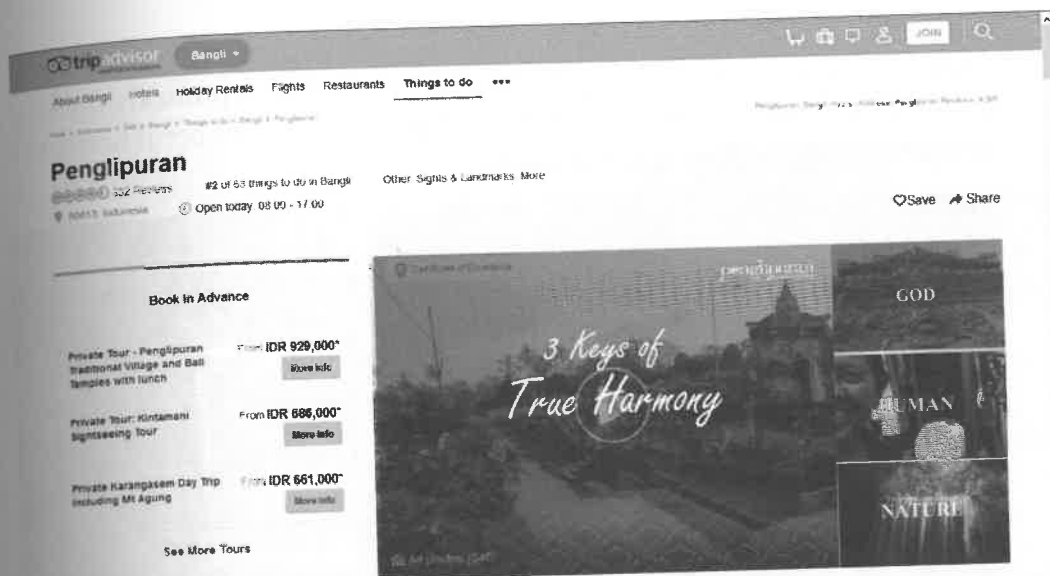
NI MADE DINA PUSPASARI, S.Ds, GILANG CEMPAKA, M.Sn
PERANCANGAN PROMOSI BERBASIS DIGITAL:
DESA WISATA PENGLIPURAN BALI DENGAN KONSEP TRI HITA KARANA, MELALUI VIDEO PROFIL

b. Website dan *Banner Ads*

Pada media website, iklan diaplikasikan dibagian slide beranda website Dinas Pariwisata dan Kebudayaan (Disparkeb) Pemerintah Kabupaten Bangli, Website Wonderful Indonesia (www.indonesia.travel.com) serta iklan pada TripAdvisor sebagai website yang banyak dijadikan referensi lokasi liburan oleh wisatawan mancanegara.



Gambar 12. Tampilan website www.indonesia.travel.com
Sumber : Hasil olahan penulis



Gambar 13. Tampilan website *TripAdvisor.com*
 Sumber : Hasil olahan penulis

c. Majalah : Colours

Promosi Desa Penglipuran terdapat dalam Majalah Colour smilik Garuda Indonesia, yang biasa disediakan di setiap maskapai penerbangan.



Gambar 14. Tampilan pada majalah
 Sumber : Hasil olahan penulis

d. Banner

Banner sebagai media pendukung promosi dipasang di atas pintu areal sekitar bandara internasional I Gusti Ngurah Rai. Adapun banner ini berukuran 12 x 2 m dengan menggunakan bahan albatros.



Gambar 15. Tampilan *banner* di gerbang kedatangan internasional Bandara I Gusti Ngurah Rai

Sumber : Hasil olahan penulis

e. Videotron

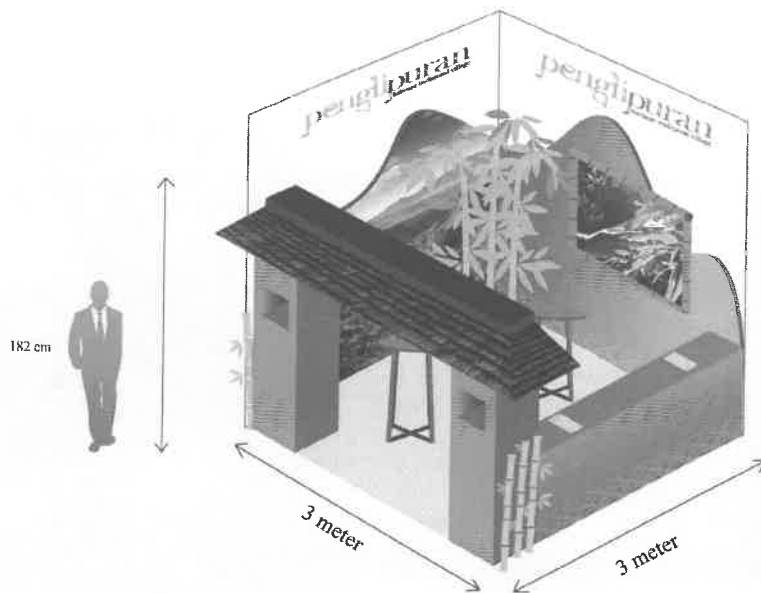
Selain menggunakan media online untuk mempromosikan video, videotron juga dapat menjadi media *offline* dalam memutar video dan mempromosikan Desa Penglipuran. Videotrone yang digunakan berlokasi di sekitar bandara dan pusat keramaian wisatawan seperti Kuta dan Legian.



Gambar 16. Tampilan videotron di bandara I Gusti Ngurah Rai
Sumber : Hasil olahan penulis

f. Booth dalam event

Salah satu *Event* kepariwisataan internasional yang setiap tahun diikuti oleh Desa Penglipuran adalah *Event* Bali Beyond Travel Festival (BBTF). Dalam peluncuran perdana video profil Desa Penglipuran pada acara BBTF 2019 penulis merancang beberapa media pendukung berupa *booth*, *x-banner*, dan *flyer*. *Booth* yang dirancang berukuran 3 meter x 3 meter menyesuaikan ukuran area yang disediakan pada BBTF 2019. Ciri khas utama yang ditonjolkan adalah gerbang / *angkul-angkul* replika *landmark* dari Desa Penglipuran. Di dalam *booth* tersedia meja bambu dan tv layar lebar untuk tempat memutar video.



Gambar 17. Desain *Booth corner*
Sumber : Hasil olahan penulis

Media komunikasi visual dan item pendukung *booth event* ini adalah :

1. *Standing Banner* : Diletakan di depan *booth*



Gambar 18. Desain *x-banner*
Sumber : Hasil olahan penulis

- Flyer : dicetak dengan spesifikasi yaitu, bahan kertas art paper dengan ukuran A5, resolusi 300dpi



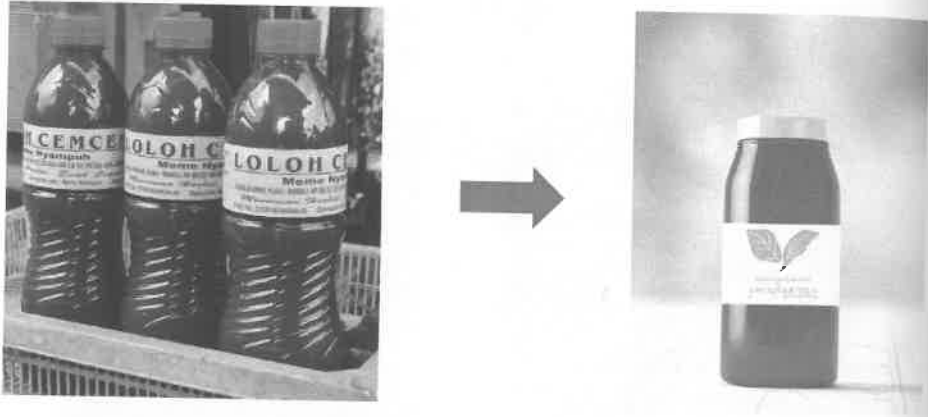
Gambar 19. Desain flyer bagian depan dan belakang
Sumber : Hasil olahan penulis

- Pin : dibagikan pada pengunjung booth, berdiameter 6 cm, dibedakan menjadi 3 warna yaitu hijau, ungu dan orange.



Gambar 20. Desain Pin
Sumber : Hasil olahan penulis

4. Botol loloh cemcem : adalah minuman khas dari Desa Penglipuran , Loloh Cemcem, dijual dalam event telah di *redesign* kemasannya menjadi pilihan oleh-oleh yang tepat dari Desa Penglipuran.



Gambar 21. Desain Botol
Sumber : Hasil olahan penulis

5. Kipas Bambu : dijual dalam event karena ciri khas Desa Penglipuran yang merupakan produsen kerajinan bamboo.



Gambar 22. Desain Merchandise kipas bambu
Sumber : Hasil olahan penulis

6. Kaos : seragam panitia di booth, atau untuk remaja pengurus kepariwisataan Desa Penglipuran.



Gambar 23. Desain Baju Penglipuran
Sumber : Hasil olahan penulis

7. *Totebag* : berbahan baku canvas dengan panjang 40x 30 cm sebagai *merchandise* yang dijual.



Gambar 24. Desain *Merchandise* totebag
Sumber : Hasil olahan penulis

Media	Pra Event				Event				Pasca Event				Keterangan				
	Maret				April				Juni					Juli			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4		1	2	3	4
Media Daring	📖	📖	📖	📖	📖	📖	📖	📖	📖	📖	📖	📖	📖	📖	📖	📖	Facebook, instagram, twitter, website, banner Ads
Media Advertising Outdoor							📖	📖	📖	📖	📖	📖	📖	📖			Banner, Umbul umbul, Videootron
Media Advertising Indoor					📖	📖	📖	📖	📖	📖	📖	📖	📖	📖			Majalah
Advertising Event								📖	📖	📖	📖	📖	📖	📖			Booth, roll benner
Merchandise											📖	📖	📖				Kaos, kipas bambu, loloh cemrem, totebag dan kerajinan khas desa

Tabel 2. Media Planning
Sumber : Hasil olahan penulis

Media Planning

Media planning dalam perancangan video profil Desa Penglipuran dimulai dari awal bulan Maret 2019 hingga minggu terakhir bulan Juli. Di dalam pelaksanaannya dibagi menjadi 3 kegiatan yaitu *Pra Event*, *Event* dan *Pasca Event*.

KESIMPULAN

Desa Penglipuran sebagai sebuah desa yang menghargai warisan budaya leluhur menjadikan warisan bukan hanya sebagai sejarah namun juga sebagai harta kekayaan budaya yang dipertahankan hingga sekarang. Nilai-nilai kebaikan yang diajarkan seperti Tri Hita Karana penting untuk terus dilestarikan dan diaplikasikan dalam kehidupan modern saat ini. Sebagai desa wisata yang terkenal akan arsitektur rumah adatnya penglipuran juga dapat menjadi Desa budaya yang mengajarkan dan menyampaikan nilai-nilai kebaikan kepada wisatawan yang berkunjung agar dapat memperoleh dampak positif setelah berkunjung.

Video Profil sebagai media promosi dipandang sesuai dengan kondisi masyarakat saat ini, yang dapat secara efektif dapat menyampaikan nilai-nilai positif yang dimiliki Desa Penglipuran. Video Profil dijadikan sebagai media promosi yang memperkenalkan Tri Hita Karana sebagai daya tarik Penglipuran kepada wisatawan mancanegara yang menjadi target utama karena dinilai kuantitas dari wisatawan mancanegara yang sangat tumpang dengan jumlah

wisatawan domestik yang berkunjung. Maka tujuan dari video profil adalah sebagai media promosi kepada wisatawan mancanegara agar jumlah yang datang dapat memenuhi target yaitu 61 ribu jiwa pada tahun 2020.