

## **Optimalisasi Media Promosi Objek Wisata Pantai Kutang Lamongan Jawa Timur**

**Janin Islam Khusnul Ainun Nur<sup>1</sup>, Miftahol Anwar<sup>2</sup>, Ishaq Bima Ramadhan<sup>3</sup>,  
Aprita Dwi Mardiyanti<sup>4</sup>, Nabila Landiana Nugroho<sup>5</sup>, Riesta Ayu Oktarina<sup>6</sup>**

Stikosa – AWS

Email: : janin@gmail.com

### ***Abstract***

*Our group's KKL program will help optimize media publications on Kutang Lamongan Beach Tourism. Looking at the problem of Kutang beach tourism, what we can conclude about social media promotions that are always changing and the presentation of photos that do not attract the attention of netizens makes us want to produce a photo and video work with slick presentations that we have learned on campus. We try to apply the material that has been taught by lecturers in the field of photography and videography to help increase the number of tourists in the midst of this pandemic. The hope of our group after the implementation of the KKL program that our group plans to provide positive energy is an increase in the number of visitors to Kutang Lamongan beach.*

***Keywords: Publication Media, Social Media, Tourism.***

### **Abstrak**

Program KKL kelompok kami akan membantu mengoptimalkan media publikasi pada Wisata Pantai Kutang Lamongan. Melihat dari permasalahan wisata pantai Kutang, yang dapat kami simpulkan mengenai media sosial promosi yang selalu berubah-ubah dan sajian foto yang kurang menarik perhatian warganet membuat kami ingin menghasilkan sebuah karya foto dan video dengan suguhan apik yang sudah kami pelajari di kampus. Kami mencoba mengaplikasikan materi yang sudah diajarkan oleh dosen dalam bidang fotografi dan videografi untuk membantu meningkatkan angka wisatawan di tengah pandemi ini. Harapan dari kelompok kami setelah terlaksanakannya program KKL yang kelompok kami

rencanakan dapat memberi energi positif adanya peningkatan jumlah pengunjung pantai Kutang Lamongan.

**Kata kunci : Media Publikasi, Media Sosial, Wisata.**

## **1.PENDAHULUAN**

Pantai Kutang merupakan sebuah objek wisata baru yang terletak pada perbatasan antara Kabupaten Tuban dan Kabupaten Lamongan. Secara geografis pantai Kutang terletak di Dusun Kentong, Desa Labuhan, Kecamatan Brondong, Kabupaten Lamongan, Jawa Timur. Mata pencaharian penduduk dusun Kentong sebagian besar adalah nelayan karena letak dusun yang berada di tepi pantai. Selain penghasilan dari hasil laut sendiri pekerjaan penduduk desa Labuhan merupakan Tenaga Kerja Indonesia (TKI) di luar negeri. Maka dari itu banyak sekali perempuan di desa Labuhan yang tinggal sendiri karena pasangan mereka sedang bekerja di luar negeri.

Sejak diresmikannya Pantai Kutang pada tahun 2017, Pantai Kutang menjadi peluang usaha terbesar bagi warga desa Labuhan. Para ibu rumah tangga yang biasanya hanya dirumah saja setelah wisata Pantai Kutang dibuka, beliau dapat berjualan untuk menambah pemasukan. Berbagai jenis usaha dijalankan oleh para ibu rumah tangga, mulai dari berjualan makanan hingga perlengkapan untuk berenang di pantai. Oleh karena itu pengurus Pantai Kutang berusaha agar seluruh penjual yang berada di Pantai Kutang merupakan warga asli dusun Kentong. Agar terdapat pertumbuhan ekonomi yang dinamis di dusun Kentong sendiri.

Upaya yang dilakukan oleh pengurus Pantai Kutang demi meningkatkan pengunjung Pantai Kutang pun telah tepat sasaran yaitu melalui media sosial. Dengan berkembangnya teknologi melalui media sosial, media publikasi melalui media sosial sangat bisa memberikan hasil yang nyata untuk menarik perhatian masyarakat khususnya kaum muda. Namun, dengan memiliki media sosial saja bukan berarti sudah dapat dijadikan sebuah usaha yang maksimal dalam promosi. Media sosial juga perlu ditata dan dikelola dengan baik seperti konsisten untuk mengunggah foto atau video tentang pantai Kutang, berinteraksi dengan masyarakat lewat sosial media, dan merayakan event tertentu. Adanya interaksi yang secara berkala dari pengurus pantai Kutang dengan masyarakat melewati sosial media merupakan salah satu cara agar akun pantai Kutang dapat diikuti oleh banyak orang sehingga orang akan tertarik untuk mengunjungi pantai Kutang.

Pada proses pengoptimalisasian pada media sosial khususnya instagram, akun instagram akan berganti ke akun yang baru seiring masa periode

kepemimpinan ketua BUMDES telah usai. Membuat kembali akun baru dan meninggalkan akun sebelumnya yang sudah lumayan meningkat dari segi followers dan juga responden. Sangat disayangkan tidak ada yang melanjutkan akun instagram sebelumnya. Ini merupakan alasan kelompok kami juga untuk mengedukasi admin atau pengurus akun media sosial pantai kutang agar terus digunakan secara bergeliran sekalipun masa jabatan kepengurusan pantai kutang berganti.

Kelompok kami di sini akan membuat sebuah company profile untuk akun official pantai Kutang yang mana dalam video tersebut akan kami buat semenarik mungkin sehingga bisa meningkatkan jumlah wisatawan pantai Kutang yang berdatangan. Alasan kelompok kami membuat sebuah video adalah karena kami menerapkan ilmu yang kami miliki selama berkuliah. selain video, kami juga menyiapkan beberapa stok foto untuk sebuah feed instagram official pantai Kutang untuk dimanfaatkan pengurus atau admin akun instagram pantai kutang. Dengan demikian kami memiliki tanggung jawab untuk menyajikan konten-konten menarik yang tentunya dengan harapan dapat menarik perhatian pengunjung pantai Kutang untuk terus bertambah.

## 2.METODE PELAKSANAAN

Dalam hal ini, susunan program KKL kelompok kami yaitu membuat sebuah video dan mengambil foto-foto sekitar lingkungan Pantai untuk dikemas secara menarik. Tampilan visual dalam media sosial suatu tempat wisata sangat berpengaruh terhadap ketertarikan orang yang akan mengunjungi lokasi wisata tersebut. Pernyataan tersebut dapat dirumuskan dengan menentukan angle-angle menarik yang bisa diambil untuk disuguhkan kepada khalayak. Indikator keberhasilan perencanaan rumusan kegiatan KKL kelompok kami dan program kegiatan kami di Pantai Kutang dijelaskan dalam tabel berikut.

PROGRAM KEGIATAN	INDIKATOR CAPAIAN	TARGET PENCAPAIAN
Pembuatan konten untuk media promosi : 1. Pengambilan gambar untuk foto Pantai Kutang 2. Pengambilan video untuk company profile 3. Pembuatan video pendek infografis	1. Gambar yang diambil sesuai dengan konsep yang telah direncanakan, 2. Pengambilan gambar sesuai dengan konsep company profile 3. Penyampaian informasi dalam video dapat tersampaikan dengan baik.	1. 100% 2. Viewer video di Facebook dan Instagram 100 view.
Pembuatan Desain Karcis Tiket Masuk Pantai Kutang	1. Desain karcis lebih menarik dan sesuai	100%

	dengan identitas Pantai Kutang.	
Pembuatan Twibbon	1. Desain twibbon sesuai dengan identitas Pantai Kutang.	100%
Penyerahan File Media Promosi Pantai Kutang Secara Resmi	1. Seluruh file hasil KKL Pantai Kutang 2021 diberikan kepada BUMDES dusun Kentong.	100%

Tabel 1. Program Kegiatan KKL Pantai Kutang 2021

Program kegiatan KKL Pantai Kutang 2021 bekerjasama dengan BUMDES dusun Kentong Pantai Kutang. Selain BUMDES kelompok kami akan bekerjasama dengan Karang Taruna dusun Kentong dalam melakukan sosialisasi meramaikan akun Facebook dan Instagram pantai Kutang. Dengan cara membagikan postingan yang ada pada akun Facebook dan Instagram Pantai Kutang kepada khalayak luas.

### 3.HASIL DAN PEMBAHASAN

Pantai Kutang yang terletak pada perbatasan antara Kabupaten Tuban dan Lamongan tepatnya di Dusun Kentong, Desa Labuhan, Kecamatan Brondong, Kabupaten Lamongan, Jawa Timur. Berada di tepian pantai membuat Pantai Kutang digunakan sebagai mata pencaharian nelayan. Dalam sektor wisata masyarakat pun ikut andil berdagangan disekitar Pantai Kutang. Penduduk yang tinggal disekitar Pantai Kutang mengakui banyak yang masyarakat luar yang belum ketahui tentang keberadaan Pantai Kutang. Maka disini tujuan pembuatan video promosi Pantai Kutang agar menarik para pengunjung untuk datang dan menikmati keunikan Pantai Kutang.

Dalam penelitian ini, proses pelaksanaan akan dibagi menjadi tiga bagian yaitu Pra Produksi, Produksi dan Pasca Produksi. Penelitian ini dibagi menjadi tiga bagian karena bentuk dari hasil penelitian berupa video promosi untuk Pantai Kutang. Dimana Pra Produksi akan membahas tentang konsep video dan storyboard dari video promosi yang akan diambil di Pantai Kutang. Menjelaskan juga tentang alat-alat yang dibutuhkan saat pengambilan video yang dilakukan di Pantai Kutang.

Proses Produksi disini merupakan proses pengambilan video yang dilakukan langsung di Pantai Kutang, Lamongan. Pengambilan video dilakukan dua hari yaitu hari Jum'at dan Sabtu tanggal 18 – 19 Juni 2021. Setelah itu, proses Pasca Produksi yaitu proses pembuatan video dan pemilihan foto dilakukan pada tahap ini. Berikut penjelasan secara detail dari pelaksanaan pembuatan video promosi Pantai Kutang.

#### a. Pra Produksi

Pada proses ini dilakukan perencanaan dan konsep yang akan digunakan dalam video promosi Pantai Kutang. Sebelum itu dilakukan pula pencarian referensi untuk mempermudah proses pembuatan video

promosi. Kelompok kami memilih referensi untuk pembuatan video promosi Pantai Kutang yaitu video company profil dari BAKTI yang diproduksi oleh Alexa Visual yang dirilis pada 18 September 2020 di akun Instagram AlexaVisual (AlexaVisual, 2020). Selain itu, kami memilih referensi lain untuk bahan perbandingan yaitu Video Promosi Objek Wisata Petungkriyono Kabupaten Pekalongan yang diunggah oleh Muhammad Zulaifan di Youtube pada tanggal 11 November 2018.

Selanjutnya, dilakukan proses konsep dan storyboard video promosi Pantai Kutang untuk mempermudah pengambilan video dan proses editing video. Storyboard secara rinci dapat dilihat pada Lampiran poin e, yang menjelaskan setiap adegan yang perlu diambil saat produksi. Di dalam storyboard dijelaskan tentang gambar yang perlu diambil, berapa durasi video, teknik pengambilan gambar dan cerita yang perlu didapatkan dari adegan tersebut. Cerita yang dijelaskan dalam naskah dapat membantu tim produksi dalam menampilkan suasana dalam video yang diambil sehingga menambah emosi yang ada dalam video tersebut. Dilakukannya proses ini agar mempermudah tim produksi saat mengambil gambar di lokasi yaitu Pantai Kutang. Dengan adanya storyboard tim produksi dapat mengetahui apa saja yang diperlukan untuk bahan video dan mengerti langkah selanjutnya yang perlu dilakukan.

## **b. Produksi**

Pada tahapan ini merupakan proses pengambilan video secara langsung di Pantai Kutang Kabupaten Lamongan. Proses produksi berlangsung pada hari Jumat dan Sabtu tanggal 18 – 19 Juli 2021. Dengan alasan agar dapat merasakan perbedaan pengunjung di hari biasa dan di akhir pekan. Pengambilan video dilakukan dengan menggunakan kamera utama yaitu Sony Alpha A6000 dan sebagai tambahan digunakan pula Sony Alpha A6400 untuk pengambilan gambar lainnya. Sebagai tambahan kelompok kami pun menggunakan Drone untuk mengambil gambar Pantai Kutang secara lebih leluasa.

Usai seluruh persiapan alat selesai, pengambilan video pun dilaksanakan dengan mengikuti arahan storyboard yang telah dibuat sebelumnya. Pertama, pengambilan gambar pintu masuk Pantai Kutang, dimana disekitar Pintu Masuk terdapat beberapa kios warga yang menawarkan kuliner Pantai Kutang, seperti yang ditunjukkan gambar 3. Selain itu, terdapat pula pos Tiket bagi para pengunjung membeli tiket masuk Pantai Kutang dengan biaya Rp.5000,-.(lima ribu rupiah).



Gambar 1. Pintu Masuk Objek Wisata Pantai Kutang

Setelah selesai mengambil gambar di Pintu Masuk, dilanjutkan dengan mengambil gambar salah satu daya tarik dari Pantai Kutang yaitu Jembatan. Pantai Kutang memiliki keistimewaan dimana lokasi pantainya sendiri dapat ditemukan setelah melewati jembatan sepanjang kurang lebih 400 meter terlebih dahulu. Di jembatan tersebut terdapat beberapa spot untuk foto, selain itu terdapat juga tiga buah gazebo sepanjang jembatan diperuntukkan bagi para pengunjung yang ingin duduk bercengkrama. Pengambilan video dilakukan di spot foto yang ada di jembatan dengan menggunakan model yang sedang melakukan kegiatan foto-foto. Selain itu juga, pengambilan gambar para pengunjung yang baru saja datang dan sedang melintasi jembatan untuk menuju Pantai Kutang.

Lokasi selanjutnya yaitu mengambil video di tepi pantai dari Pantai Kutang, dimana kami merekam kegiatan anak-anak dan beberapa pengunjung yang sedang berenang serta bercanda sambil bermain air di Pantai Kutang. Selain itu juga mengambil beberapa rekaman detail seperti percikan ombak, seperti yang ditampilkan pada gambar 2.



Gambar 2. Rekaman Percikan Ombak Untuk Video Promosi Pantai Kutang

Dilanjutkan ke pengambilan gambar suasana pada kios warga yang berjualan di Pantai Kutang. Terdapat kurang lebih 6 kios yang didirikan oleh warga di Pantai Kutang, menu yang ditawarkan pun kurang lebih sama yaitu bakso, mie instan, rujak dan menu makanan khas pantai lainnya. Namun, karena pengambilan video dilakukan pada hari Jumat maka ada beberapa kios warga yang tidak buka. Gambar 3 menunjukkan gambar yang diambil pada salah satu kios warga yang berjualan di Pantai Kutang. Selain itu, menu Rujak menjadi salah satu makanan khas Pantai Kutang karena rasanya yang kuat dan memiliki ciri khas tersendiri.

Gambar 3. Prosesn Jual Beli di Salah Satu Kios di Pantai Kutang



(sumber: dokumentasi pribadi)

Proses produksi berlanjut ke hari kedua yaitu Sabtu 19 Juni 2021, dimana pada hari itu produksi video menggunakan drone. Dengan menggunakan drone kita dapat mengambil gambar Pantai Kutang dari angle atas sehingga dapat terlihat keseluruhan Pantai Kutang. Selain itu, kami mengabadikan momen matahari terbit dan tenggelam di Pantai Kutang dengan teknik timelaps untuk menambah suasana dalam video promosi. Momen matahari terbit dan terbenam diabadikan dengan background kapal nelayan yang menjadikan video lebih hidup.

### c. **Pasca Produksi**

Proses pasca produksi merupakan tahapan untuk pembuatan video, editing, mixing audio, penambahan grafis, dan pengolahan warna. Dalam proses editing video promosi Pantai Kutang menggunakan software Adobe Premiere Pro Berikut merupakan tahapan yang dilakukan dalam editing video promosi Pantai Kutang.

#### 1. **Pengolahan warna**

Guna adanya pengolahan warna pada video agar tercipta sebuah sentuhan mood yang berbeda dari sebuah video. Selain itu, dengan adanya pengolah warna video dapat meningkatkan nilai estetika video itu sendiri.

## **2. Sinkronisasi Video**

Proses ini merupakan preoses pengolah video yang telah diambil untuk disusun, dipotong, penambahan efek, penambahan transisi dan penambahan audio.

## **3. Mixing Audio**

Pada video promosi Pantai Kutang ini diberi narasi agar informasi yang di berikan lebih jelas. Pada proses penggabungan narasi dengan video, suara backsound music diturunkan hingga 50% agar suara narasi lebih jelas dan mudah dipahami.

## **4. Rendering Video**

Rendering adalah proses dimana file video dan audio yang sudah selesai diedit melalui software Adobe Premiere Pro diexport menjadi output video yang bisa dimainkan. Cara merender project yang sudah selesai di Adobe Premiere Pro dengan mengexport project yang sudah dibuat yang berbeda pada file – Export – Media.

## **4. PENUTUP**

Program Kuliah Kerja Lapangan (KKL) Berbasis Riset Kelompok 8, terhitung sekitar 35% tercapai sesuai rencana yang kami susun. Enam puluh lima persen sisanya belum berhasil tercapai dikarenakan empat dari lima anggota kelompok kami terkena gejala covid-19. Sehubungan dengan adanya rencana yang telah tercapai, kami telah melaksanakan pada saat semua masih dalam kondisi sehat. Adanya kendala ketidakberhasilan program KKL kelompok kami yaitu:

- a. Cuaca yang kurang mendukung saat pengambilan sunrise sehingga mengambil gambar ulang pada saat matahari tenggelam (sunset).
- b. Dikarenakan kondisi ditengah pandemi ditambah hembusan angin pada lokasi KKL yaitu pantai Kutang Lamongan yang kurang baik, empat orang dari lima anggota terkena dampak jatuh sakit pada saat kembali ke Surabaya.
- c. Dua orang yaitu satu anggota dan ketua mengalami positif covid 19, dua anggota sisanya mengalami gejala berat pula sehingga pengerjaan laporan

dan pengeditan video terhambat karena harus memulihkan kondisi tubuh terlebih dahulu dan kami semua harus istirahat melakukan isolasi mandiri selama dua minggu penuh.

- d. Dikarenakan pandemi yang semakin parah dan pemberlakuan PPKM disetiap daerah di Jawa Timur, maka rencana untuk penyerahan cinderamata dan ceremony untuk pantai Kutang dibatalkan untuk menjaga kondisi tim kkl dan warga desa pantai Kutang.

Kedepannya, kami berusaha untuk menyelesaikan kekurangan yang belum bisa kami selesaikan sebelumnya dan akan menyelesaikannya sesegera mungkin

## 5. DAFTAR PUSTAKA

- Aat Ruchiat Nugraha, Susie Perbawasari, Feliza Zubair. (2017). Model Komunikasi Yang Pariwisata Berbasis Kearifan Lokal (Studi Deskriptif Kualitatif di Wilayah Lembang Kabupaten Bandung Barat)
- A. Shimp Terence. (2003). *Periklanan dan Promosi*. Jakarta : Erlangga
- Anshori, Yusak & D.G. Satrya. (2008). Sparkling Surabaya: *Pariwisata Dengan Huruf L*. Bayu Media, Malang.
- David, Fred R. (2005). *Manajemen Strategis: Konsep Dan Teori Ed. 10*. Jakarta : Gramedia
- Mulyana, Deddy. (2007). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Effendy, Onong Uchjana. (2005). *Ilmu Komunikasi (Teori dan Praktek)*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Ismayanti. (2010). *Pengantar Pariwisata*. Jakarta : Grasindo
- Ismu Putra Herdrianto, Ilham Danu, M., Dwi Ardiansah, Y., Dwi Hermawan, N., Azhimi, F., & Ayu Oktarina, R. (2021). INDONESIA Media Promosi Budidaya Hasil Tambak Rumput Laut Samudera Hijau Dusun Tanjungsari Kecamatan Jabon Sidoarjo: INDONESIA. *Prapanca : Jurnal Abdimas*, 1(2), 1-7. <https://doi.org/10.37826/prapanca.v1i2.187>
- Kotler, P. (2000). *Marketing Managemen*. PT. Penhallindo, Jakarta
- Muhammad Haqqir Ridho. (2018). Strategi Komunikasi Duta Wisata Dalam Mempromosikan Pariwisata Di Kabupaten Gresik (Kualitatif deskriptif)
- Parkerson, B & J. Saunders. (2004). *City Branding: Can Goods and Services Branding Models Be Used to Brand City Branding, vol. 1, pp. 243-244*.
- Prasetyo, D., PRG, M., VL, E., RP, E., DWP, K., & E, G. (2021). Penerapan Media Sosial Dan Photoshoot Dalam Menunjang Ekonomi Pengrajin Batik Dan Patung Di Desa Bejjong. *Prapanca : Jurnal Abdimas*, 1(2), 62-69. <https://doi.org/10.37826/prapanca.v1i2.196>
- Ratna Amina, N. W., Yunita K, Nur Aisyah K, Shoffiana DM, Allan KC, & M.Ade S. (2021). Strategi Komunikasi Pariwisata Pada Masyarakat Dan

Janin Islam Khusnul Ainun Nur [et.al] : Optimalisasi Media Promosi Objek Wisata Pantai Kutang Lamongan Jawa Timur

Pembudidayaan Ekosistem Kebun Raya Mangrove Gunung  
Anyar. *Prapanca* : *Jurnal Abdimas*, 1(1), 22-28.  
<https://doi.org/10.37826/prapanca.v1i1.133>  
Video Promosi Pariwisata di Surabaya (2020)