

A. Latar Belakang

Indonesia merupakan negara kepulauan, dengan lebih dari 17.000 pulau yang tersebar, Indonesia memiliki ribuan destinasi yang menawarkan pesona keindahan alam, mulai dari pegunungan, hutan tropis, lautan dan danau hingga pantai berpasir putih. Semuanya menjadi daya tarik wisatawan domestik maupun mancanegara. Sebagai salah satu sektor strategis, pariwisata memberikan kontribusi besar terhadap perekonomian nasional. Pada tahun 2022, sektor pariwisata diestimasikan telah menyumbang devisa sebesar USD 6,72 miliar dengan kontribusi terhadap PDB sebesar 3,6%. Sektor pariwisata juga diestimasikan berhasil menyerap tenaga kerja sebesar 22,89 juta orang. (Kemenparekraf, 2023)

Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) adalah salah satu provinsi di Indonesia yang dikenal sebagai destinasi wisata unggulan. Keberagaman daya tarik wisata yang ditawarkan, menjadikan DIY sebagai tujuan favorit para wisatawan. Selain ikon terkenal seperti Candi Borobudur dan kawasan Malioboro yang selalu ramai oleh wisatawan, DIY juga memiliki keindahan alam lain, khususnya pantai di kawasan Gunungkidul, seperti Pantai Indrayanti, Baron, dan Drini yang berhasil menarik perhatian wisatawan.

Secara keseluruhan, terdapat potensi besar di wilayah Gunungkidul untuk dijadikan sebagai destinasi wisata unggulan di Indonesia, khususnya di wilayah-wilayah seperti pantai dan kawasan alam lainnya.

Kecamatan	Wisatawan (Jiwa)					
	Wisatawan Nusantara/Domestik		Wisatawan Mancanegara		Jumlah	
	2022	2023	2022	2023	2022	2023
Panggang	692.774	493.257	-	2	692.774	493.259
Purwosari	252.917	600.034	-	-	252.917	600.034
Paliyan	40.700	33.149	-	-	40.700	33.149
Saptosari	102.784	139.989	7	-	102.791	139.989
Tepus	398.275	531.579	104	1.835	398.379	533.414
Tanjungsari	1.167.427	1.380.045	48	895	1.167.475	1.380.940
Rongkop	-	-	-	-	-	-
Girisubo	116.293	163.564	-	42	116.293	163.606
Semanu	128.759	140.718	-	-	128.759	140.718
Porjong	4.280	1.759	-	-	4.280	1.759
Karangmojo	51.815	67.617	189	1.190	52.004	68.807
Wonosari	7.632	4.098	15	3	7.647	4.101
Playen	22.698	27.483	272	595	22.970	28.078
Paltuk	93.354	80.747	15	96	93.369	80.843
Gedangsari	6.106	1.059	19	18	6.125	1.077
Nglipar	3.355	2.061	38	1	3.393	2.062
Ngawen	14.303	43.018	2	3	14.305	43.021
Semin	2.591	2.966	-	-	2.591	2.966
Gunungkidul	3.106.063	3.713.143	709	4.680	3.106.772	3.717.823

Keterangan Data :
Sumber: Dinas Pariwisata Kabupaten Gunungkidul

Gambar 1. Data dan Statistik Wisatawan di Kabupaten Gunungkidul
(Badan Pusat Statistik Kabupaten Gunung Kidul, 2024)

Dikutip dari artikel (antaranews.com) Dinas Pariwisata Kabupaten Gunungkidul, Daerah Istimewa Yogyakarta, mencatat kunjungan wisatawan selama Januari 2024 mencapai 248.844 orang, dan menyumbang pendapatan dari retribusi sebesar Rp460,68 juta, dengan mayoritas pengunjung lebih dari 90% memilih pantai sebagai destinasi wisata, mengingat total pantai yang dimiliki Gunungkidul mencapai lebih dari 100 pantai. Hal tersebut tercapai dengan salah satunya dipengaruhi oleh promosi wisata yang dilakukan Pemkab Gunungkidul melalui media sosial yang dianggap sangat efektif untuk menarik kunjungan wisatawan.

Pantai Krokoh adalah salah satu destinasi wisata pantai di Gunungkidul, Yogyakarta, yang menawarkan keindahan alami dan suasana

yang tenang. Terletak di Dusun Krokoh, Desa Songbanyu, Kecamatan Girisubo, pantai ini bisa ditemukan melalui koordinat -8.245869, 110.688482 di Google Maps. Pantai ini memiliki hamparan pasir putih yang berpadu dengan batuan karang besar khas pantai selatan Jawa, menciptakan panorama alam yang indah. Namun demikian, Pantai Krokoh belum mendapatkan perhatian dan eksposur yang sepadan.



Gambar 2. Grafik rata-rata jumlah pengunjung Pantai Krokoh per bulan (Pengelola Pantai Krokoh, 2024)

Berdasarkan hasil survei yang penulis buat, rata-rata pengunjung Pantai Krokoh dalam 1 bulan tercatat 50 wisatawan dan mengalami kenaikan hingga 3 kali lipat di musim liburan yang umumnya bertepatan dengan liburan sekolah atau liburan akhir tahun. Tentu angka ini dapat dikategorikan sebagai sepi, terutama jika dibandingkan dengan pantai-pantai populer yang biasanya menerima ratusan hingga ribuan pengunjung per bulan.

Berdasarkan data dari Statistik Kepariwisata DIY Tahun 2023 yang diterbitkan oleh Dinas Pariwisata DIY, kawasan wisata Pantai Baron, Pantai Kukup, Pantai Sepanjang, Pantai Watu Kodok, Pantai Sanglen, Pantai Drini, Pantai Krakal, Pantai Sadranan, Pantai Ngandong, Pantai Sundak, Pantai Somaneng, Pantai Pulang Sawal (Indrayanti), Pantai Pok Tunggal, dan Pantai Seruni (Tanjungsari-Tepus) mencatatkan total kunjungan sebanyak 1.850.249 wisatawan dalam satu tahun. Jika dibagi rata terhadap 15 destinasi pantai dalam kawasan tersebut, maka setiap pantai diperkirakan menerima sekitar 123.350 pengunjung per tahun, atau setara dengan 337 pengunjung per hari.

B. OBYEK WISATA LAINYA

No	Obyek Wisata	Jan	Feb	Maret	April	Mei	Juni	Juli	Agust	Sept	Okt	Nov	Des	Jumlah
1	Kawasan Pantai Baron, Pantai Kukup, Pantai Sepanjang, Pantai Watu Kodok, Pantai Sanglen, Pantai Drini, Pantai Krakal, Pantai Sarangan, Pantai Silli, Pantai Sadranan, Pantai Ngandong, Pantai Sundak, Pantai Somaneng, Pantai Pulang Sawal, Pantai Poktunggal, dan Pantai Seruni, Tanjungsari-Tepus	107662	82513	59521	112316	183166	132620	353184	140216	142862	114269	107254	313812	1849395
		62	118	56	0	100	85	58	114	72	69	36	84	854
		107724	82631	59577	112316	183266	132705	353242	140330	142934	114338	107290	313896	1850249
2	Kawasan Pantai Wediombo, Pantai Jungwok, Pantai Watu Lumbung, Pantai Nampu, Pantai Sedahan, Pantai Greweng, dan Gunung Batur. Jepitu-Balong, Girisubo	9953	6107	5219	13482	17289	12715	26105	13260	14035	9652	8282	27465	163564
		0	0	0	0	0	0	38	0	0	0	0	4	42
		9953	6107	5219	13482	17289	12715	26143	13260	14035	9652	8282	27469	163606
3	Kawasan Pantai Ngrenehan, Pantai Ngobaran, dan Pantai Nguyahan, Kanigoro, Saptosari	6170	3268	3110	6468	9352	5596	32724	14972	16304	9618	8079	20258	135919
		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
		6170	3268	3110	6468	9352	5596	32724	14972	16304	9618	8079	20258	135919
4	Kawasan Pantai Siung, Pantai Nglambor, dan Pantai Jogan, Purwodadi, Tepus	3804	2519	1866	4930	5962	4208	6908	3248	3136	3092	2393	7167	49233
		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
		3804	2519	1866	4930	5962	4208	6908	3248	3136	3092	2393	7167	49233
5	Kawasan Watu Gupit, Situs Gembrowati, Sendang Beji, Gua Langse, dan Gua Tapan. Girijati, Purwosari	35640	16798	16946	12554	35100	29610	34140	38750	80550	83130	61680	153368	598266
		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
		35640	16798	16946	12554	35100	29610	34140	38750	80550	83130	61680	153368	598266



STATISTIK KEPARIWISATAAN DIY 2023

56

Gambar 3. Statistik Kepariwisata DIY Tahun 2023
(visitingjogja.jogjaprovo.go.id, 2023)

Angka ini menunjukkan bahwa pantai-pantai tersebut telah memiliki daya tarik kuat serta pengelolaan yang relatif baik. Hal ini berbeda dengan kondisi Pantai Krokoh yang hingga kini masih tergolong rendah tingkat kunjungannya.

Kesenjangan inilah yang menjadi perhatian utama dalam penelitian ini. Seharusnya, dengan keindahan dan potensi alam yang dimiliki, Pantai Krokoh dapat bersaing dan menjadi salah satu destinasi unggulan. Namun kenyataannya, pantai ini masih tergolong sepi pengunjung.

Untuk memperkuat analisis dan memastikan validitas data lapangan, peneliti juga telah melakukan survei yang bertujuan untuk mengetahui sejauh mana Pantai Krokoh telah dikenal oleh khalayak luas, serta melalui media atau saluran apa masyarakat mengenalnya.



Gambar 4. Persentase Tempat Tinggal Responden Survei Pantai Krokoh (Galih Cahyo Hutomo, 2025)



Gambar 5. Persentase Responden yang Pernah Mendengar Pantai Krokoh
(Galih Cahyo Hutomo, 2025)



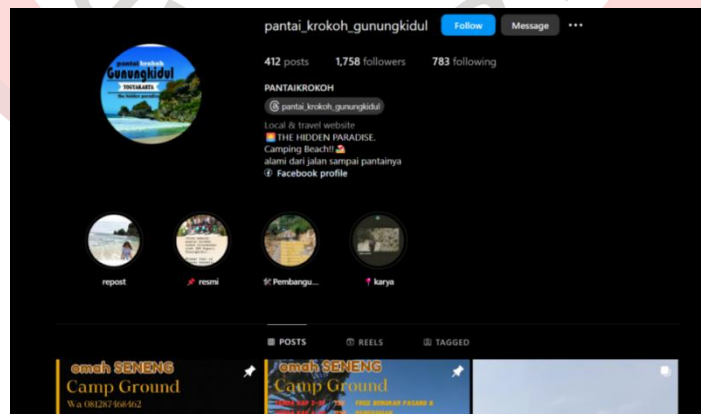
Gambar 6. Presentase Sumber Informasi Responden tentang Pantai Krokoh
(Galih Cahyo Hutomo, 2025)

Terlihat, hanya 8,3% responden yang tinggal di area Gunungkidul atau sekitarnya, sementara 91,7% tidak tinggal di sana. Sebanyak 58,3% responden pernah mendengar tentang Pantai Krokoh, sedangkan 41,7% belum pernah mendengar. Dari yang mengetahui, 41,7% mendapat informasi melalui media sosial, 41,7% dari rekomendasi teman/keluarga, dan 16,7% dari artikel atau blog wisata. Ini menunjukkan bahwa promosi digital melalui

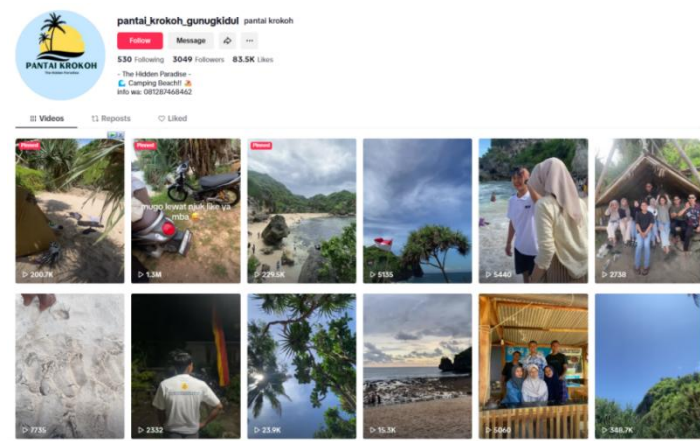
platform seperti media sosial bisa menjadi cara yang efektif untuk memperkenalkan serta menaikkan popularitas Pantai Krokoh.

Promosi adalah salah satu elemen penting dalam pemasaran. Dalam konteks pemasaran objek wisata, video promosi bertujuan untuk memperkenalkan, meningkatkan kesadaran, dan menarik perhatian juga minat khalayak agar mengunjungi lokasi tersebut.

Dalam beberapa tahun terakhir, Pantai Krokoh mulai menunjukkan perkembangan di bidang promosi digital, khususnya melalui platform media sosial. Akun Instagram Pantai Krokoh misalnya, memiliki lebih 1,700 pengikut dan juga penonton yang konsisten pada konten videonya. Tidak hanya di Instagram, Pantai Krokoh juga mulai membangun kehadiran digital melalui TikTok, bahkan telah memiliki lebih dari 3.000 pengikut, dan salah satu kontennya berhasil menarik 1,3 juta penonton.



Gambar 7. Akun Instagram Pantai Krokoh
(Galih Cahyo Hutomo, 2025)



Gambar 8. Akun TikTok Pantai Krokoh
(Galih Cahyo Hutomo, 2025)

Hal ini menunjukkan bahwa Pantai Krokoh memiliki potensi daya tarik yang besar dan mampu menjangkau publik secara luas. Namun demikian, belum terdapat video promosi resmi yang dirancang secara profesional sebagai representasi utuh destinasi wisata ini. Konten yang viral cenderung bersifat spontan dan tidak secara menyeluruh menampilkan potensi wisata Pantai Krokoh.

Media digital, khususnya video promosi, merupakan salah satu alat paling efektif dalam meningkatkan kesadaran wisata dan membentuk citra destinasi. Hal ini dinilai lebih efektif dalam memengaruhi keputusan wisatawan dibandingkan teks atau gambar biasa. Dengan demikian, momentum keterkenalan digital Pantai Krokoh harus segera ditindaklanjuti melalui promosi visual yang lebih terstruktur dan strategis dengan promosi yang tidak hanya bersifat viral sesaat.

Oleh karena itu, perancangan video promosi profesional menjadi langkah strategis yang tidak hanya mendukung eksistensi Pantai Krokoh di dunia digital, tetapi juga mengkonversi ketertarikan audiens menjadi kunjungan nyata. Video promosi ini diharapkan dapat menyampaikan daya tarik Pantai Krokoh secara menyeluruh, membentuk identitas visual yang kuat, serta dapat digunakan secara lintas platform mulai dari TikTok, Instagram, YouTube, hingga media promosi pariwisata resmi.

Melihat ketimpangan antara potensi dan realita, serta adanya peluang dari perkembangan digital yang sudah dimulai, maka pembuatan video promosi ini menjadi sebuah kebutuhan sekaligus langkah penguatan positioning Pantai Krokoh di tengah kompetisi destinasi wisata di Gunungkidul.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Bagaimana konsep perancangan video promosi untuk destinasi wisata Pantai Krokoh Gunungkidul agar menarik minat pengunjung ?
2. Bagaimana pembuatan video promosi untuk destinasi wisata Pantai Krokoh Gunungkidul agar menarik minat pengunjung ?

C. Tujuan Perancangan

Berdasarkan perumusan masalah diatas, maka tujuan dari perancangan karya tugas akhir ini adalah :

1. Menyusun konsep perancangan video promosi untuk destinasi wisata Pantai Krokoh Gunungkidul agar menarik minat pengunjung.
2. Merancang video promosi untuk destinasi wisata Pantai Krokoh Gunungkidul agar menarik minat pengunjung.

D. Manfaat Perancangan

Adapun manfaat yang dapat diambil dari perancangan video Video Promosi Objek Wisata Pantai Krokoh Gunungkidul ini adalah :

1. Bagi perancang

Mendorong pengembangan kreativitas dalam menyampaikan informasi secara visual yang informatif dan komunikatif dan menambah portofolio dalam bentuk video.

2. Bagi akademik

Memperkaya literasi dan wawasan dalam dunia pendidikan, khususnya bidang desain komunikasi visual pada studi kasus promosi objek wisata melalui video

3. Bagi pengelola objek wisata

Memperkuat branding dan citra objek wisata, menjadikannya lebih dikenal oleh masyarakat luas dan mendukung strategi pemasaran digital yang efektif.

4. Bagi pembaca

Mengetahui dan mempelajari cara membuat konsep dan penerapan teknik dalam merancang video promosi sebuah objek wisata.

E. Tinjauan Pustaka

Perancangan karya ilmiah ini memanfaatkan penelitian terdahulu sebagai bahan perbandingan untuk mendukung proses perancangan tugas akhir.

Tugas akhir “Iklan Layanan Masyarakat Selamatkan Hutan Mangrove Desa Mojo, Kecamatan Ulujami, Kabupaten Pemalang” oleh Luqman Harun Al Roshid jurusan Desain Komunikasi Visual Universitas Sahid Surakarta. Membahas tentang pemanfaatan video iklan layanan masyarakat sebagai media kampanye penyelamatan Hutan Mangrove di Desa Mojo, Kecamatan Ulujami, Kabupaten Pemalang.

Tugas akhir di atas bermanfaat sebagai referensi dalam menyusun pesan visual dengan teknik sinematografi dan narasi yang kuat secara emosional.

Perbedaan tugas akhir di atas terletak pada tujuan komunikasi. Tugas akhir diatas menitikberatkan pada kampanye pelestarian lingkungan, sementara tugas akhir ”Promosi Wisata Pantai Krokoh Gunungkidul melalui Konten Video“ berfokus pada promosi destinasi wisata.

Tugas akhir “Perancangan Video Promosi Kain Tenun Nusa Tenggara Timur Yang Juga Berfungsi Sebagai Media Edukasi Tentang Budaya Lokal”

oleh Fajar Arif Suharyono jurusan Desain Komunikasi Visual Universitas Sahid Surakarta. Menyimpulkan bahwa pentingnya pelestarian budaya lokal, seperti kain tenun Nusa Tenggara Timur, dapat didukung melalui media digital seperti video motion graphic yang menggabungkan narasi dan visual menarik untuk meningkatkan apresiasi masyarakat, khususnya generasi muda.

Tugas akhir di atas bermanfaat sebagai referensi dalam alat komunikasi dengan teknik penyampaian melalui cerita dan visual yang terstruktur.

Perbedaan tugas akhir di atas terletak pada objek dan fokus promosi. Tugas akhir diatas berfokus pada pelestarian budaya melalui promosi produk lokal kain tenun, sementara tugas akhir "Promosi Wisata Pantai Krokoh Gunungkidul melalui Konten Video" berfokus pada promosi wisata alam.

Tugas akhir "Perancangan Company Profile SMK MUHAMMADIYAH 2 Sragen" oleh Yuda Ramdani Pratanto jurusan Desain Komunikasi Visual Universitas Sahid Surakarta. Menyimpulkan bahwa video company profile dapat menjadi solusi efektif untuk promosi dan publikasi, seperti yang diterapkan oleh SMK Muhammadiyah 2 Sragen.

Tugas akhir di atas bermanfaat untuk memberikan gambaran tahapan produksi video yang sistematis, mulai dari pra-produksi hingga distribusi.

Perbedaan tugas akhir di atas terletak pada objek promosi. Tugas akhir diatas mempromosikan institusi pendidikan, sedangkan tugas akhir "Promosi

Wisata Pantai Krokoh Gunungkidul melalui Konten Video“ adalah mempromosikan destinasi wisata alam.

Jurnal yang berjudul “Branding Pariwisata Melalui Video Sinematik Sebagai Sarana Promosi dan Peningkatan Ekonomi Masyarakat di Desa Babahan” oleh I Komang Agus Ariana dan Ni Putu Julianti diterbitkan dalam jurnal Abdimas Galuh Vol. 5, No. 1, Maret 2023. Jurnal ini menyimpulkan bahwa pemanfaatan video branding melalui media sosial dapat mengatasi masalah promosi pariwisata yang belum optimal di Desa Babahan, dengan menyajikan informasi yang lebih terstruktur dan menarik.

Jurnal ini bermanfaat untuk memberikan contoh bagaimana video branding dapat efektif digunakan untuk memperkenalkan potensi wisata.

Perbedaan Jurnal di atas dengan tugas akhir ”Promosi Wisata Pantai Krokoh Gunungkidul melalui Konten Video“ terletak pada karya utama. Dimana penggunaan alat profesional seperti drone dan kamera mirrorles, digunakan pada karya utama tugas akhir.

Jurnal yang berjudul “Perancangan Video Promosi Wisata untuk Pengembangan Wisata Daerah Berbasis Cerita Rakyat di Kabupaten Wajo” ditulis oleh Masdiana, Prasuri Kuswarini, dan Muhammad Hasyim, diterbitkan dalam jurnal E-Amal: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Vol. 04, No. 02, tahun 2024. Menyimpulkan bahwa pariwisata berbasis cerita rakyat dapat dikembangkan melalui video promosi yang menarik, terutama di

media sosial, untuk menarik minat wisatawan dengan menggabungkan cerita lokal dan keindahan alam.

Kegunaan jurnal di atas adalah membantu dalam pembuatan video promosi karena memberikan panduan dalam merancang video berbasis narasi dengan struktur yang jelas, meliputi tahap perencanaan, pengambilan gambar, dan penyuntingan dan juga menjelaskan penggunaan teknologi seperti drone dan kamera DSLR.

Perbedaan jurnal di atas terletak pada fokus promosi. Jurnal diatas lebih menekankan pada cerita rakyat sebagai daya tarik, sedangkan tugas akhir "Promosi Wisata Pantai Krokoh Gunungkidul melalui Konten Video" berfokus pada keindahan alam.

Dari tugas akhir dan jurnal yang telah disebutkan, terdapat manfaat karena tertulis beberapa teknik dan referensi yang dapat dipakai dalam pembuatan Video Promosi Wisata Pantai Krokoh Gunungkidul. Dengan begitu diharapkan dapat memenuhi kebutuhan video promosi dan dapat menuntaskan nilai tugas akhir.

F. Identifikasi Data

Berdasarkan data yang diperoleh melalui hasil observasi maka ditemukan data mengenai Pantai Krokoh Gunungkidul yang dapat dipakai sebagai acuan dalam perancangan video promosi objek wisata Pantai Krokoh Gunungkidul

1. Desa Songbanyu

Desa Songbanyu terletak di Kecamatan Girisubo, Kabupaten Gunungkidul, Daerah Istimewa Yogyakarta, dengan koordinat 110.583333 BT dan 8.116667 LS, serta memiliki luas wilayah sekitar 1.492 hektar. Secara geografis, desa ini berbatasan dengan Desa Jepitu di sebelah utara, Samudera Hindia di sebelah selatan, Desa Girijati di sebelah barat, dan Desa Girisubo di sebelah timur. Songbanyu dikenal dengan perbukitan kapur dan kedekatannya dengan pantai selatan Jawa.



Gambar 9. Peta Desa Songbanyu, Kecamatan Girisubo, Kabupaten Gunungkidul, Daerah Istimewa Yogyakarta.
(Google Maps, 2025)

Desa	Laki-laki	Perempuan	Total
Songbanyu	412	406	818

Tabel 1. Daftar Jumlah Penduduk di Desa Songbanyu
(desasongbanyu.gunungkidulkab.go.id)

Survei diatas menunjukan bahwa jumlah penduduk Desa Songbanuyu total 818 jiwa meliputi laki-laki serta perempuan.

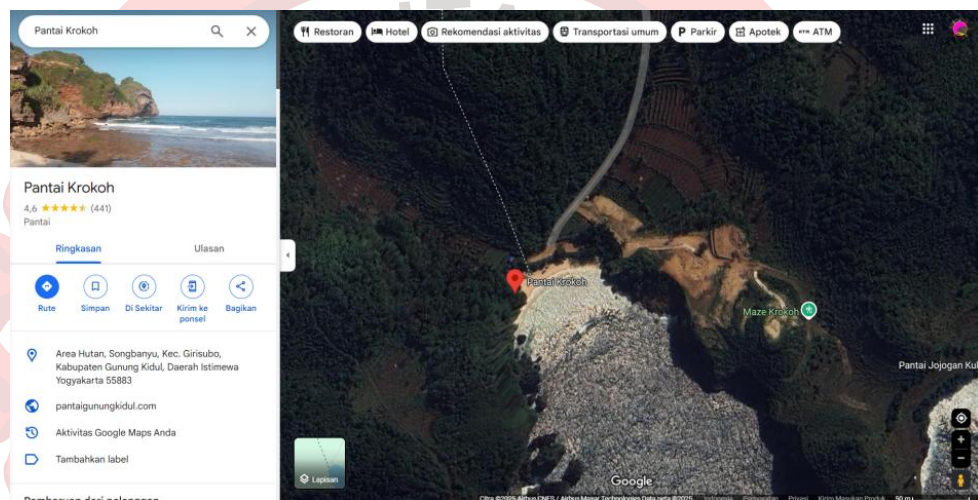
2. Data Objek Penelitian

Nama Objek : Pantai Krokoh

Lokasi : Desa Songbanyu, Kecamatan Girisubo, Kabupaten Gunungkidul,

Daerah Istimewa Yogyakarta

Koordinat : QRXH+8RF Songbanyu, Kabupaten Gunung Kidul, Daerah Istimewa Yogyakarta



Gambar 10. Peta Pantai Krokoh, Songbanyu, Kecamatan Girisubo, Kabupaten Gunungkidul, Daerah Istimewa Yogyakarta.
(Google Maps, 2025)

3. Kondisi Pantai Krokoh

Pantai Krokoh menyajikan panorama yang indah dengan perpaduan antara bukit karang, hamparan ombak, dan pasir putih yang memukau. Keindahan ini menjadikan pantai ini sebagai spot untuk menikmati ketenangan alam. Perjalanan menuju Pantai Krokoh memerlukan usaha ekstra karena medannya yang terjal dan berliku, khas perbukitan Gunungkidul. Jalan menuju

pantai ini berupa cor dua jalur yang dapat dilalui oleh motor maupun mobil. Terdapat beberapa fasilitas yang tersedia di Pantai Krokoh, seperti area parkir yang dekat dengan pantai dan toilet untuk bilas setelah bermain air. Beberapa warung milik warga sekitar juga menyediakan makanan dan minuman.

a. Area Parkir Mobil dan Motor



Gambar 11. Foto Area Parkir Pantai Krokoh
(Galih Cahyo Hutomo, 2025)

Area parkir di Pantai Krokoh merupakan lahan terbuka berbasis tanah dan rumput yang difungsikan sebagai tempat penitipan kendaraan pengunjung, baik roda dua maupun roda empat. Area ini cukup luas untuk menampung kendaraan dalam jumlah sedang, terutama saat akhir pekan atau musim liburan. Letaknya yang dekat dengan akses masuk utama, menjadikan lokasi ini mudah dijangkau oleh wisatawan.

b. Gapura Identitas Pantai



Gambar 12. Foto Gapura Identitas Pantai Krokoh
(Galih Cahyo Hutomo, 2025)

Gapura identitas Pantai Krokoh berupa papan beton permanen bertuliskan nama pantai dan berfungsi sebagai penanda utama kawasan wisata sekaligus simbol pengelolaan berbasis masyarakat.

c. Warung



Gambar 13. Foto Warung Pantai Krokoh
(Galih Cahyo Hutomo, 2025)

Di sekitar kawasan Pantai Krokoh tersedia deretan warung yang dikelola oleh warga setempat, menyediakan berbagai makanan dan minuman.

d. Toilet



Gambar 14. Foto Toilet Pantai Krokoh
(Galih Cahyo Hutomo, 2025)

Pantai Krokoh juga menyediakan fasilitas toilet umum, terdapat beberapa bilik yang dapat digunakan mandi dan buang air oleh pengunjung.

e. Spot Fotografi



Gambar 15. Spot Foto Pantai Krokoh
(Galih Cahyo Hutomo, 2025)

Spot foto di atas perbukitan Pantai Krokoh menawarkan pemandangan laut lepas yang luas. Selain itu, terdapat beberapa spot foto lainnya seperti di atas bebatuan karang di bibir pantai. Keberadaan spot-spot ini memperkuat daya tarik visual Pantai Krokoh.

f. Jalan



Gambar 16. Foto Jalan Pantai Krokoh
(Galih Cahyo Hutomo, 2025)

Jalan menuju Pantai Krokoh merupakan akses utama yang menghubungkan kawasan permukiman dengan lokasi pantai. Jalan ini memiliki permukaan berupa cor beton. Jalur ini dikelilingi oleh pohon kelapa, semak belukar, serta pepohonan rindang.

4. Kompetitor

Analisis kompetitor merupakan langkah mengidentifikasi dan mengevaluasi pesaing utama, termasuk menelaah, keunggulan, kelemahan, serta strategi yg digunakan guna menentukan langkah yang tepat dalam menghadapi persaingan. Untuk memahami posisi Pantai Krokoh secara

strategis, dilakukan analisis kompetitor terhadap dua pantai yang berada pada wilayah yang sama namun dengan segmen wisata yang berbeda, yaitu Pantai Sadeng dan Pantai Wediombo.

a. Pantai Sadeng

Pantai Sadeng terletak di Desa Songbanyu, Kecamatan Girisubo, Kabupaten Gunungkidul, Daerah Istimewa Yogyakarta, sekitar 70 kilometer dari pusat Kota Yogyakarta. Berbeda dengan pantai-pantai lain di Gunungkidul yang identik dengan pasir putih, Pantai Sadeng lebih dikenal sebagai pelabuhan perikanan terbesar dan paling maju di Yogyakarta.

Selain aktivitas perikanan, Pantai Sadeng menawarkan pemandangan laut biru kehijauan yang dikelilingi perbukitan kapur dan pepohonan tinggi. Bagi pecinta kuliner, pantai ini menjadi destinasi favorit untuk menikmati hidangan laut segar langsung dari hasil tangkapan nelayan setempat.



Gambar 17. Pantai Sadeng
(visitingjogja.jogjaprovo.go.id, 2024)

Secara keseluruhan, Pantai Sadeng merupakan perpaduan antara sejarah geologi, aktivitas perikanan, dan keindahan alam.

b. Pantai Wediombo

Pantai Wediombo adalah destinasi wisata bahari yang terletak di Desa Jepitu, Kecamatan Girisubo, Kabupaten Gunungkidul, Daerah Istimewa Yogyakarta. Pantai ini berbentuk teluk yang dikelilingi perbukitan.



Gambar 18. Pantai Wediombo
(travel.kompas.com, 2022)

Pantai Wediombo dikenal sebagai lokasi yang ideal untuk berselancar. Ombaknya yang tinggi dan kuat, dengan ketinggian sekitar 4 meter, menarik minat para peselancar

Selain selancar, kawasan ini juga terkenal dengan kolam alami di sisi barat pantai yang muncul saat air surut, sering digunakan untuk berenang

atau sekadar bersantai. Pemandangan matahari terbenam di pantai ini juga menjadi daya tarik utama bagi wisatawan dan fotografer.

Untuk memasuki kawasan Pantai Wediombo, pengunjung dikenakan tiket masuk sebesar Rp5.000 per orang. Fasilitas yang tersedia cukup lengkap, termasuk area parkir, kamar mandi, dan warung makan yang menyajikan hidangan laut segar.

5. Media Promosi

Media promosi yang dirancang dalam penelitian ini meliputi pemanfaatan media promosi digital melalui sebuah video sosial media.

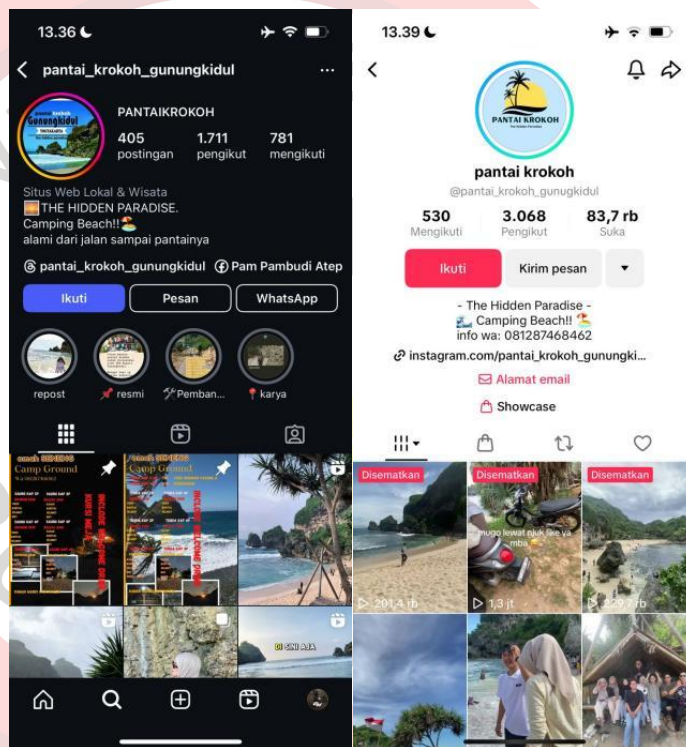
Foto dan video yang bagus yang telah diunggah ke media sosial akan menjadi suatu pertimbangan wisatawan akan mengunjungi daerah wisata tersebut, hal tersebut juga sebagai acuan apakah daerah wisata tersebut telah berkembang seperti apa atau sebagus apa daerah tersebut, dan atau apakah daerah wisata tersebut layak atau tidak untuk dikunjungi (Rusmana et al., 2023).

Untuk menyusun strategi promosi yang tepat, dilakukan analisis terhadap media promosi yang digunakan oleh Pantai Krokoh dan dua pantai kompetitor, yaitu Pantai Sadeng dan Pantai Wediombo.

a. Pantai Krokoh

Pantai Krokoh saat ini telah memiliki akun media sosial aktif, terutama di platform TikTok dan Instagram. Aktivitas konten yang

konsisten, serta respons audiens yang tinggi menunjukkan bahwa Pantai Krokoh memiliki potensi besar dalam membangun citra digital. Meski begitu, belum terdapat video promosi yang dikemas secara profesional sebagai representasi visual pantai ini. Oleh karena itu, video promosi dirancang sebagai bentuk penguatan dari modal digital yang sudah dimiliki.

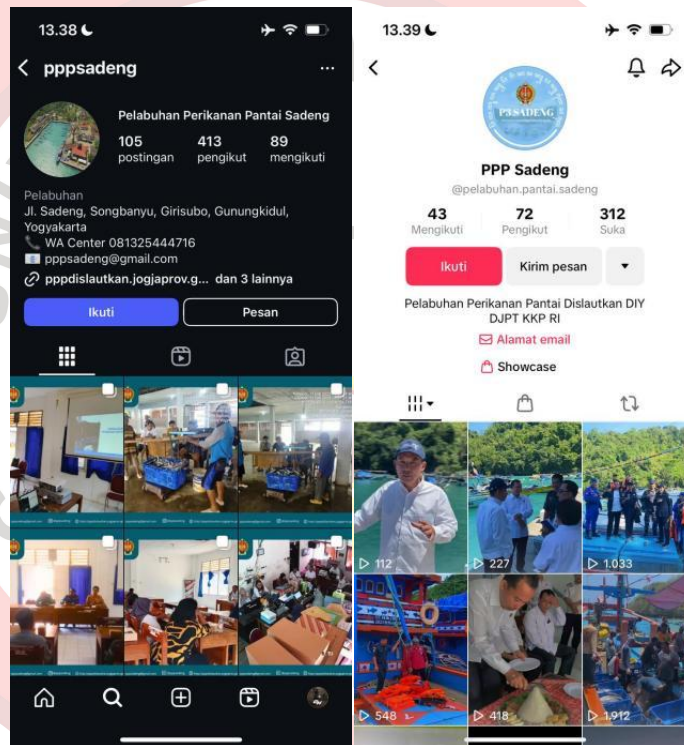


Gambar 19. Akun Instagram dan TikTok Pantai Krokoh
(Galih Cahyo Hutomo, 2025)

b. Pantai Sadeng

Pantai Sadeng merupakan destinasi pesisir yang dikenal sebagai salah satu pelabuhan perikanan terbesar di Yogyakarta. Akun Instagram dan TikTok Pantai Sadeng memang tersedia, namun berdasarkan

observasi, konten yang ditampilkan lebih banyak menyoroti aktivitas pelabuhan, seperti kegiatan nelayan, distribusi hasil tangkapan laut, dan agenda operasional pelabuhan perikanan. Artinya, meskipun ada keberadaan media sosial, orientasi kontennya tidak diarahkan untuk promosi wisata alam atau rekreasi, melainkan untuk dokumentasi aktivitas ekonomi laut.

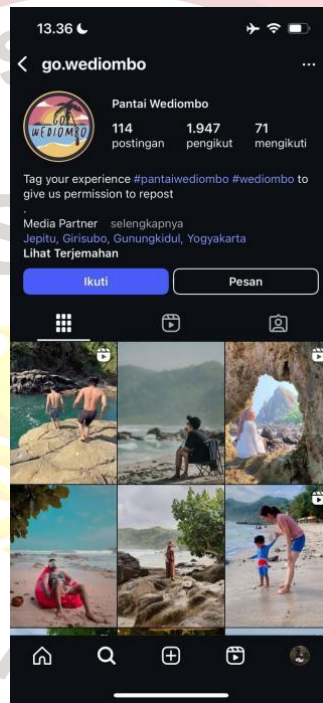


Gambar 20. Akun Instagram dan TikTok Pantai Sadeng (Galih Cahyo Hutomo, 2025)

c. Pantai Wediombo

Pantai Wediombo dikenal memiliki daya tarik alam yang kuat, seperti spot *surfing*, serta pemandangan *sunset* yang menawan. Berdasarkan observasi, Pantai Wediombo memiliki akun Instagram,

namun jarang memperbarui konten secara konsisten. Frekuensi unggahan yang rendah membuat interaksi dengan audiens juga cenderung minim. Selain itu, hingga saat ini belum ditemukan akun TikTok yang dikelola untuk tujuan promosi wisata Pantai Wediombo. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun secara alamiah Pantai Wediombo sangat menjual, pemanfaatan media digital untuk promosi wisata masih belum optimal.



Gambar 21. Akun Instagram Pantai Wediombo
(Galih Cahyo Hutomo, 2025)

6. Analisa SWOT

Analisa SWOT digunakan untuk merancang strategi pengembangan agar dapat membantu mengoptimalkan peluang yang ada. Analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal Peluang (opportunities) dan Ancaman

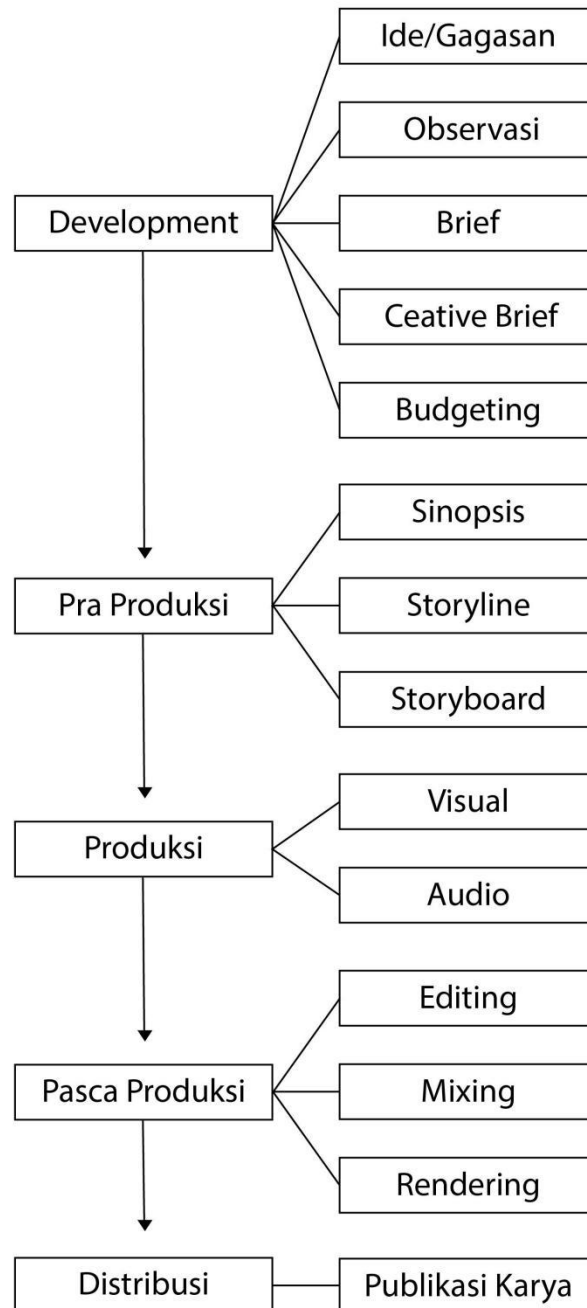
(threats) dengan faktor internal Kekuatan (strengths) dan Kelemahan (weaknesses) (Rangkuti, 2006:19).

Aspek	Pantai Krokoh	Pantai Sadeng	Pantai Wediombo
Strengths (Kekuatan)	- Keindahan alam yang masih alami dan belum banyak terjamah. - Cocok untuk wisatawan yang mencari ketenangan. - Pemandangan eksotis dengan tebing dan ombak yang indah.	- Merupakan pelabuhan perikanan terbesar di Yogyakarta, sehingga memiliki aktivitas ekonomi yang stabil. - Akses jalan yang mudah. - Wisata kuliner <i>seafood</i> yang terkenal.	- Pantai luas dengan pasir putih, dikelilingi bukit - Memiliki kolam alami dari batuan karang yang bisa digunakan untuk berenang. - Cocok untuk <i>surfing</i>, ombak yang cukup tinggi. - Pemandangan matahari terbenam yang memukau.
Weaknesses (Kelemahan)	- Akses jalan sulit, berbatu, dan sempit. - Belum banyak fasilitas pendukung wisata seperti toilet, warung, dan penginapan. - Belum banyak dikenal wisatawan.	- Kurang cocok bagi wisatawan yang ingin menikmati pantai untuk berenang. - Tidak memiliki pasir yang luas seperti pantai lain. - Aktivitas pelabuhan yang ramai, kurang cocok bagi wisatawan yang mencari ketenangan.	- Saat air pasang, beberapa bagian pantai bisa tertutup air. - Fasilitas seperti parkir dan kamar mandi masih terbatas.

Opportunities (Peluang)	- Dapat dikembangkan sebagai destinasi <i>ecotourism</i> karena masih alami. - Potensi untuk menjadi lokasi camping dan fotografi <i>landscape</i> - Dapat dipromosikan lewat media sosial agar lebih dikenal.	- Dapat dikembangkan sebagai wisata edukasi tentang ekosistem laut dan industri perikanan. - Wisata kuliner <i>seafood</i> bisa lebih diperluas untuk menarik lebih banyak pengunjung.	- Dapat dikembangkan sebagai destinasi surfing kelas internasional. - Event <i>surfing</i> atau lomba fotografi bisa meningkatkan daya tarik wisatawan.
Threats (Ancaman)	- Kompetisi dengan pantai lain yang lebih populer dan memiliki akses lebih mudah - Kerusakan lingkungan akibat sampah wisatawan jika tidak dikelola dengan baik.	- Kemacetan dan kepadatan akibat aktivitas pelabuhan bisa mengurangi daya tarik wisata. - Pencemaran dari limbah industri perikanan dapat merusak lingkungan pantai.	- Jika tidak dikelola dengan baik, ekosistem karang dan kolam alami bisa rusak akibat jumlah wisatawan yang meningkat. - Persaingan dengan pantai lain yang lebih mudah diakses.

Tabel 2. Analisis SWOT
(Galih Cahyo Hutomo, 2025)

G. Metode Perancangan



Gambar 22. Perancangan Karya
(Studio Antelope, 2021)

1. Development

Development dalam proses produksi video adalah tahap awal yang berfokus pada pengumpulan ide dan konsep utama. Hasil dari tahap ini akan menjadi panduan dasar bagi seluruh proses produksi selanjutnya.

- a. Ide/Gagasan adalah proses awal dalam menciptakan sebuah proyek, di mana pemikiran-pemikiran kreatif dirumuskan untuk menghasilkan solusi atau konsep yang ingin diwujudkan. Pada tahap ini, fokusnya adalah mengeksplorasi berbagai kemungkinan yang kemudian disaring menjadi ide utama yang paling relevan dan potensial.
- b. Observasi adalah proses mengamati untuk mendapatkan pemahaman mendalam tentang konteks atau latar belakang dari proyek. Melalui pengamatan langsung, riset, atau pengumpulan data, observasi membantu memastikan bahwa ide yang dikembangkan didukung oleh fakta atau kebutuhan nyata, sehingga hasilnya menjadi lebih tepat sasaran.
- c. Brief adalah dokumen singkat yang berfungsi sebagai panduan utama dalam menjalankan suatu proyek. Brief ini penting untuk memastikan bahwa semua pihak yang terlibat memahami arah proyek dan bekerja secara terkoordinasi untuk mencapainya.
- d. Creative Brief adalah bentuk spesifik dari brief yang lebih berorientasi pada aspek kreatif dari sebuah proyek. Dokumen ini biasanya mencakup detail tentang pesan utama, gaya atau tone yang diinginkan, serta elemen-elemen kreatif lainnya.

- e. Budgeting adalah proses merinci dan memperkirakan semua biaya yang akan dikeluarkan sebelum proses produksi dimulai. Ini adalah bagian penting dari perencanaan agar proyek berjalan sesuai kemampuan finansial dan tidak terjadi pembengkakan dana di tengah jalan.

2. Pra Produksi

Pra-produksi adalah tahap perencanaan dan persiapan sebelum pelaksanaan produksi dimulai. Semua detail teknis, kreatif, dan logistik dipersiapkan pada tahap ini untuk memastikan kelancaran proses produksi. Meliputi beberapa tahap, antara lain :

- a. Sinopsis adalah ringkasan cerita secara singkat, padat, dan menarik, yang menjelaskan garis besar cerita dari awal hingga akhir, tanpa detail teknis atau visual. Fungsinya untuk memberi gambaran umum mengenai proyek yang akan dibuat.
- b. Storyline adalah alur cerita yang menjelaskan perjalanan cerita dari awal sampai akhir secara kronologis dan lebih rinci daripada sinopsis. Atau bisa disebut versi cerita lengkap tanpa format skenario.
- c. Storyboard adalah visualiasi dari ide atau konsep yang akan diwujudkan dalam produksi. Ini berupa serangkaian gambar atau sketsa yang menggambarkan urutan adegan, sudut kamera, dan elemen visual lainnya

3. Produksi

Produksi adalah tahap eksekusi di mana semua elemen yang telah direncanakan diwujudkan menjadi bentuk nyata, diantaranya :

- a. Visual merujuk pada seluruh elemen gambar yang terekam dalam medium audio-visual, mencakup komposisi, pencahayaan, warna, gerakan kamera, serta elemen artistik lainnya yang mendukung narasi.
- b. Audio mencakup seluruh aspek suara, baik yang bersifat diegetik (berasal dari dunia cerita) maupun non-diegetik (musik latar, narasi, dsb), yang berperan mendukung alur narasi dan membangun atmosfer.

4. Pasca produksi

Pasca produksi adalah tahap penyempurnaan hasil produksi melalui berbagai proses. Aktivitas utama meliputi:

- a. Editing adalah proses penyusunan dan penyempurnaan rekaman video dan audio untuk menciptakan alur yang sesuai dengan rencana produksi. Ini mencakup tahap editing offline dan juga editing online.
- b. Mixing adalah proses pengolahan dan penyelarasan semua elemen suara, termasuk dialog, efek suara, dan musik, agar seimbang secara volume, frekuensi, dan panning, serta harmonis dalam keseluruhan audio track.
- c. Rendering adalah proses akhir dalam editing, di mana hasil editan video dan audio dikonversi menjadi format file yang siap ditayangkan atau didistribusikan.

5. Distribusi

Distribusi merupakan tahap akhir, di mana hasil karya disalurkan melalui saluran yang tepat untuk menjangkau audiens target secara efektif.