

## **BAB IV**

### **DESKRIPSI HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1 Deskripsi Skena**

Penjelasan mengenai ringkasan scene by scene dari film semi dokumenter berjudul Curug Bayan: Destinasi Alam Rahasia yang Menawan yang telah disusun dan di produksi sesuai dengan storyboard.

##### **4.1.1 Scene 1: Perjalanan menuju Curug Bayan**

Di scene ini terdapat adegan video menampilkan perjalanan dari Jakarta ke Purwokerto melalui Kereta lalu dari pusat kota Purwokerto ke Curug Bayan beserta Judul dari Tugas Akhir ini

##### **4.1.2 Scene 2: Intro di Curug Bayan**

Scene ini diambil saat sampai nya di Curug Bayan dan pemandangan indah yang ada disana. Didalam video juga terdapat narasi oleh pembicara sebagai pengantar ke scene ke 3 dimana pembicara menjelaskan singkat mengenai Curug Bayan dari pandangannya.

##### **4.1.3 Scene 3: Perkenalan Curug Bayan oleh Pemilik**

Bagian ini menjelaskan mengenai asal mula Curug Bayan oleh pemilik yaitu Bapak Purnomo. Didalam video dijelaskan bahwa Curug Bayan dinamakan dari “Bayan” yaitu bahasa setempat artinya menyuruh dan filosofi yang dapat diangkat adalah untuk menyuruh orang datang mengunjungi Curug tersebut.

##### **4.1.4 Scene 4: Sejarah dan harapan untuk Curug Bayan**

Bapak Purnomo merupakan pemilik dari awal Curug Bayan dijadikan objek wisata yang dimana objek wisata Curug Bayan adalah milik swasta, di scene ini Bapak Purnomo menjelaskan sejarah awal mula Curug Bayan yang dikembangkan olehnya hingga sekarang tanpa bantuan banyak dari pemerintah.

#### **4.1.5 Scene 5: Promosi yang digunakan di Curug Bayan**

Pada bagian ini dijelaskan strategi promosi yang telah dijalankan selama ini oleh Curug Bayan yaitu melalui sosial media Facebook ataupun Instagram milik Curug Bayan dan unggahan video di Youtube atau TikTok dari pengunjung. Disini dapat dilihat bahwa masih banyak yang perlu dikembangkan dalam strategi promosi nya.

#### **4.1.6 Scene 6: Pendapat pengunjung setempat**

Interview bersama dua Ibu yang ada di tempat yaitu Ibu Eti dan Ibu Rini yang merupakan pengunjung setempat yang sering berkunjung untuk wisata ke Curug Bayan dimana mereka menjelaskan alasan Curug Bayan adalah tempat wisata yang nyaman dan apa harapannya untuk Curug Bayan

#### **4.1.7 Scene 7: Penjelasan fasilitas Bayan Village**

Terdapat beberapa cuplikan dengan narasi dari pembicara bahwa di Curug Bayan ada fasilitas yaitu Bayan Village lalu baru video menampilkan interview dengan pengelola Bayan Village. Hasil interview dengan Mba Bitu selaku pengelola marketing fasilitas di Bayan Village dimana Bayan Village adalah tempat fasilitas pengunjung untuk Curug Bayan namun berbeda pemilik dan penjelasan oleh Mba Bitu mengenai fasilitas Bayan Village yang didalamnya terdapat penginapan dan tempat makan serta penjelasan kapan dibangunnya Bayan Village.

#### **4.1.8 Scene 8: Penutup**

Video ini ditutup dengan beberapa cuplikan pemandangan di Curug Bayan yang memberikan keindahan yang patut dikunjungi oleh wisatawan. Dinarasikan oleh pembicara mengenai saran dan kesan yang telah didapat selama kunjungan ke Curug Bayan. Diakhiri dengan sebuah kalimat ajakan untuk lebih memperhatikan wisata yang ada di Indonesia melainkan di luar negeri.

## 4.2 Deskripsi Hasil dan Pembahasan

Hasil atraksi yang ada di Curug Bayan sangat beragam. Pengunjung dapat menikmati aktivitas bermain air ataupun berpiknik di sekitar area air terjun. Tersedia pula spot foto yang menarik untuk mengabadikan momen. Selain itu, Curug Bayan menyediakan pendopo yang bisa digunakan untuk bersantai atau acara-acara tertentu. Untuk pengalaman lebih lengkap, terdapat restoran yang menyajikan berbagai hidangan, baik nusantara maupun internasional. Fasilitas lainnya yang disediakan adalah vila dengan pemandangan langsung menuju Curug Bayan, menawarkan kenyamanan bagi pengunjung yang ingin menginap dan menikmati keindahan alam sekitar.

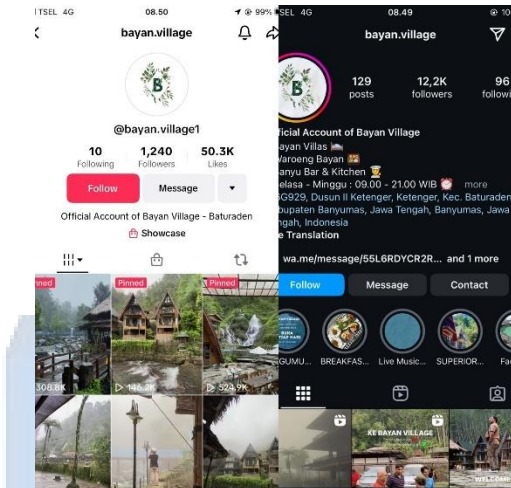
Kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh Curug Bayan belum termasuk dalam kegiatan *promotion mix* yang optimal, dengan kurangnya komponen 5A. Dari segi media sosial, banyak konten telah diposting terutama di *Instagram*, namun sebagian besar hanya memuat ulang konten pengunjung yang datang ke Curug Bayan, sehingga promosi lebih banyak mengandalkan dari mulut ke mulut, relasi publik ataupun penjualan personal. Hal ini menghasilkan strategi promosi yang kurang maksimal.



**Gambar 4. 1** *Instagram* milik akun resmi Curug Bayan (Sumber: *Instagram*)

Sementara itu, selaku pengelola fasilitas di Curug Bayan, yakni *Bayan Village*, memiliki strategi promosi yang berbeda karena dikelola oleh pemilik yang

berbeda. *Bayan Village* telah memaksimalkan seluruh strategi promosi yang ada, terutama di media sosial dengan konten yang lebih lengkap. Keberhasilan promosi *Bayan Village* juga memberikan keuntungan bagi Curug Bayan, karena popularitas *Bayan Village* turut mengangkat profil Curug Bayan.



**Gambar 4. 2** *Instagram dan TikTok Bayan Village (Sumber: Instagram dan TikTok)*