
PERANCANGAN MEDIA PROMOSI *VIRTUAL REALITY* PANTAI TANJUNG KALIAN SEBAGAI IKON WISATA BANGKA BELITUNG

Kelvin Pratama¹, Bobby Halim², Mukhsin Patriansah³

^{1), 2), 3)} Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Ilmu Pemerintahan dan Budaya
Universitas Indo Global Mandiri

Jl. Jend. Sudirman No.62 Km.4, 20 ilir, Kota Palembang

Email : kelvinpratama045@gmail.com

Received: 30 Agustus 2023

Revised: 21 November 2023

Accepted: 4 Desember 2023

Abstrak : Bangka Belitung memiliki salah satu wisata pantai yang unik yaitu Pantai Tanjung Kalian. Pantai Tanjung Kalian merupakan wisata alam dan wisata sejarah di Provinsi Bangka Belitung tepatnya di pulau Bangka. Keunikan Pantai Tanjung Kalian memiliki ikon mercusuar. Mercusuar adalah sebuah bangunan menara dengan sumber cahaya di puncaknya untuk membantu navigasi kapal laut. Mercusuar juga menjadi saksi bisu atas terjadinya perang dunia ke II di Pantai Tanjung Kalian. Untuk melestarikan sejarah mercusuar dan perang dunia ke II serta memberikan informasi keindahan wisata Pantai Tanjung Kalian. Maka, perlunya perancang melakukan promosi terhadap Pantai Tanjung Kalian sebagai ikon wisata Bangka Belitung. Metode Perancangan ini menggunakan *Design Thinking*. *Design thinking* merupakan alat yang digunakan dalam suatu pemecahan masalah, dalam prosesnya menggunakan analisis 5W+2H. Media utama perancangan menggunakan video dokumenter yang dikemas menggunakan *virtual reality*. Perancangan promosi Pantai Tanjung Kalian dilakukan bertujuan agar masyarakat mengenal Pantai Tanjung Kalian dan menjadi referensi spot liburan masyarakat ke Pantai Tanjung Kalian agar dikenal masyarakat sebagai ikon wisata Bangka Belitung.

Kata kunci : Wisata, Pantai, Mercusuar, Bangka Belitung, *Virtual Reality*

Abstract : *Bangka Belitung has one of the unique beach tourism such as Tanjung Kalian Beach. Tanjung Kalian Beach is a natural tourism and historical tour in Bangka Belitung Province, precisely on the island of Bangka. The uniqueness of Tanjung Kalian Beach has a lighthouse icon. A lighthouse is a tower building with a light source at the top to aid ship navigation. The lighthouse is also a silent witness to the occurrence of World War II at Tanjung Kalian Beach. To preserve the history of the lighthouse and World War II and provide information on the beauty of Tanjung Kalian Beach. So, it is necessary for designers to promote Tanjung Kalian Beach as a tourist icon of Bangka Belitung. This design method uses Design Thinking. Design thinking is a tool used in a problem solving, in the process using 5W+2H analysis. The main design media uses documentary videos that are packaged using virtual reality. The design of the Tanjung Kalian Beach promotion was carried out with the aim that the public would become familiar with Tanjung Kalian Beach and become a reference for people's holiday spots to Tanjung Kalian Beach so that it would be known to the public as a tourism icon of Bangka Belitung.*

Keywords: *Tourism, Beach, Lighthouse, Bangka Belitung, Virtual Reality*

PENDAHULUAN

Bangka Belitung merupakan provinsi kepulauan, dari kepulauan tersebut sehingga Provinsi Bangka Belitung memiliki banyak wisata alam seperti Pantai. Pantai yang mengelilingi pulau Bangka dan Belitung membuat provinsi ini banyak memiliki potensi wisatanya, wisata adalah sebuah kegiatan yang berupa perjalanan sementara waktu yang dilakukan seseorang di luar tempat tinggalnya. Orang yang melakukan liburan ingin memenuhi rasa ingin tahunya mengenai tempat yang dituju, menghabiskan waktu liburan, atau aktivitas menghabiskan kekayaan (Koen Meyers, 2009).

Menurut Dinas Pariwisata, kepariwisataan berfungsi memenuhi kebutuhan jasmani, rohani, dan intelektual setiap wisatawan dengan rekreasi dan perjalanan serta meningkatkan pendapatan negara untuk mewujudkan kesejahteraan rakyat (UU No 10 Pasal 3 Tahun 2009). Objek wisata dapat berupa objek wisata alam seperti gunung, pantai atau berupa objek wisata bangunan seperti museum, atau peninggalan sejarah. Wisata Bangka Belitung menjadi potensi memiliki wisata alam dan sejarah. Salah satu wisata yang ada di Bangka Belitung yaitu Pantai Tanjung Kalian, yang mana Pantai Tanjung Kalian memiliki menara suar/Mercusuar. Mercusuar ini sebagai ikon sehingga menjadikan pembeda dari pantai lainnya.

Menurut data dari wikipedia.com Mercusuar, menara api, menara suar, atau menara angin adalah sebuah bangunan menara dengan sumber cahaya di puncaknya untuk membantu navigasi kapal laut. Sumber cahaya yang digunakan beragam mulai dari lampu sampai lensa dan (pada zaman dahulu) api. Adanya mercusuar di Pantai Tanjung Kalian dibangun oleh perusahaan Banka Tin Winningbedrift perusahaan timah asal Belanda, dibangun sejak tahun 1862 sebelum kemerdekaan Indonesia.

Mercusuar berfungsi untuk memandu kapal-kapal yang datang ke pulau Bangka serta Bangunan mercusuar ini dilindungi oleh Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2010 tentang Cagar Budaya. Mercusuar ini berpengaruh besar terhadap Indonesia terutama di Pulau Bangka Belitung tepatnya di Pantai Tanjung Kalian Kota Muntok, Kabupaten Bangka Barat.

Pengaruh besarnya karena mercusuar menjadi saksi bisu saat terjadinya perang dunia ke-II. Terdapat sebuah bangkai kapal tua Vyner Brooke yang tenggelam di depan pesisir Pantai Tanjung Kalian tepatnya di depan mercusuar, hal itu karena dihujani bom oleh tentara Jepang saat terjadi perang dunia ke-II.

Pantai Tanjung Kalian memiliki wisata yang indah selain menikmati keindahan pantai bisa juga melihat pemandangan melalui mercusuar. Pemandangan yang memukau terlihat hamparan selat Bangka dan pulau Bangka di bagian barat dengan ketinggian 56 meter. Selain menikmati pemandangan di atas mercusuar. Pantai Tanjung Kalian memiliki fasilitas yang lengkap seperti mushalla, kantin, taman, tempat bilas/toilet, tempat hiburan anak-anak, gazebo/tempat bersantai di pesisir pantai (gratis) serta akses masuk pantai ini gratis tanpa di pungut biaya.

Dibalik keindahan wisata alam dan sejarah Pantai Tanjung Kalian, penulis mencari data bahwa pantai ini belum dikenal oleh masyarakat kota Palembang dan beberapa yang telah tahu Pantai Tanjung Kalian tetapi belum pernah datang ke Pantai Tanjung Kalian ini. Pada survei data serta lokasi Pantai Tanjung Kalian memiliki potensi yang bagus karena Pantai Tanjung Kalian mudah di akses dan lokasi yang bersebelahan dengan pelabuhan tanjung kalian yang mana pelabuhan tanjung kalian merupakan akses keluar masuknya kapal tiap hari masyarakat umum. Sehingga menjadi potensi yang seharusnya banyak dikunjungi oleh masyarakat umum ke Pantai Tanjung Kalian.

Maka setelah mencari data dan survei penulis mengangkat topik promosi pada perancangan ini yaitu mempromosikan Pantai Tanjung Kalian ke masyarakat umum untuk dikenal lebih luas lagi ke luar masyarakat Bangka Belitung. Adanya perancangan ini menjadikan referensi masyarakat umum untuk pergi liburan ke Bangka Belitung tepatnya Pantai Tanjung Kalian dan menjadikan Pantai Tanjung Kalian sebagai ikon wisata Bangka Belitung.

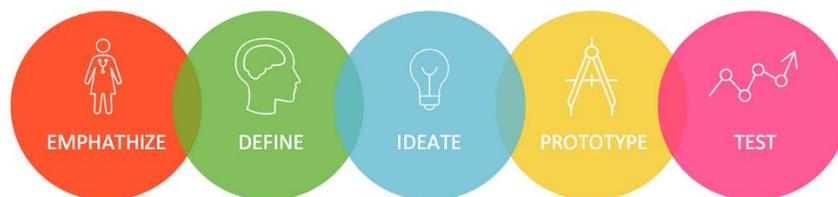
Hal yang akan di angkat pada perancangan ini berupa membuat logo, memperkenalkan keindahan wisata Pantai Tanjung Kalian, mengenalkan dan menginformasikan sejarah terbentuknya mercusuar serta mengenalkan sejarah perang dunia ke II di Pantai Tanjung Kalian agar sejarah tidak dilupakan oleh

masyarakat umum terutama pada zaman milenial sekarang. Penggunaan media promosi melalui digital yaitu media sosial seperti video dokumenter hingga ke karya desain lainnya sedangkan melalui langsung penulis menggunakan promosi video dokumenter yang dikemas pada *virtual reality*.

Virtual reality atau realitas maya adalah teknologi yang membuat pengguna dapat berinteraksi dengan suatu lingkungan yang disimulasikan oleh komputer (*computer-simulated environment*), suatu lingkungan sebenarnya yang ditiru atau benar-benar suatu lingkungan yang hanya ada dalam imajinasi, (Sekarwati, 2020). Penggunaan *virtual reality* membuat masyarakat yang melihat memberikan kesan nyata dan fokus dalam memahami isi video sekaligus penulis ingin mengenalkan teknologi yang bernama *virtual reality* supaya masyarakat umum tidak gagap teknologi (gaptek) di zaman milenial ini.

METODE PENELITIAN

Perancangan Media Promosi *Virtual Reality* Pantai Tanjung Kalian Sebagai Ikon Wisata Bangka Belitung, menggunakan analisis *Design Thinking*.



Gambar 1 Tahapan *Design Thinking*
(Sumber: www.medium.com)

Design Thinking menilai bahwa orang-orang yang sedang menghadapi suatu masalah adalah orang yang memegang kunci jawaban dari masalah mereka (Syahrul, 2019 : 110). Berikut analisis data yang digunakan *Design Thinking* :

A. *Emphatize*

Mengenal lebih dekat tentang Pantai Tanjung Kalian dengan cara melakukan observasi secara langsung ke lokasi. Ada dua cara pengumpulan data yang dilakukan pada tahap ini, yaitu :

1. Data Primer

Pengumpulan data dilakukan meninjau langsung ke lokasi/wawancara. Wawancara adalah percakapan yang bertujuan untuk penggalian pemikiran, konsep, pengalaman pribadi, pendirian, atau pandangan dari narasumber, atau untuk memperoleh informasi dari narasumber tentang kejadian tidak dapat diamati sendiri secara langsung oleh peneliti, atau tentang peristiwa yang terjadi di masa lampau (Didit Widiyanto Soewardikoen, 2019: 53).

2. Data Sekunder

Pengumpulan data ini dilakukan dengan mencari data melalui jurnal-jurnal dan *e-book* untuk melengkapi data yang kurang dan informasi yang belum didapatkan dari data primer.

B. *Define*

Pada tahap ini digunakan metode 5W+2H (*What to say, Why to say, Who to say, When to say, Where to say, How to say, How to much*) sebagai berikut:

1. *What to say*, apa yang ingin di sampaikan di dalam perancangan promosi Pantai Tanjung Kalian?

Mengenalkan keindahan wisata Pantai Tanjung Kalian dan sejarah Pantai Tanjung Kalian di provinsi Bangka Belitung, kepada masyarakat Indonesia terutama kota Palembang, melalui media *virtual reality* sebagai media utama perancangan.

2. *Why to say*, kenapa perancangan promosi Pantai Tanjung Kalian ini perlu diangkat ?

Perancangan ini dilakukan karena belum adanya dilakukan promosi secara lengkap di topik Pantai Tanjung Kalian. Sehingga perlunya promosi Pantai

Tanjung Kalian agar menjadikan wisata ini sebagai salah satu spot liburan masyarakat Indonesia terutama kota Palembang.

3. *Who to say*, siapa yang menjadi target sasaran dari perancangan Promosi Pantai Tanjung Kalian ?
 - a. Aspek Geografis
 - 1). Primer
Secara geografis, masyarakat kota Palembang.
 - 2). Sekunder
Seluruh wilayah Indonesia.
 - b. Aspek Demografis
 - 1). Primer
Umur : 17-45 Tahun, Jenis Kelamin : Laki-Laki & Perempuan.
 - 2). Sekunder
Umur : Semua kalangan masyarakat, Jenis Kelamin : Laki-laki & Perempuan.
 - c. Aspek Psikologis
Masyarakat yang hobi liburan/seorang *traveler*, menyenangkan, dan memiliki sifat keingintahuan yang lebih.
 - d. Aspek Behavioristik
Menyukai belajar berbagai hal, suka menikmati dan mencintai keindahan alam, dan menyukai sesuatu hal yang baru.
4. *When to say*, kapan perancangan promosi Pantai Tanjung Kalian dilaksanakan ?

Akan dilaksanakan pada kegiatan pameran TA (Tugas Akhir) mahasiswa Desain Komunikasi Visual pada bulan Juli 2023.
5. *Where to say*, Dimana perancangan promosi Pantai Tanjung Kalian akan dilaksanakan?

Perancangan promosi dilakukan melalui media sosial seperti youtube, instagram, facebook, twitter dan media online lainnya, untuk promosi langsung dilakukan pameran tugas akhir di *Palembang Trade Center* (PTC).
6. *How to say*, Bagaimana solusi pemecahan masalah yang ditawarkan dari perancangan promosi Pantai Tanjung Kalian ?

Akan dilakukan dengan membuat media-media interaktif yang menarik seperti *virtual reality*. Dengan demikian perancangan media *virtual reality* tersebut sebagai pemecahan masalah dari perancangan melalui media yang seperti nyata dan tersampaikan pesan promosi kepada masyarakat Indonesia terutama kota Palembang.

7. *How to much*, Berapa banyak biaya yang dikeluarkan perancangan promosi Pantai Tanjung Kalian?

Perancangan promosi akan memerlukan biaya, biaya yang dikeluarkan baik itu dari pengambilan data ke tempat lokasi, pembuatan media-media cetak seperti media poster, brosur, *x-banner* serta media pendukung lainnya. Perkiraan biaya kurang lebih kisaran Rp. 40.000.000 untuk sementara perkiraan dalam melakukan perancangan.

C. Ideate

Tahap *ideate* ini adalah tahap untuk menghasilkan ide atau pembuatan konsep perancangan dari hasil analisis, yang dapat diawali dengan pembuatan *mind mapping*.



Gambar 2 *Mind Mapping* Pantai Tanjung Kalian
(Sumber : Kelvin Pratama, 2023)

D. Prototype

Pada tahap ini akan dihasilkan sejumlah versi rancangan desain media yang dibuat dengan mengelola data yang ada, sehingga dapat solusi dari permasalahan yang dihasilkan pada tahap sebelumnya.

E. Test

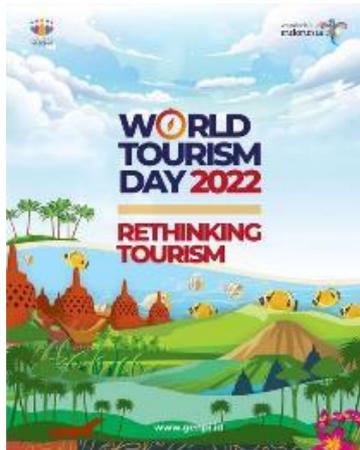
Pada tahap terakhir, dilakukan pengujian dan evaluasi terhadap hasil perancangan kepada masyarakat dan hasilnya akan dilakukan perubahan dan mendapatkan pemahaman yang mendalam tentang media perancangan.

HASIL DAN DISKUSI

Dalam perancangan ini penulis meninjau beberapa karya yang sudah dibuat sebelumnya.

1. Tinjauan Ide Perancangan

a. Poster



Gambar 3 Poster hari pariwisata dunia ke-42
(Sumber : www.pesonaindonesia.com, 2023)

b. Video Promosi



Gambar 4 Video pariwisata kepulauan Riau
(Sumber : [youtube/APlaceLikeHome-VideoPariwisataRiau](https://www.youtube.com/watch?v=APlaceLikeHome-VideoPariwisataRiau), 2023)



Gambar 5 Video sinematik *let's find Bandung*
(Sumber : youtube.com/Muhammad shidiq, 2023)

2. Gagasan Kreatif

Perancangan Pantai Tanjung Kalian akan dirancang dengan keunikan dan keindahan pemandangan di Pantai Tanjung Kalian, sebagai salah satu wisata yang unik di Bangka Belitung dengan adanya menara mercusuar, dan memiliki sejarah bagi masyarakat Provinsi Bangka Belitung, Untuk hal itu *big idea* utama perancangan ini yaitu mercusuar. Pada perancangan ini Desain Komunikasi Visual memiliki peran mengomunikasikan pesan atau informasi kepada pembaca dengan berbagai kekuatan visual, seperti tipografi, ilustrasi, warna, garis, *layout*, dan sebagainya dengan bantuan teknologi, (Rakhmat Supriyono. 2020: 9).

Fotografi juga menjadi elemen desain pada perancangan Menurut Bull (2010:5) kata dari fotografi berasal dari dua istilah Yunani: photo dari phos (cahaya) dan graphy dari graphe (tulisan atau gambar). Dalam bukunya Jurnalistik Foto: Suatu Pengantar, Gani & Kusumalestari (2014:4) mengutip dari Sudjojo (2010) bahwa fotografi sebagai teknik adalah mengetahui cara-cara memotret dengan benar, mengetahui cara-cara mengatur pencahayaan, mengetahui cara-cara pengolahan gambar yang benar, dan semua yang berkaitan dengan fotografi sendiri.

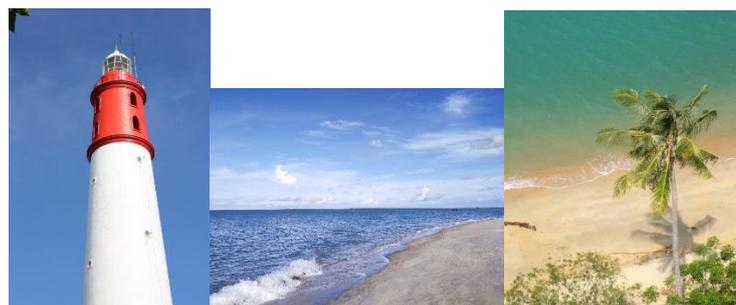
Promosi dalam perancangan ini salah satu aspek dalam pemasaran, artinya untuk mencapai salah satu tujuan pelayanan. Promosi yang diartikan sebagai media untuk mengenalkan perpustakaan kepada masyarakat secara umum. Untuk itu promosi harus dibuat semenarik mungkin dan mudah dipahami oleh penggunanya (Intan, 2020 : 11). Teori semiotika menjadi acuan pada perancangan, Semiotika telah berkembang menjadi sebuah model atau paradigma bagi berbagai keilmuan yang sangat luas yang menciptakan cabang-cabang

semiotika khusus (Patriansah, 2022). Pada prinsipnya, pendekatan semiotika sebagai metode penelitian memiliki dua tahapan. Pertama, analisis tanda secara individual, misalnya jenis tanda, mekanisme atau struktur tanda, dan makna tanda secara individual. Kedua, analisis tanda sebagai sebuah kelompok atau kombinasi, yaitu kumpulan tanda-tanda yang membentuk apa yang disebut sebagai teks. Selanjutnya Piliang yang merujuk pendapat Twthwaites menjelaskan bahwa teks dalam pengertiannya yang paling sederhana adalah kombinasi tanda-tanda (Patriansah and Wijaya, 2021).

Multimedia memiliki kemampuan untuk mengembangkan alat indera dan menarik perhatian dan minat. Multimedia berarti berbagai media bersama-sama. Pada komputer media dapat berupa teks, suara, dan gambar diam atau bergerak. Multimedia instruksi dapat menyimulasikan pengalaman kehidupan nyata (Ali Murtadlo & Zainal Aib, 2022: 287). Penggunaan videografi menjadi media promosi utama dalam perancangan ini. Apa yang ditangkap penonton dalam video adalah serangkaian gambar yang bergerak cepat karena di dalam video, waktu jarang sekali bersifat beku (Purba Andi Januarius, 2013:1) dengan pemilihan video menjadi cepat dalam menyebarkan informasi perancangan promosi Pantai Tanjung Kalian Sebagai Ikon Bangka Belitung menggunakan Virtual Reality.

a. Pesan Visual

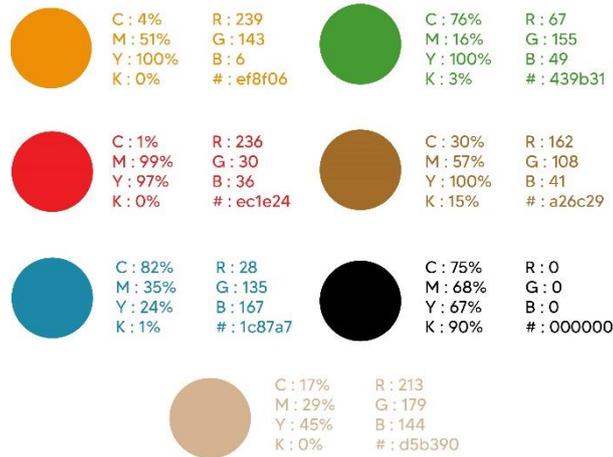
Object yang akan digunakan pada perancangan yaitu mercusuar, pohon kelapa, dan pantai.



Gambar 6 *Object Visual*
(Sumber: Kelvin Pratama, 2023)

b. Warna

Penggunaan warna pada perancangan ini yakni warna merah melambangkan ikon mercusuar, biru sebagai warna air, hijau sebagai warna alam seperti daun kelapa, jingga untuk melambangkan warna sunset.



Gambar 7 Warna Perancangan
 (Sumber: Kelvin Pratama, 2023)

c. Typography

Perancangan ini menggunakan abstract groovy pada logo, font twilight untuk penggunaan slogan, serta font made tommy digunakan pada desain perancangan media :



Gambar 8 Typography logo & Perancangan
 (Sumber: Kelvin Pratama, 2023)

d. Gaya Tampilan Desain

Adapun gaya tampilan desain menggunakan *Conceptual art* adalah sub-kategori dari seni ilustrasi dan merupakan penggambaran metaforis dari ide visual. *conceptual art* didefinisikan sebagai representasi visual yang menceritakan sebuah cerita atau menyampaikan tampilan tertentu. Konsep dari *conceptual art* adalah *photo-conceptualism*. Konsep ini menunjukkan bahwa fotografi dapat terintegrasi ke dalam konsep atau sistem yang dirancang oleh seniman, sebagaimana coretan atau tulisan yang dulu digunakan untuk menggambarkan atau menyimpan suatu ide. Berdasarkan konsep ini, *conceptual art* memandang dokumentasi sebagai suatu karya seni, dan sebaliknya.

3. Visualisasi Desain

a. Logo



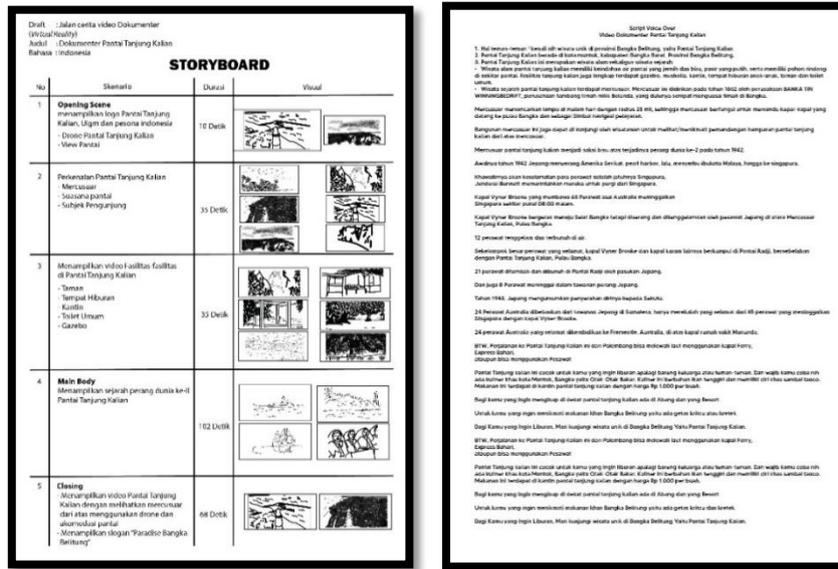
Gambar 9 *Final Design Logo*
(Sumber : Kelvin Pratama, 2023)

Dalam melakukan sebuah perancangan pembuatan media identitas seperti logo, desainer menggunakan ilustrasi mercusuar sebagai *big idea* dan elemen pendukung pohon kelapa, pantai dan sunset agar melambangkan logo wisata pantai.

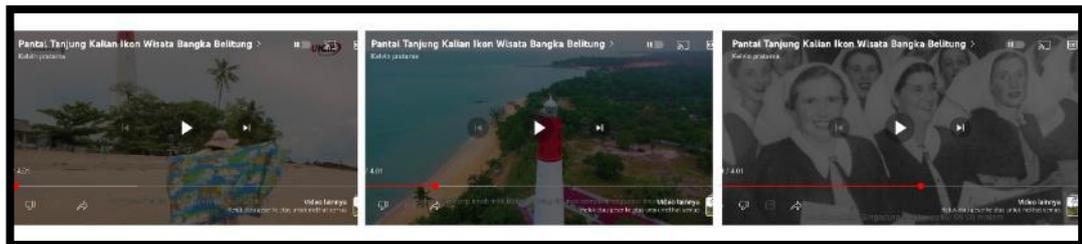
b. Pemilihan Media

Perancangan media utama terdapat video promosi dokumenter yang dikemas pada *virtual reality* berikut ini:

Kelvin Pratama¹, Bobby Halim², Mukhsin Patriansah³
Perancangan Media Promosi *Virtual Reality* Pantai Tanjung Kalian Sebagai Ikon Wisata
Bangka Belitung



Gambar 10 *Storyboard & Storyline*
(Sumber : Kelvin Pratama, 2023)



Gambar 11 Hasil media utama video dokumenter
(Sumber : Kelvin Pratama, 2023)



Gambar 12 Media utama penggunaan *virtual reality*
(Sumber : Kelvin Pratama, 2023)

Media utama merupakan media yang berperan sebagai media yang paling menonjol dan diutamakan pada promosi. Pada perancangan media komunikasi visual ini, perancang mengambil objek *Virtual Reality* guna mewakili big idea

mercusuar dari konsep karya dan mempertegas isi dari perancangan yang dirancang. Selanjutnya dari konsep *Virtual Reality* tersebut diaplikasikan ke berbagai media komunikasi visual. Elemen visual pada perancang ini mengambil objek seorang mengenakan *Virtual Reality* untuk mempertegas isi dari perancangan bahwa yang dirancang ini menggunakan new media *Virtual Reality* dalam mempromosikan wisata pantai tanjung kalian, sehingga hal ini menjadi daya tarik dalam suatu perancangan yang dirancang.

Berikut ini terdapat karya desain media isu atau *pre-media* yang mana media ini hal yang dilihat pada perancangan seperti poster dan sebagainya.



Gambar 13 Media isu poster utama dan pendukung
(Sumber : Kelvin Pratama, 2023)



Gambar 14 Media isu poster fotografi dan sejarah
(Sumber : Kelvin Pratama, 2023)



Gambar 15 Media isu poster landmark
(Sumber : Kelvin Pratama, 2023)



Gambar 16 Media isu poster akomodasi
(Sumber : Kelvin Pratama, 2023)



Gambar 17 Media isu *X-Banner*
(Sumber : Kelvin Pratama, 2023)



Gambar 18 Media Isu Brosur
(Sumber : Kelvin Pratama, 2023)



Gambar 19 Media Isu GSM di Instagram
(Sumber : Kelvin Pratama, 2023)

Media Pendukung (*Followup Media*) yang digunakan untuk memberikan informasi tambahan atau pendukung pesan yang disampaikan melalui media utama dan media isu. Media pendukung bisa berupa gambarm teks, atau elemen visual lainnya



Gambar 20 Media Pendukung
(Sumber : Kelvin Pratama, 2023)

KESIMPULAN

Bangka Belitung merupakan provinsi kepulauan, dari kepulauan tersebut sehingga Provinsi Bangka Belitung memiliki banyak wisata alam seperti Pantai. Salah satunya pantai Tanjung Kalian yang berada di Muntok, Bangka Barat, Provinsi Bangka Belitung, Pantai Tanjung Kalian memiliki ikon unik yaitu mercusuar, di pantai ini memiliki keindahan wisata yang bisa dilihat dari mercusuar dan pantai ini memiliki sejarah terjadinya perang dunia ke-II. Kurangnya promosi dan dikenali masyarakat maka penulis melakukan perancangan mempromosikan pantai Tanjung Kalian. Promosi yang dilakukan perancang membuat logo, poster, media utama yaitu video dokumenter yang dikemas dalam *virtual reality*, media pendukung seperti *merchandise*.

Promosi ini dilakukan dengan menyebarkan hasil karya desain dan karya digital seperti video di media sosial agar lebih efisien di jangkau masyarakat luas seperti Palembang hingga seluruh Indonesia, dan untuk promosi secara langsung perancang menggunakan media *virtual reality* agar masyarakat bisa menikmati keindahan Pantai Tanjung Kalian untuk melihat seperti nyata dan memberikan kesan realitas cahaya fokus dalam memahami video. Pemilihan *virtual reality* sebagai media utama video dokumenter untuk mengenalkan teknologi *virtual reality* agar zaman milenial sekarang tidak gapap teknologi (gaptek) atas perkembangan zaman sekarang ini. Dilakukan perancangan promosi Pantai Tanjung Kalian sebagai salah satu ikon wisata Bangka Belitung, membuat agar masyarakat bisa mengetahui keberadaan Pantai Tanjung Kalian Bangka Belitung, bisa dikenal keindahan wisata Bangka Belitung serta mendapatkan informasi tujuan liburan ke Pantai Tanjung Kalian Bangka Belitung. Terakhir untuk meningkatnya kepedulian masyarakat terhadap sejarah/cerita yang terjadi di Pantai Tanjung Kalian pulau Bangka.

DAFTAR PUSTAKA

- Bull, Stephen. (2010). *Photography*. Oxon: Routledge.
- Gani, Rita dan Ratri Rizki K. (2013). *Jurnalistik Foto Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Halim Bobby dan Yulius Yosef. *Food Photography Pada Iklan Di Instagram*. Basaung Jurnal Seni Desain dan Budaya Volume 6, no. 1 (2021) : 15.
<https://ejournal.uigm.ac.id/index.php/Besaung/article/view/1338/1237>
- H3ndy.com. (2020, 20 Juni). *16 gaya desain yang harus kamu ketahui*.
<https://h3ndy.com/16-gaya-desain-yang-perlu-kamu-ketahui/>
Diakses pada 9 Juni 2023
- Intan. (2020). *Strategi Promosi dalam Penyebarluasan Informasi*. Makassar: Pustaka Taman Ilmu
- Murtadlo Ali, Aqib Zainal. (2022). *Ensiklopedia Metode Pembelajaran Inovatif*. Yogyakarta: Pustaka Referensi
- Nurchahyo Mahdi, Suwahyunto Indra Hartoto. (2022). *Pendidikan Seni dan Estetika Ekologis*. D.I Yogyakarta: Amongkarta
- Patriansah, M. et al (2022) 'Tanda Dalam Komunikasi Visual Iklan Layanan Masyarakat: Analisis Semiotika Peirce', *Jurnal Demandia: Desain Komunikasi Visual, Manajemen Desain dan Periklanan*, 07(01), pp. 101–120.
- Patriansah, M. and Wijaya, R. S. (2021) 'Analisis Tanda Dalam Karya Seni Grafis Reza Sastra Wijaya Kajian Semiotika Peirce', *Jurnal Rupa*, 6(1), p. 34. doi: 10.25124/rupa.v6i1.3737.
- Purba Andi Januarius. (2013). *Shooting yang Benar!*. Yogyakarta: C.V Andi Offset
- Sekarwati, Z. N. U. dan K. A. *Perancangan Aplikasi Menggunakan Teknologi Virtual Reality*. *Jurnal Ilmiah Komputasi*, 19(4) (2020), 589–595
<https://doi.org/10.32409/jikstik.19.4.36>
- Soewardikoen Didit Widiatmoko. (2019). *Metodologi Penelitian*. D.I Yogyakarta: PT Kanisius
- Supriyono, Rakhmat. (2020). *Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: C.V Andi Offset

Syahrul, Y. *Penerapan Design Thinking Pada Media Komunikasi Visual Pengenalan Kehidupan Kampus Bagi Mahasiswa Baru Stmik Palcomtech Dan Politeknik Palcomtech*. *Jurnal Bahasa Rupa*, 2(2), (2019) 109–117.
<https://doi.org/10.31598/bahasarupa.v2i2.342>

Pariwisata Indonesia. (2009). *Undang-Undang Republik Indonesia*.
<https://jdih.kemenkeu.go.id/fullText/2009/10TAHUN2009UU.HTM>.

Diakses pada 1 maret 2023

Wikipedia.com. *Kepulauan Bangka Belitung*. Diakses pada Februari 25, 2023, dari
https://id.wikipedia.org/wiki/Kepulauan_Bangka_Belitung

Wikipedia.com. *Mercusuar*. Diakses pada Agustus 8, 2023, dari
<https://id.wikipedia.org/wiki/Mercusuar>