

TRAVEL BLOG SEBAGAI MEDIA PROMOSI TEBING KERATON DI BANDUNG

Vieka Septilaga dan Nani Nurani Muksin

Universitas Muhammadiyah Jakarta, Indonesia

nonavieka@gmail.com, naninuranimuksin@umj.ac.id

Abstrak

Fenomena munculnya Blog selain dimanfaatkan sebagai media informasi juga sebagai media promosi. Sebagai contoh, Travel-blog yang mempromosikan wisata Tebing Keraton sehingga pembaca tertarik untuk mengunjungi Tebing Keraton di Bandung. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui makna konten atau isi dari Travel-blog Tebing Keraton; makna gambar atau konten visual; dan tipografi dari Travel-blog sebagai media promosi Tebing Keraton. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode penelitian semiotika dari Roland Barthes. Sumber informasi dalam penelitian ini adalah tiga Travel-blog yaitu: www.pergidulu.com; www.satyawinnie.com dan www.cokysihombing.com. Data diambil dari hasil screenshot masing-masing Travel-blog tersebut. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: makna konten teks dari masing-masing Travel-blog hampir seluruhnya sama, yaitu Tebing Keraton memiliki keindahan alam yang dapat membuat para pengunjungnya takjub. Sedangkan, konten visual atau gambar dari masing-masing blog menegaskan gambaran keindahan dari Tebing Keraton dengan menunjukkan pepohonan yang hijau, kabut, awan-awan dan pancaran sinar dari terbitnya matahari. Hal yang membedakan dari ketiga blog ini adalah cara menuliskan cerita masing-masing, penggunaan kalimat dan bahasa, serta jenis huruf.

Kata Kunci: *travel-blog, media, promosi, Tebing Keraton.*

Abstract

The phenomenon of the emergence of Blogs in addition to being used as a medium of information as well as a media campaign. For example, Travel-blog that promotes the Tebing Keraton so that the readers will be interested to visit the Tebing Keraton in Bandung. This study aims to determine the meaning of content of the Travel-blog Cliff Palace; the meaning of images or visual content; and typography of Travel-blog as a media promotion of Tebing Keraton. This research used qualitative approach with semiotics research method from Roland Barthes. Sources of information in this study are three Travel-blogs are: www.pergidulu.com; www.satyawinnie.com and www.cokysihombing.com. Data taken from the screenshot of each Travel-blog. The results of this study indicate that: the meaning of the text content of each Travel-blog is almost entirely the same, ie Tebing Keraton has a natural beauty that can make the visitors amazed. Meanwhile, the visual or image content of each blog confirmed the image of the beauty of the Tebing Keraton by showing the green trees, fog, clouds and radiant rays from the rising sun. The thing that distinguished these three blogs is how to write each story, the use of sentences and language, and the typeface.

Keywords: *travel-blog, media, promotion, Tebing Keraton.*

PENDAHULUAN

Indonesia adalah sebuah Negara yang memiliki kekayaan dan keindahan alam yang beraneka ragam. Kita dapat menemukan pulau yang dikelilingi laut yang indah, gunung yang berdiri gagah, danau purba yang memiliki

spesies endemik, sungai dengan kesegaran alami airnya dan masih banyak lagi fenomena alam yang tidak bisa ditemui di tempat lain. Keindahan dan kekayaan alam ini seperti tidak ada habisnya untuk dinikmati.

Selain memiliki sumberdaya alam yang sangat kaya, Indonesia juga memiliki budaya yang sangat beragam. Berdasarkan data dari sensus penduduk yang dilakukan oleh Badan Pusat Statistik (BPS) Negara Republik Indonesia, tercatat terdapat 1.128 suku bangsa yang mendiami wilayah Sabang sampai Merauke, lengkap dengan budaya dan kearifan lokal yang mereka miliki. Hal ini menjadikan Indonesia menjadi salah satu Negara yang memiliki budaya paling beragam (BPS, 2015). Perkembangan teknologi dan informasi yang semakin hari semakin canggih, membuat kita dapat memanfaatkan sebagai media untuk mempromosikan kekayaan alam yang dimiliki oleh Indonesia. Implikasi dari penetrasi perkembangan teknologi dan informasi adalah meningkatnya jumlah pengguna di Indonesia menurut hasil riset yang digelar atas kerjasama dengan pihak Pusat Kajian Komunikasi (PusKaKom) FISIP Universitas Indonesia (Puskakom UI, 2014).

Disebutkan bahwa pengguna internet di Indonesia kini telah mencapai angka 88,1 juta di tahun 2014. Jika disesuaikan dengan jumlah populasi penduduk Indonesia yang menurut Badan Pusat Statistik (BPS) mencapai 252,5 juta jiwa, maka pengguna internet di Indonesia mengalami pertumbuhan 16,2 juta dari total 71,9 juta pengguna pada tahun 2013 (BPS, 2013).

Beberapa hasil menarik menurut Asosiasi Penyelenggaraan Jasa internet Indonesia (APJII), bahwa usia pengguna di Indonesia berusia 18-25 tahun, yaitu sebesar hampir setengah dari total jumlah pengguna internet di Indonesia (49%) (AIPJI, 2014)

Dapat dikatakan bahwa segmen pengguna internet di Indonesia adalah mereka yang termasuk dalam kategori generasi milenial atau "Digital Native". Digital native adalah generasi yang lahir setelah tahun 1980, ketika internet mulai dipergunakan masyarakat secara luas. Mulai maraknya jejaring sosial dan bulletin board (AIPJI, 2014)

Bila sebelumnya kita sering mendapatkan data bahwa pengguna Twitter dan Facebook dari Indonesia sangat besar. Sebab pengguna internet sebagian besar memiliki dan menggunakan aplikasi atau konten jejaring sosial sebesar 87,4%, kedua adalah searching 68,7%, ketiga adalah internet Messaging 59,9%, keempat mencari berita terkini 59,7% dan, kelima adalah mengunduh dan mengunggah video 27,3%. Bahkan jual beli yang marak di iklankan di televisi mengalami pertumbuhan dengan pengguna 11%, hal ini menunjukkan tingkat kepercayaan transaksi online mulai membaik (AIPJI, 2014). Kuatnya jejaring sosial membuat semakin berkibarnya smartphone membuat banyak yang meninggalkan personal komputer untuk mengakses internet. Sebanyak 85% pengguna internet melakukan aktifitas di dunia maya memakai smartphone, 32% memakai laptop atau netbook, 13% memakai tablet dan 14% memakai personal computer (AIPJI, 2014).

Weblog atau yang lebih banyak dikenal dengan blog, adalah salah satu media sosial yang banyak digunakan oleh mereka yang memiliki hobi menulis atau foto. Isi daripada blog itu sendiri tergantung minat dan bakat sipenulis blog.

Jika sipenulis adalah seorang yang suka menulis tentang kehidupan sehari-harinya, maka sebagian besar konten blognya adalah catatan harian yang dikemas dengan berbeda. Ada yang diambil dari sisi komedinya, cerita yang absurd, konyol, dan sebagainya.

Seperti Diana Rikasari pada blognya internet.dianarikasari.com ia menyalurkan hobinya dalam hal fashion pada blog tersebut. Ada juga Raditya Dika dan Alit yang hampir seluruh konten blognya adalah tentang ke-absurd-an hidup yang mereka alami, dan masih banyak contoh lainnya.

Tidak hanya mengenai kehidupan ataupun fashion, blog juga dapat digunakan sebagai ajang pamer keindahan alam Indonesia. Bahkan secara tidak langsung, blog tersebut

menjadi media promosi keindahan alam Indonesia.

Banyak contoh penggunaan blog yang pada akhirnya, blog tersebut tidak hanya menjadi sebuah media untuk menulis saja, namun juga secara tidak langsung menjadi sebuah media promosi. Berawal dari tulisan yang ada di blog, lalu dapat berkembang lagi menjadi hal yang dapat dijual dan menghasilkan, menjadi media promosi yang efektif.

Seorang penulis travelblog yang menceritakan pengalamannya serta memajang foto-foto saat berkunjung kesuatu tempat, itu secara tidak langsung mempromosikan tempat tersebut. Bagaimana keadaan alamnya, lingkungan sekitar, penduduknya, kulinernya dan lain sebagainya.

Diawal tahun 2014, ada sebuah lokasi wisata yang dapat dikatakan lokasi tersebut sangat terpencil, karena letaknya ada pada ujung atas Jalan Ir. Juanda atau yang dikenal dengan nama Dago Atas, Bandung. Tempat tersebut adalah Tebing Keraton. Sebuah tebing yang terkenal karena kita dapat melihat matahari yang terbit dan tenggelam dengan cantik.

Pada pertengahan 2014 Tebing Keraton mulai dikenal khalayak luas, mulai banyak wisatawan yang berkunjung kesana, tidak hanya para wisatawan lokal daerah setempat, bahkan banyak orang dari daerah lain baik wisatawan lokal maupun mancanegara yang sengaja datang ke Bandung untuk mengunjungi tempat tersebut.

Hal itu terjadi karena beberapa orang yang lebih dulu berkunjung ke Tebing Keraton, mengunggah beberapa foto yang mereka ambil kedalam sosial media yang mereka miliki. Semakin hari semakin bertambah banyak orang-orang yang mengunggah informasi mengenai Tebing Keraton.

Karena hal itu maka semakin banyak orang ingin berkunjung kesana. Tidak peduli betapa jauhnya lokasi tersebut, dan sulit untuk mencapai tempat terbaik di Tebing Keraton untuk melihat matahari yang cantik, karena kita diharuskan tracking didalam hutan sebelum menemukan tempat terbaik itu.

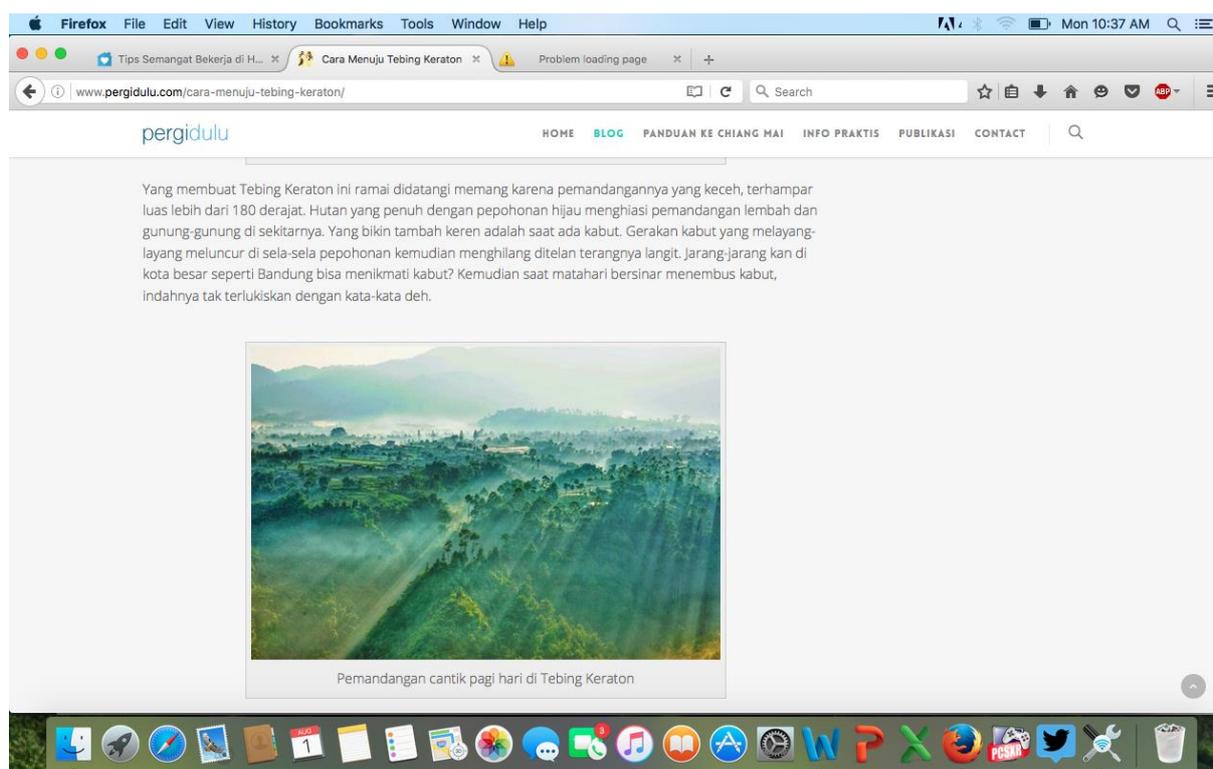
METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode penelitian semiotika dari Roland Barthes. Sumber informasi dalam penelitian ini adalah tiga Travel-blog yaitu: www.pergidulu.com; www.satyawinnie.com dan www.cokysihombing.com. Data diambil dari hasil screenshot masing-masing Travel-blog tersebut. Sedangkan unit analisis dalam penelitian ini adalah berupa teks, layout dan tipografi dari konten travel blog Tebing Keraton.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Makna konten travel blog sebagai media promosi Tebing Keraton di Bandung. Makna konten www.pergidulu.com

“Yang membuat Tebing Keraton ini ramai didatangi memang karena pemandangannya yang keceh, terhampar luas lebih dari 180 derajat. Hutan yang penuh dengan pepohonan hijau menghiasi pemandangan lembah dan gunung-gunung di sekitarnya. Yang bikin tambah keren adalah saat ada kabut. Gerakan kabut yang melayang-layang meluncur di sela-sela pepohonan kemudian menghilang ditelan terangnya langit. Jarang-jarang kan di kota besar seperti Bandung bisa menikmati kabut? Kemudian saat matahari bersinar menembus kabut, indahnya tak terlukiskan dengan kata-kata deh.”



Gambar 4.1 Konten Blog www.pergidulu.com

Sumber: <http://www.pergidulu.com/cara-menuju-tebing-keraton/>

Makna Denotasi:

Pada kalimat "... pemandangannya yang keceh..." Kata "Keceh" biasa digunakan untuk menggambarkan perempuan yang cantik dan menarik. Pada kalimat di atas, keindahan Tebing Keraton digambarkan begitu indahnnya bagaikan kecantikan seorang wanita.

Kata "kabut" digambarkan bagaikan makhluk hidup (seperti burung) yang mampu terbang melayang di udara. Kata "kabut" juga digambarkan bagaikan benda yang bisa meluncur dari atas ke bawah. Sinar matahari digambarkan mampu menembus kabut seolah-olah sinar matahari adalah makhluk hidup yang mampu bergerak atau berjalan menembus sesuatu.

Makna Konotasi:

Konten teks di atas, mengandung makna "Pemandangan yang dimiliki oleh Tebing Keraton sekelilingnya sangat indah dan bagus. Banyak pohon, lembah dan gunung-gunung di

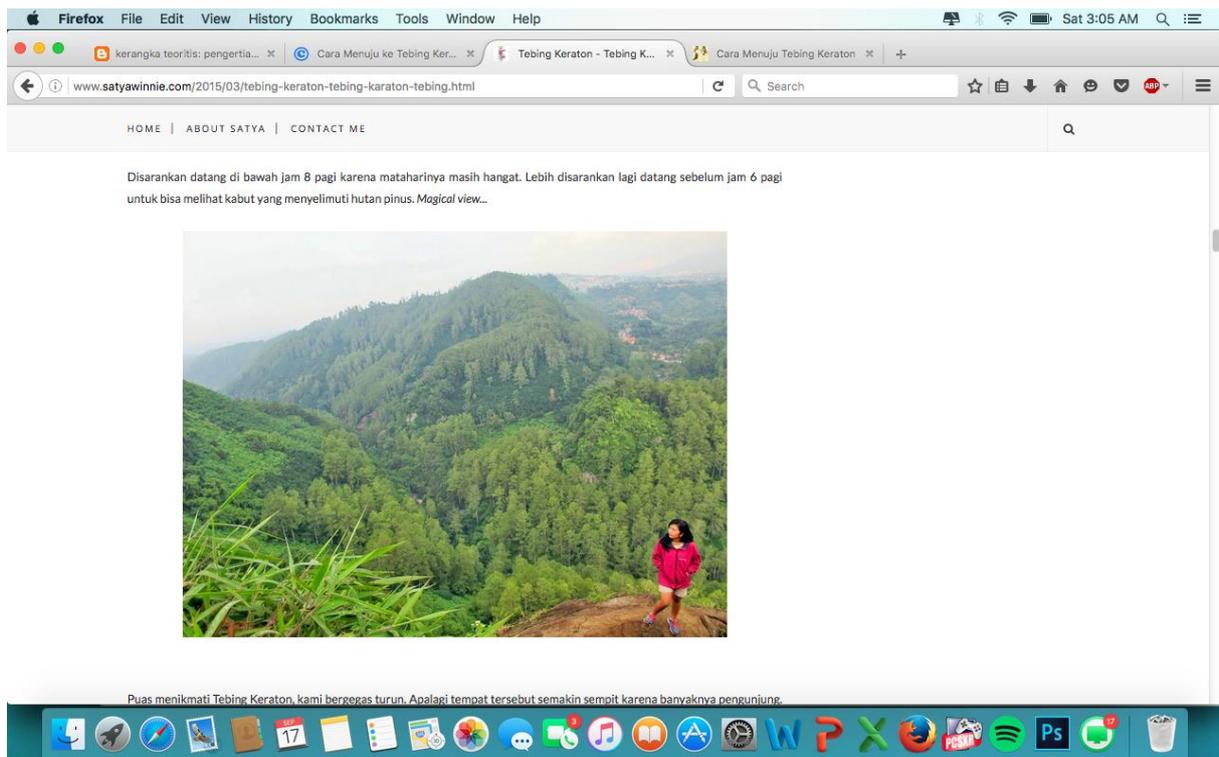
sekitarnya yang indah, dapat dinikmati oleh seluruh pengunjung Tebing Keraton"

Makna yang terkandung dalam teks diatas adalah "hal yang membuat pemandangan Tebing Keraton tambah indah dan bagus adalah, gerakan kabut, pepohonan dan langit yang terlihat terang".

Selain di Bandung, Kita sulit menemukan keindahan pemandangan seperti yang disajikan pada gambar, yang sulit di jelaskan dengan kata-kata ketika sudah melihat pemandangan indah Tebing Keraton.

Makna konten teks www.satyawinnie.com

"Disarankan datang di bawah jam 8 pagi karena mataharinya masih hangat. Lebih disarankan lagi datang sebelum jam 6 pagi untuk bisa melihat kabut yang menyelimuti hutan pinus. Magical view..."



Gambar 4.2 Konten Blog www.satyawinnie.com

Sumber : <http://www.satyawinnie.com/2015/03/tebing-keraton-tebing-karaton-tebing.html>

Makna denotasi:

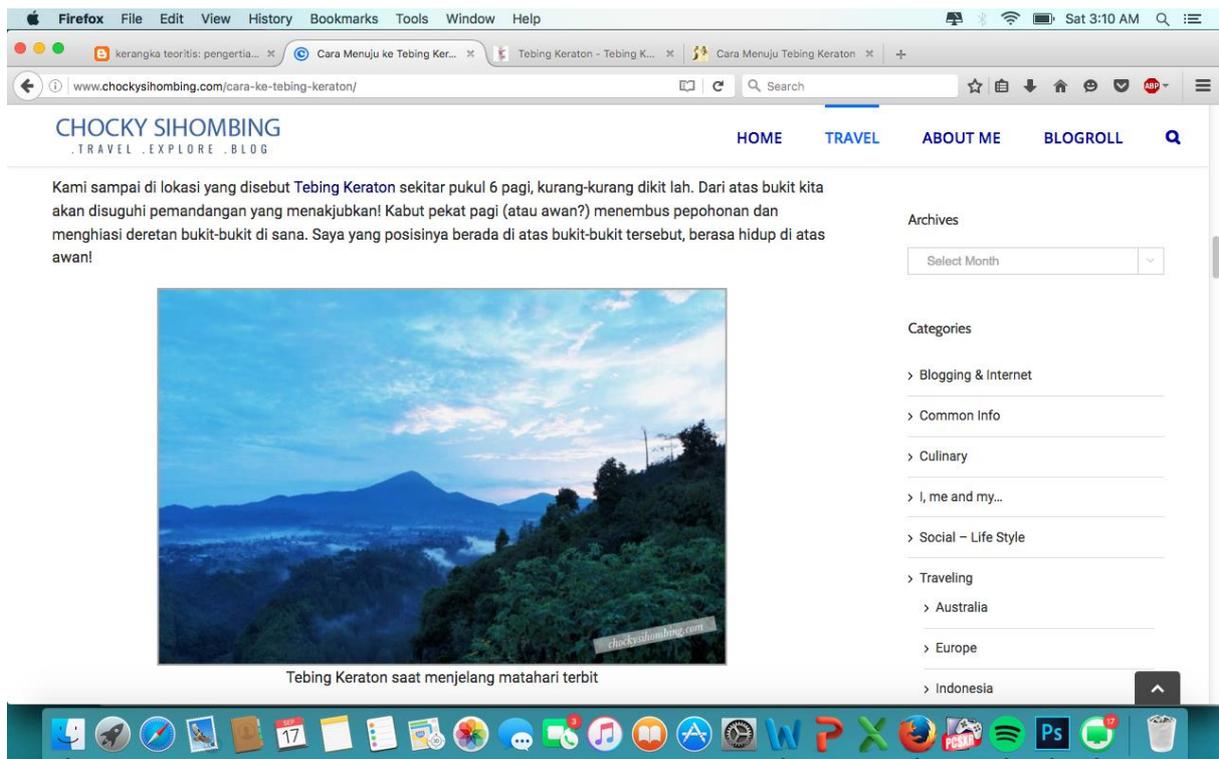
Kata “menyelimuti” bermakna menutupi, untuk kalimat di samping bermakna kabut menutupi hutan pinus yang membuat pemandangannya begitu indah.

Makna konotasi:

Pada kalimat di atas, penulis menggunakan kata “menyelimuti” untuk menggambarkan kabut yang menutupi hutan pinus.

“Dari atas bukit kita akan disuguhkan pemandangan yang menakjubkan! Kabut pekat pagi (atau awan?) menembus pepohonan dan menghiasi deretan bukit-bukit disana. Saya yang posisinya berada di atas bukit-bukit tersebut, berasa hidup di atas awan!”

Makna konten teks www.chockysihombing-.com



Gambar 4.3 Konten Blog www.chockysihombing.com
Sumber : <http://www.chockysihombing.com/cara-ke-tebing-keraton/>

Makna denotasi:

Kata “Pekat” biasanya digunakan untuk menggambarkan sebuah barang cair yang sudah tidak lagi encer. Pada kalimat diatas kata pekat berarti kabut yang bersatu sehingga terlihat seperti awan. Pemandangan seperti itu yang menghiasi Tebing Keraton.

Makna konotasi:

Pada kalimat diatas menggambarkan bahwa kumpulan dari kabut-kabut yang bersatu terlihat seperti awan terlihat sangat bagus dan

indah pada deretan bukit-bukit yang ada di Tebing Keraton. Seolah dia merasakan sedang di atas awan.

a. Analisis makna konten visual (gambar)

Konten gambar atau visual yang terdapat dari masing-masing blog merupakan penambah daya tarik dari konten teks, juga sebagai bentuk secara nyata dari apa yang sudah dijabarkan oleh para penulis blog.

Makna konten gambar pada www.pergidulu.com



Gambar 4.4 Konten Visual www.pergidulu.com

Sumber: <http://www.pergidulu.com/cara-menuju-tebing-keraton/>

Makna denotasi:

Gambar di atas menggambarkan panorama dari tebing keraton. Di bagian belakang terlihat pegunungan dengan warna hijau samar. Pada bagian tengah gambar terlihat pepohonan hijau dengan kabut tipis dengan sedikit memperlihatkan kontur tanah yang berundak-undak.

Pada bagian bawah gambar terlihat pepohonan yang terkena sinar matahari pagi, sehingga daun-daunnya terlihat kuning. Terlihat pula sinar matahari dari arah sebelah kanan gambar yang membentuk garis putih dengan bayangan hitam yang ditimbulkan oleh pucuk-pucuk pohon.

Makna konotasi:

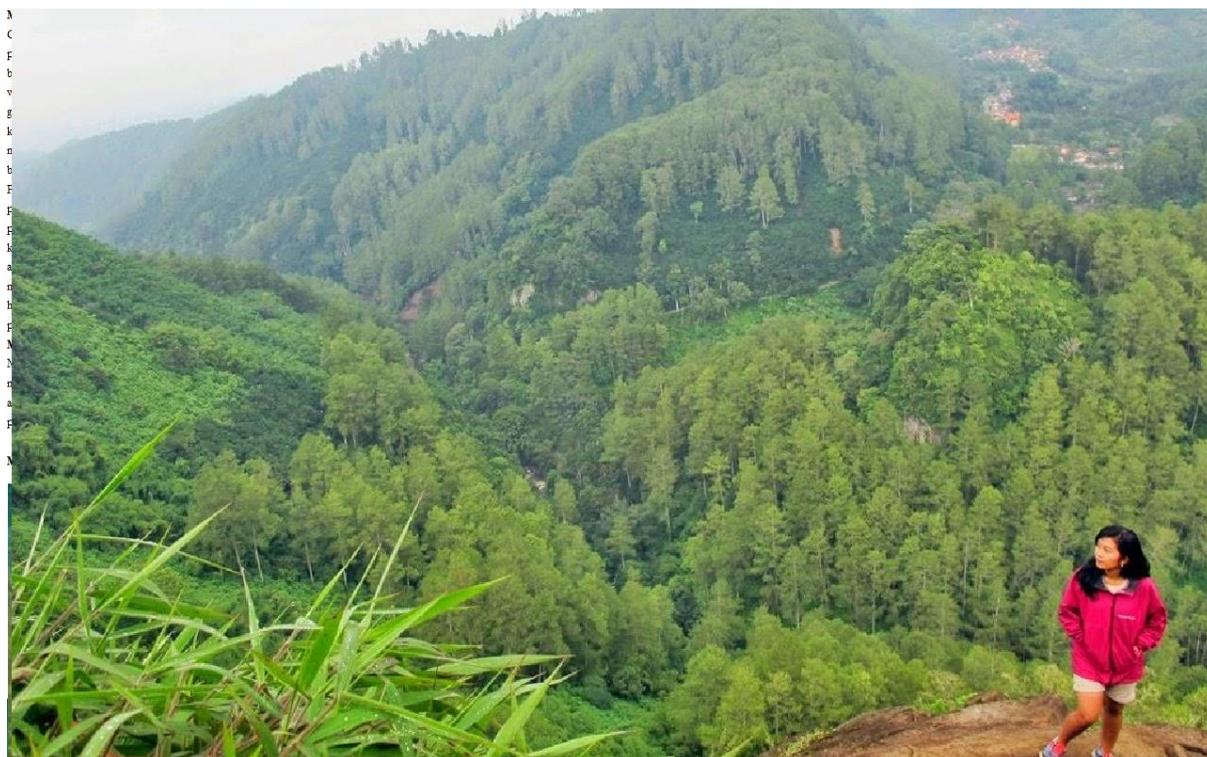
Makna dari gambar di atas memperlihatkan bahwa Tebing Keraton adalah sebuah tempat dengan pemandangan yang indah dan sejuk. Keindahan terpancar dari susunan lansekap bukit yang tertutup dengan pepohonan hijau.

Sinar matahari pagi menambah keindahan dengan memberikan warna kuning keemasan pada pohon di bawah tebing. Selain itu bayangan memanjang dari pucuk-pucuk pohon memberikan pola yang unik pada sinar matahari.

Kesejukan terpancar dari kabut tipis yang menyelimuti pepohonan. Kabut pada gambar tersebut menggambarkan bahwa tebing keraton adalah wilayah yang sejuk dan asri.

Dengan melihat gambar ini didapatkan kesan bahwa tebing keraton adalah sebuah tempat yang indah dan sejuk, terlebih di pagi hari. Hal tersebut menjadi daya tarik untuk mengunjungi dan melihat langsung pemandangan Tebing Keraton.

Makna konten gambar pada www.satyawinnie.com



Gambar 4.5 Konten Visual www.satyawinnie.com

Sumber : <http://www.chockysihombing.com/cara-ke-tebing-keraton>

Makna denotasi:

Pada gambar diatas terlihat barisan pepohonan berwarna hijau, berbentuk seperti bukit, dengan tertutupi kabut tipis. Terlihat juga seseorang sedang bergaya menggunakan jaket pink, celana pendek dan sepatu kets pada ujung tebing terlihat seolah menikmati Tebing Keraton dengan santai.

Makna konotasi:

Makna dari gambar diatas memperlihatkan bahwa Tebing Keraton berada pada suatu ketinggian, sehingga dari atas terlihat pucuk-pucuk pohon dan bukit yang ada disekitar.

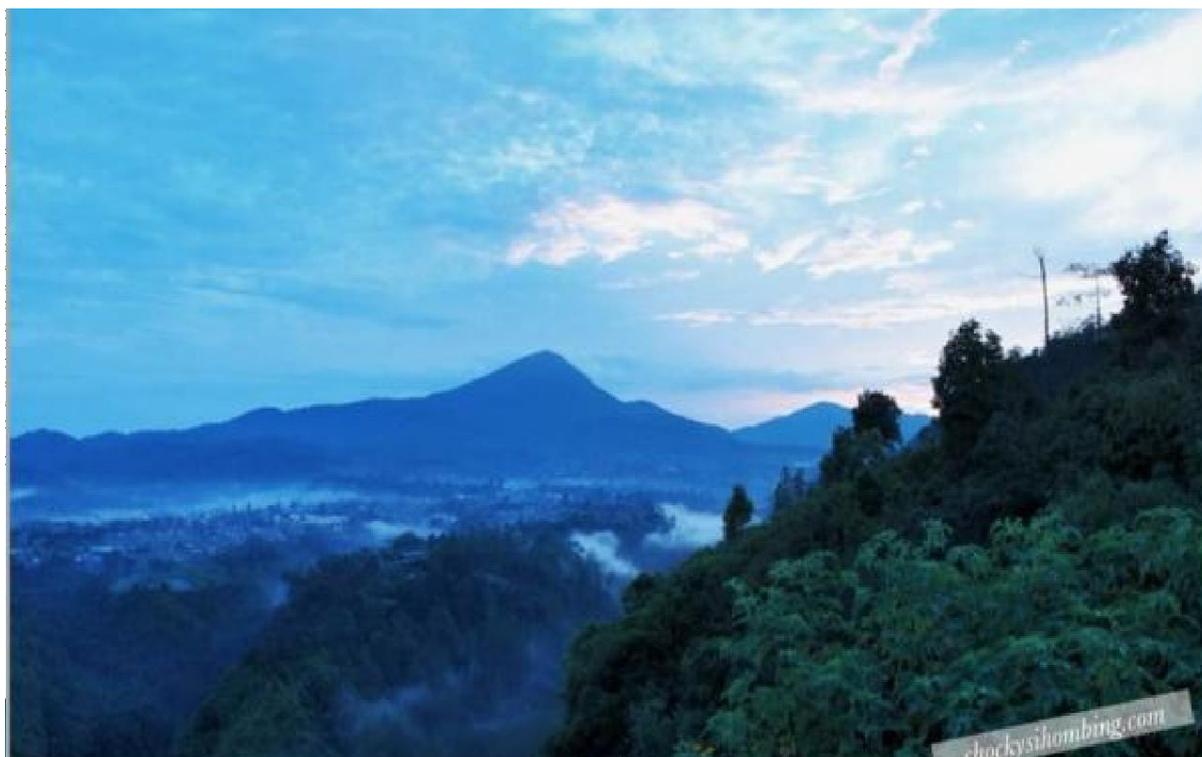
Kabut tipis yang menutupi sebagian dari pemandangan Tebing keraton

menandakan bahwa Tebing Keraton memiliki udara yang sejuk, ditambah dengan tampilan dari seseorang yang berdiri di sana.

Seseorang tersebut menggunakan jaket yang dapat diartikan bahwa udara disana sejuk tidak terlalu dingin, karena terlihat juga bahwa ia menggunakan celana pendek.

Dari alas kaki yang digunakan, bisa jadi Tebing Keraton berada pada ketinggian dengan jalan yang ada berundak-undak atau tidak rata, karena penggunaan sepatu kets biasanya untuk membuat pejalan merasa lebih nyaman saat melewati medan apapun.

Makna konten gambar pada www.chokysihombing.com)



Gambar 4.6 Konten Visual www.chockysihombing.com

Makna denotasi:

Pada gambar di atas terlihat langit berwarna biru gelap, dan awan berwarna putih. Terlihat juga ada bayangan sebuah gunung jauh melatar belakang Tebing Keraton. Terlihat juga pucuk pohon berwarna hijau yang tersusun rapi dan juga terdapat gumpalan awan yang menutupi sebagian pucuk pohon.

Makna konotasi:

Makna dari gambar diatas memperlihatkan bahwa, gambar tersebut diambil pada saat matahari belum muncul, sehingga masih ada bagian dari Tebing Keraton yang berwarna biru gelap, namun juga ada sebagian langit awannya terlihat putih.

Tebing keraton berada pada tempat yang tinggi, terlihat dari banyaknya pucuk-

pucuk pohon yang terlihat dari tempat pengambilan gambar, dan juga kita dapat melihat pucuk-pucuk pohon yang bersanding dengan gumpalan awan seperti kapas.

Pemandangan tersebut yang menjadi daya tarik setiap orang untuk mengunjungi Tebing Keraton.

b. Analisis makna konten visual (gambar)

1) Makna tipografi konten www.pergidulu.com

Konten gambar atau visual yang terdapat dari masing-masing blog merupakan penambah daya tarik dari konten teks, juga sebagai bentuk secara nyata dari apa

Yang membuat Tebing Keraton ini ramai didatangi memang karena pemandangannya yang keceh, terhampar luas lebih dari 180 derajat. Hutan yang penuh dengan pepohonan hijau menghiasi pemandangan lembah dan gunung-gunung di sekitarnya. Yang bikin tambah keren adalah saat ada kabut. Gerakan kabut yang melayang-layang meluncur di sela-sela pepohonan kemudian menghilang ditelan terangnya langit. Jarang-jarang kan di kota besar seperti Bandung bisa menikmati kabut? Kemudian saat matahari bersinar menembus kabut, indahnya tak terlukiskan dengan kata-kata deh.

Gambar 4.7 Tipografi Konten www.pergidulu.com
Sumber: <http://www.pergidulu.com/cara-menuju-tebing-keraton/>

Font yang digunakan dalam tipografi pada blog Adam & Susan dalam yang berisikan tentang Tebing Keraton adalah Open Sans.

Makna denotasi:

Open Sans termasuk dalam set karakter Cyrillic dan termasuk dalam jenis huruf Sans Serif. Open Sans berbentuk terbuka, dirancang dengan garis tegak lurus, terbentuk terbuka dan netral yang humanis. Terlihat penampilannya dapat membuat orang mudah untuk membaca tulisanya.

Jarak yang digunakan untuk penulisan konten tersebut menggunakan jarak yang sempit, terlihat dari susunan huruf pada gambar di atas.

Makna konotasi:

Makna dari tipografi diatas, bahwa huruf open sans ini termasuk jenis huruf yang mudah

dibaca, sehingga para pembaca blog tersebut dapat mudah membaca barisan huruf yang ada. Karakteristik dalam tulisan tersebut, bisa terlihat bahwa pemilik blog itu memiliki sikap yang terbuka, dan netral.

Jarak antar kata yang terlalu sempit membuat pembacanya sulit menangkap awal dan akhir dari sebuah kata, walaupun untuk masalah legality-nya cukup, namun jarak antar kata yang sempit dapat menurunkan kualitas readability-nya dari kalimat tersebut.

Dari tipografi tersebut menggambarkan sang penulis berkesan terbuka, dewasa, serius, kuat, tegap dan penuh keyakinan. Selain itu Open Sans juga terlihat feminin.

2) Makna tipografi konten www.satyawinnie.com

Disarankan datang di bawah jam 8 pagi karena mataharinya masih hangat.

Lebih disarankan lagi datang sebelum jam 6 pagi untuk bisa melihat kabut yang menyelimuti hutan pinus. *Magical view...*

Gambar 4.8 Tipografi Konten www.satyawinnie.com
Sumber : <http://www.satyawinnie.com/2015/03/tebing-keraton-tebing-karaton-tebing.html>

Font yang digunakan pada tipografi blog Satya Winnie adalah Raleway.

Makna denotasi:

Raleway termasuk dalam keluarga huruf Sans Serif. Berbentuk tegak lurus yang jelas dan terbuka. Namun garis tiap hurufnya itu tipis.

Jarak antar kata pada blog tersebut termasuk dalam katagori standar tidak terlalu dekat dan tidak terlalu jauh.

Makna konotasi:

Makna dari tipografi diatas adalah sang penulis sangat dinamis dan elegan, dengan

menggunakan font raleway menggambarkan bahwa, selain feminin, sang penulis juga terlihat dewasa dan serius.

Jarak antar huruf dan kata juga menggambarkan bahwa penulis bersikap terbuka, sehingga tulisan-tulisan dalam blognya mudah dibaca.

Penggunaan font ini memang cocok digunakan untuk personal blog karena sangat menonjolkan karakteristik dari penulisnya.

3) Makna Tipografi Konten www.chockysihombing.com

Kami sampai di lokasi yang disebut **Tebing Keraton** sekitar pukul 6 pagi, kurang-kurang dikit lah. Dari atas bukit kita akan disuguhi pemandangan yang menakjubkan! Kabut pekat pagi (atau awan?) menembus pepohonan dan menghiasi deretan bukit-bukit di sana. Saya yang posisinya berada di atas bukit-bukit tersebut, berasa hidup di atas awan!

Gambar 4.9 Tipografi Konten www.chockysihombing.com

Sumber : <http://www.chockysihombing.com/cara-ke-tebing-keraton/>

Font yang digunakan pada tipografi pada blog Choky Sihombing adalah Roboto.

Makna denotasi:

Sama halnya dengan 2 jenis huruf yang sebelumnya, Open Sans dan Raleway, Roboto juga termasuk dalam keluarga huruf Sans Serif. Berbentuk tegak lurus yang jelas dan terbuka. Dengan komposisi garis di setiap hurufnya itu seimbang.

Jarak antar kata pada tipografi blog ini sempit, sehingga pembaca agak sulit membaca karena hamper terlihat antar kalimat ini menyambung.

Makna konotasi:

Makna dari font pada tipografi dalam blog menggambarkan penulis sebagai seseorang yang ramah, karena terlihat dari pemilihan huruf Roboto yang juga ramah untuk dibaca,

sangat readable. Selain itu juga penulis terlihat dewasa dan maskulin dengan bentuk huruf yang tegak.

Namun jarak dari tiap kata membuat blog tersebut agak sulit dibaca, jadi membentuk karakter dari sang penulis itu juga terkadang sulit ditebak. Tetap pemilihan huruf Roboto membuat sang penulis terlihat sangat humanis.

Blog sebagai media promosi ini sebenarnya memiliki banyak makna yang terkandung didalamnya, sehingga perlu adanya ilmu tentang membaca makna. Barthes mengatakan, tidak ada mesin pencari makna. Setiap konten yang ada pada blog dipandang dengan bentuk yang sudah ada makna tersendiri, namun pemahaman makna dari masing-masing orang akan berbeda.

Makna dalam blog yang dianalisis ini dapat terlihat jika dikumpulkan semua unsur

penanda dan petanda yang ada di dalam blog mengenai Tebing Keraton ini. Penanda dalam konten teks tersebut adalah setiap kata atau kalimat yang mengandung promosi, setiap gambar, dan jenis huruf yang digunakan dalam konten teks yang ada didalam ketiga blog yang dianalisis. Sedangkan untuk petanda itu sendiri yaitu sesuatu yang sudah dikumpulkan dalam penanda tadi dijadikan unsur pesan, mulai dari teks maupun gambar dan juga jenis huruf pada tipografi yang digunakan.

Pada analisa konten teks dari masing-masing blog, terlihat bahwa ketiga penulis memiliki pandangan yang sama tentang Tebing Keraton, yaitu sama-sama memiliki pemandangan yang indah, dan penggambarannya pun sama dengan view pepohonan, latar pegunungan, awan dan kabut tipis yang selalu menyelimuti Tebing Keraton. Hal tersebut terlihat dari kalimat-kalimat yang digunakan pada saat mendeskripsikan keindahan Tebing Keraton, juga pada visual yang ditampilkan melalui gambar. Secara tidak langsung, para penulis blog tersebut telah mempromosikan keindahan Tebing Keraton, kalimat-kalimat yang dibuat mampu membuat para pembacanya tergugah ingin mengunjungi Tebing Keraton, walaupun tidak semuanya langsung berbondong-bondong mengunjungi Tebing Keraton.

Cerita yang ditulis begitu terasa hidup, karena penulis menulisnya bukan sekedar berkhayal, tapi benar menceritakan keadaan yang sebenarnya terjadi ketika mereka mengunjungi Tebing Keraton.

Terlihat juga pada visual atau gambar yang di unggah di dalam blog masing-masing, tulisan tersebut semakin terasa nyata, karena para pembaca dapat langsung melihat seperti apa keindahan pemandangan tersebut. Sudut-sudut gambar yang diambil oleh masing-masing penulis, memiliki kesamaan. Hal tersebut karena memang Tebing Keraton memiliki lokasi sudut terbaik untuk dapat menikmati keindahannya.

Pada akhirnya dapat disimpulkan bahwa, sudut atau tempat yang paling menonjol pada Tebing Keraton adalah sudut yang ada pada ketiga gambar diatas, yaitu ujung Tebing yang dari sana kita dapat melihat matahari terbit dan tenggelam, serta pucuk pucuk pohon yang tertutup dengan kabut tipis serta gumpalan awan putih yang terlihat jelas. Sehingga dari ketiga makna pada gambar diatas, semuanya memiliki makna yang sama, yaitu sama-sama menonjolkan posisi paling baik pada Tebing Keraton.

Pada analisa tipografi ini memiliki makna yang berbeda, namun ternyata dari masing-masing penulis itu memiliki karakteristik yang sama, yaitu sama-sama terbuka dan humanis. Terlihat dari pemilihan huruf yang digunakan pada masing-masing blog, jarak antar kata yang sangat enak dilihat mata serta dapat memudahkan para pembaca untuk membaca dan memahami tulisan yang ada pada blog tersebut. Selain itu juga memiliki tampilan yang nyaman di mata. Hal-hal ini lah yang dapat membuat para pembaca tergugah dan ingin mengunjungi Tebing Keraton. Sebuah bentuk promosi terselubung melalui tulisan para pejalan.

Menurut Ibu Oktaviana Purnamasari, S.Sos, M.Si, sebagai seorang dosen konsentrasi Advertising “makna dan pesan yang terdapat pada masing-masing blog memiliki kesamaan, yaitu memberikan informasi mengenai keindahan Tebing Keraton yang berada di Bandung melalui blog mereka masing-masing. Konten tersebut, masih belum mencakup AIDA, namun sudah cukup membuat para pembacanya tertarik ingin mengunjungi Tebing Keraton.

Karena konten tersebut dibuat dengan kalimat dan penggunaan huruf yang jelas serta mudah dibaca, juga terdapat gambar-gambar yang menunjukkan bahwa Tebing Keraton itu memang benar-benar indah, sesuai dengan apa yang ditulis sehingga dapat membangun trust untuk para pembacanya. Karena biasanya, tulisan mengenai objek wisata, jika dibuat oleh

sipengunjungnya sendiri, biasanya mereka lebih bercerita secara objektif dan deskriptif. Hal itulah yang menjadi kelebihan dari penulisan promosi melalui konten blog.

Sedikit kekurangannya dari promosi menggunakan konten blog, hanya jika si penulisnya tidak dapat membangun trust, maka pesan dan makna yang ada pada konten tersebut tidak akan sampai kepada para pembacanya”

Sedangkan menurut Satya Winnie, sebagai seorang content writer dan social media strategist “Pesan dan makna yang terkandung didalam blog tersebut itu berkesinambungan, yang mana dari para penulis blog masing-masing ingin menginspirasi para pembaca blognya dengan bercerita tentang perjalanannya menuju Tebing Keraton, selain itu juga agar para pembacanya mengetahui arah menuju Tebing Keraton dan juga hal-hal yang dapat dilakukan disana.

Karena Bandung yang tepatnya Tebing Keraton memiliki view yang bagus dan indah, hal tersebut sudah menjadi daya tarik tersendiri dari Bandung dan Tebing Keraton. Maka konten yang dibuat ini dapat menambah keinginan para pembacanya untuk mengunjungi Tebing Keraton. Dengan penulisan menggunakan bahasa Indonesia yang jelas, tidak disingkat-singkat maka konten dari masing-masing blog tersebut dapat mudah dipahami oleh para pembacanya”

Juga menurut Satya Winnie, “Di era digital seperti sekarang inilah yang menjadi kelebihan dari sebuah promosi daerah wisata melalui blog. Karena lebih banyak orang yang senang membaca informasi tentang wisata melalui gadget yang mereka gunakan dibandingkan dengan membaca langsung buku panduan wisata.

Karena membaca melalui blog dapat dilakukan dimana saja, dengan mudah, juga berisikan referensi atau cerita langsung dari para penulisnya yang sudah mengunjungi daerah wisata tersebut. Untuk kekurangan dari penulisan promo melalui blog, biasanya lebih

dirasakan bahwa pesan yang ditulis sulit untuk sampai kepada para pembaca atau turis mancanegara karena kendala bahasa. Namun saya menyiasatinya dengan memasang widget google translator, untuk memudahkan para turis mancanegara yang ingin mengunjungi Indonesia mendapatkan informasi dengan jelas dan sesuai dengan bahasa masing-masing”

Mengenai jenis tipografi yang digunakan oleh masing-masing Travel Penulis blog, Satya Winnie memiliki pandangan bahwa tidak semua penulis dapat dilihat secara pribadinya melalui pemilihan jenis huruf yang digunakan pada masing-masing blog.

Karena ada saja para penulis blog yang lebih bisa mengekspresikan dirinya melalui blog namun berbanding terbalik ketika bertemu secara langsung, namun juga memang ada yang juga tergambarkan sesuai dengan blog yang dimilikinya.

Hampir sama dengan hal diatas, M. Fadlu Robby sebagai seorangan traveller dan pembaca blog, mengatakan bahwa penulis blog tersebut menceritakan pengalamannya ketika mengunjungi Tebing Keraton dengan caranya masing-masing yang mudah dibaca dan dipahami. Serta masing-masing konten menyertakan gambar dan peta sehingga memudahkan para pembacanya untuk memaknai tulisan tersebut.

Jangkauan internet yang tanpa batas membuatnya menjadi media promosi yang bisa diandalkan. Sehingga segala bentuk promosi termasuk daerah wisata yang ada di Indonesia dapat diinformasikan dengan baik dan lebih menarik lewat berbagai cara melalui internet. Namun, pemerintahan Indonesia belum menyadari betul akan perkembangan ini, sehingga media promosi melalui internet ini belum di maksimalkan 100% oleh pemerintahan dalam mempromosikan Indonesia hingga ke seluruh dunia.

Tipografi dalam masing-masing blog, bagi orang awam atau hanya sekedar pembaca tidak begitu penting, asalkan konten tersebut masih mudah untuk dibaca. Hal tersebut menurut M.

Fadlu Robby ada pada masing-masing konten, yaitu mudah dibaca sehingga mudah untuk dipahami makna dari masing-masing konten blog.

Media promosi yang baik menurut M. Fadlu Robby untuk mempromosikan daerah wisata Indonesia yaitu dengan memanfaatkan teknologi. Teknologi tersebut di implementasikan dalam bentuk yang mengikuti zaman. Contoh: saat ini sosial media sangat berkembang pesat. Dengan bantuan sosial media, kita bisa mempromosikan keindahan Indonesia secara tidak langsung.

Dari keseluruhan cerita pada ketiga blog tersebut, terbentuklah sebuah makna bahwa keindahan yang dimiliki oleh Tebing Keraton itu sangat nyata, yang terlihat dari pemaparan melalui tulisan dari masing-masing penulis blog, ditambah dengan adanya visual yang membuat isi dari konten blog tersebut lebih terasa hidup, dramatis dan tidak terkesan mengada-ngada.

Hal tersebut membuat para penulis sadar bahwa melalui tulisan pada masing-masing blog tersebut, berdampak pada sebuah bentuk promosi secara tidak langsung mengenai keindahan alam Indonesia, khususnya pada Tebing Keraton di Bandung.

Karena melalui hal tersebut, para penulis secara tidak langsung mengajak para pembacanya untuk menikmati keindahan Tebing Keraton melalui tulisannya, yang juga dapat membuat para pembacanya tergugah ingin mengunjungi atau melihat dan merasakan Tebing Keraton secara langsung.

Makna-makna tersebut di atas sudah dianalisis menggunakan teknik semiotika Roland Barthes sebagaimana dapat dilihat dari kerangka yang sudah dibuat pada penelitian ini. Baik dari segi konten teks, konten visual atau gambar dan jenis tipografi yang digunakan oleh masing-masing penulis.

Penelitian ini dibuat berdasarkan kaidah semiologi Roland Barthes, tidak hanya berdasarkan empiris subjektif saja dan juga

ada pendapat ahli dalam dunia periklanan, dari pendapat penulis itu sendiri, dan juga pejalan serta pembaca blog, agar diharapkan penelitian ini sesuai dengan norma atau kaidah yang berlaku.

SIMPULAN

1. Makna dalam analisis konten travel blog sebagai media promosi Tebing Keraton di Bandung.

Analisis makna pada konten Travel Blog ini terbagi menjadi dua, yaitu makna denotasi dan makna konotasi. Selain itu juga, analisis makna dari masing-masing blog juga dibagi menjadi 3 bagian, yaitu konten teks, visual atau gambar dan juga tipografi atau jenis huruf yang digunakan.

Bagian-bagian yang diambil untuk dianalisis maknanya yaitu, yaitu berupa kalimat-kalimat yang dianggap mengandung bentuk promosi yang didukung dengan gambar-gambar dan jenis huruf yang digunakan dalam konten teks yang ada didalam masing-masing konten blog yang dianalisis.

Selain itu juga berupa visual atau gambar penanda yang ada dalam setiap konten pada masing-masing blog. Terdapat konten berupa teks dan visual atau gambar sebagai pendukung teks yang ada, pada analisis yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, gambar-gambar yang dipilih adalah gambar yang ada yang mewakili kalimat promosi.

2. Makna konten teks travel blog sebagai media promosi Tebing Keraton.

Makna denotasi pada konten teks yang mengandung kalimat promosi dapat disimpulkan bahwa, setiap kalimat yang dirangkai dalam masing-masing blog, dituliskan berdasarkan pengamatan yang dirasakan langsung oleh penulis blog dengan menggambarkan apa yang para travel blogger lihat dan alami sendiri.

Pemandangan yang indah, dengan pepohonan berwarna hijau, langit berwarna biru serta bias sinar matahari tergambarkan melalui teks yang dibuat oleh masing-masing penulis.

Sedangkan untuk makna konotasi pada analisis teks pada masing-masing konten blog yaitu, kata-kata yang digunakan oleh para travel blogger mengandung kiasan, sehingga membuat konten teks tersebut menjadi lebih hidup dan dramatis, serta terasa sangat natural tidak seperti cerita yang dibuat-buat atau sekedar khayalan.

3. Makna konten visual atau gambar pada travel blog sebagai media promosi Tebing Keraton.

Gambaran tentang Tebing Keraton yang dibuat oleh para penulis blog melalui teks atau cerita, ditambah lebih hidup lagi dengan adanya visual yang menampilkan keindahan dari Tebing Keraton secara nyata. Terlihat pepohonan yang berwarna hijau, kabut yang digambarkan dengan garis putih, awan, atau bias matahari terlihat jelas pada visual yang ditampilkan. Hal ini adalah hasil analisis dari makna denotasi pada konten travel blog Tebing Keraton.

Sedangkan untuk makna konotasi dari hasil analisis konten visual travel blog Tebing Keraton ini membuat cerita terasa lebih dramatis yang disajikan oleh para penulis blog.

4. Makna tipografi pada konten travel blog sebagai media promosi Tebing Keraton.

Tipografi pada masing-masing konten travel blog memiliki latar belakang yang hampir sama. Makna denotasi yang terkandung dari tipografi ini adalah masing-masing dari penulis blog menggunakan jenis huruf sans, atau huruf tegak lurus yang jelas dan terbuka. Jarak tiap-tiap kata yang dirangkai juga menggunakan ukuran yang standar,

sehingga tulisan yang ada pada masing-masing blog dapat dibaca dengan jelas dan nyaman oleh para pembaca blog.

Sedangkan untuk makna konotasi yang terkandung dalam tipografi tiap-tiap konten, menggambarkan penulis blog memiliki jiwa yang terbuka, karena terlihat dari bentuk huruf yang lurus dan mudah dibaca. Selain itu juga menggambarkan penulis yang lembut, feminis dan humanis yang terlihat dari jarak tiap kata, sehingga membuat para pembaca nyaman.

SARAN

Ada beberapa saran mengenai analisis konten Travel Blog ini, yaitu:

1. Dalam konten Travel Blog ini masih banyak hal yang dapat dijadikan bahan untuk dianalisa lebih dalam lagi baik dengan menggunakan teori yang sama yaitu semiotika atau dengan teori komunikasi lainnya yang berkaitan dengan konten yang ada pada blog.
2. Perkembangan teknologi yang terjadi setiap hari inilah yang membuat penggunaan media digital untuk promosi atau sekedar pencarian informasi terus meningkat. Sehingga membuat banyak hal menarik yang bisa dianalisis dan juga dapat dijadikan para travel blogger untuk lebih memanfaatkan ruang media yang lebih luas jangkauannya ini untuk menceritakan pengalamannya saat berkeliling Indonesia, sehingga dapat menumbuhkan jumlah pengunjung daerah wisata di Indonesia secara signifikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Barthes, Roland, 2007. *Petualangan Semiotologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

- Birowo, M. Antonius, 2004. *Metode Penelitian Komunikasi-Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta: Gitanyali.
- Fiske, Jhon, 2006. *Cultural and Communication Studies: Sebuah Pengantar Paling Komperhensif*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Moriarty, Sandra, 2011. *Advertising*. Jakarta: Kencana.
- Sobur, Alex, 2012. *Analisis Teks Media-Suatu Pengantar Untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik dan Analisis Framing*. Bandung: Remaja Rosdakarya,
- Adawiyah, Sa'diyah El, 2016. *Riset Periklanan*. Jakarta: UMJ Press.
- Rustan, Suriyanto, 2009. *Layout: Dasar dan Penerapannya*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama,
- _____, 2011. *Huruf Font Tipografi*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Creeber, Glen dan Martin, Royston, 2009. *Digital Cultures: Understanding New Media*. USA Chaney: Open University Press.
- Paul, 2009. *The Digital Handshake: Seven Proven Strategies To Grow Your Business Using Social Media*. New Jersey: Jhon Wiley & Sons, Inc.
- Ray, 2010. *The Handbook of Online and Social Media Research : Tools and Techniques for Market Research*. New Jersey: Jhon Wiley & Sons, Inc.
- <http://www.apjii.or.id/v2/read/content/info-terkini/301/pengguna-internetindonesia-tahun-2014-sebanyak-88.html>
- http://eprints.upnjatim.ac.id/853/1/file_1.pdf
- https://id.wikipedia.org/wiki/Teknologi_Informasi_Komunikasi
- <http://www.pengertianku.net/2014/10/mengenal-pengertian-tik-atau-teknologiinformasi-dan-komunikasi.html>
- <http://tipsserbaserbi.blogspot.co.id/2014/12/pengertian-teknologi-informasidan.html>
- <https://iinsetyaningsih.wordpress.com/2009/01/13/pengertian-tik-2/>
- <http://www.esaunggul.ac.id/article/peran-teknologi-informasi-dalam-duniakomunikasi/>
- <https://www.pergidulu.com/cara-menuju-tebing-keraton/>
- <http://www.satyawinnie.com/2015/03/tebing-keraton-tebing-karaton-tebing.html>
- <http://www.chockysihombing.com/cara-ke-tebing-keraton/>

Website:

- http://eprints.walisongo.ac.id/1587/3/083111071_Bab3.pdf
- <http://www.anneahira.com/contoh-instrumen-penelitian-kualitatif.htm>
- <http://alnidadafatrissa.blogspot.com/2013/06/analisis-mengenai-analisis-isianalisis.html>
- [http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/957/1/SITI%20SOPIA NAH-FDK.pdf](http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/957/1/SITI%20SOPIA%20NAH-FDK.pdf)
- <https://andreyuris.wordpress.com/2009/09/02/analisis-isi-content-analysis/>