

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan industri kreatif menjadi salah satu penggerak perekonomian yang berasal dari pemanfaatan ide kreatif dan keterampilan individu. Dunia industri kreatif di Indonesia semakin berkembang dari tahun ke tahun dan semakin banyak diminati oleh kalangan orang-orang yang memiliki ide-ide kreatif dan inovatif salah satunya dalam memasarkan barang atau jasa yang dikemas secara menarik. Sinematografi salah satu contoh yang termasuk dari berbagai subsektor dalam industri kreatif, dan kalau kita mendengar kata sinematografi sudah bukan menjadi hal yang asing terdengar di Indonesia khususnya di industri kreatif saat ini. Dalam sinematografi unsur video maupun audio, dua hal tersebut merupakan media utama yang digunakan dalam penyampaian informasi yang cukup menarik dan mudah dimengerti seperti iklan video promosi yang menyajikan gabungan video dan audio sehingga dapat dinikmati oleh penikmatnya karena didukung dengan adanya gabungan teknologi video dan audio.

Kabupaten Kulon Progo terletak di sebelah barat kota Yogyakarta, Kulon Progo memiliki potensi destinasi wisata alam perbukitan yang masih terjaga, pantai, serta adanya infrastruktur bandara baru YIA (*Yogyakarta International Airport*). Adanya pembangunan infrastruktur bandara di Kulon Progo sebagai pendukung penggerak pengembangan ekonomi daerah ini diharapkan dapat memberikan dampak yang positif bagi perekonomian masyarakat Kabupaten Kulon Progo. Melihat perkembangan wisata yang ada di Kabupaten Kulon Progo sangat disayangkan apabila promosi yang dilakukan kurang efektif di dalam media kreatif salah satunya video iklan promosi yang dilakukan oleh pengelola Wisata Kedung Pedut, sehingga hanya masyarakat lokal sekitar

Wisata Kedung Pedut dan masyarakat Yogyakarta saja yang mengetahui tempat wisata ini.

Kedung Pedut merupakan sebuah objek destinasi wisata air yang terletak di wilayah Jatimulyo, Girimulyo, Kulon Progo. Desa Jatimulyo terletak dibagian barat-tengah Kabupaten Kulon Progo yang memiliki kondisi geografis perbukitan dan lereng-lereng terjal khas Kawasan pegunungan sehingga kawasan wisata kedung pedut mempunyai iklim sejuk. Meskipun berada di pinggiran kota Yogyakarta eksistensi air terjun Kedung Pedut ini tidak kalah dengan objek wisata yang berada di Kota Yogyakarta.

Data kunjungan wisatawan sebelum *covid-19* yaitu 3 tahun terakhir 2019 rata-rata dalam seharinya bisa 900 orang berkunjung. Sekertariat pengelola objek wisata air terjun Kedung Pedut, Septiantoro "mengatakan saat libur sekolah ini makin ke sini makin rame peningkatanya sampai 70 persen dari hari biasanya atau sampe 900 orang dalam sehari". Meski demikian, jumlah kunjungan saat libur lebaran lebih banyak ketimbang libur sekolah.

Untuk waktu yang harus ditempuh bisa sampai di air terjun Kedung Pedut ini kurang lebih 1 jam-an dengan estimasi jarak Jogja dengan Air Tejun Kedung Pedut sekitar 34 kilometer. Dimulai dari Tugu Yogyakarta kearah barat menuju perempatan bangjo (Ringroad Barat Demak Ijo) melewati jalan Godean menuju pasar Godean sesampai di pasar Godean

menuju Jembatan Sungai Progo kemudian kemudian lurus terus melewati tanjakan Pegunungan Manoreh. Di Kabupaten Kulon Progo banyak terdapat objek atau daya tarik wisata serta potensi wisata yang dapat menarik kunjungan wisatawan, ada beberapa objek dan daya Tarik yang ada di Kulon Progo menjadi pilihan bagi wisatawan selama berkunjung di Yogyakarta. Berikut beberapa tempat wisata di Kulon Progo Pantai Congot, Pantai Glagah, Pantai Trisik, Waduk Sermo, Goa Kizkendo, Puncak Suroloyo, Clereng, Tanjung Asri, Ekowisata Taman Sungai Mudal, Air Terjun Kembang Soka, dan Air Terjun Kedung Pedut.



Gambar 1. 1 Gambar Kolam Air Terjun Kedung Pedut
Sumber: Dokumentasi pribadi

Video iklan promosi adalah suatu bentuk informasi yang dilakukan oleh seseorang, instansi, atau perusahaan, yang isinya berupa pesan yang menarik perhatian tentang sebuah produk atau jasa yang ditawarkan. Menurut (Kotler & Keller, 2009) menjelaskan definisi iklan adalah bentuk penyajian dan promosi suatu produk, barang, jasa, dan ide, secara non-

personal oleh suatu sponsor tertentu dimana untuk penayangan biasanya harus membayar suatu media. Maksud dan tujuan dibuatnya iklan adalah untuk menarik dan membujuk atau mendorong masyarakat sehingga menjadi tertarik menggunakan barang atau jasa yang kita tawarkan. Dalam buku Morissan, M.A. menurut Michael Ray, mendefinisikan promosi sebagai koordinasi dari seluruh upaya yang kita dimulai dari pihak informasi dan persuasi untuk menjual barang dan jasa atau memperkenalkan suatu gagasan. (Alexander, 2010). Terlebih saat ini banyak tempat wisata yang terdampak oleh *covid-19*.

Media video memiliki keunggulan yang tidak dimiliki oleh media penyampaian informasi lainnya, yaitu dapat dinikmati dengan perangkat elektronik seperti *smartphone*, laptop atau komputer, televisi, radio dan perangkat elektronik dengan *output* visual lainnya. Sehingga menurut (Arsyad, 2011), menyatakan bahwa video merupakan gambar-gambar dalam *frame*, dimana *frame* demi *frame* diproyeksikan melalui lensa proyektor secara mekanis sehingga pada layar terlihat gambar hidup. Sehingga video dapat dikatakan teknologi untuk menangkap, merekam, memproses, mentransmisikan dan menata ulang gambar bergerak.

Penulis mendapat tanggung jawab sebagai sutradara pada penulisan kali ini, peran dari seorang sutradara yaitu memberikan arahan sesuai dengan manuskrip yang disetujui oleh produser, tujuannya agar dapat mengontrol aspek seni dan drama pada sebuah *scenario* dengan *talent* yang telah dipilih. Dan juga bertanggung jawab penuh dalam merealisasikan video yang berbasis *audio visual* yaitu video promosi Air Terjun Kedung Pedut. Selain itu juga pada peranan kali ini sebagai seorang sutradara berperan dalam pembuatan mulai dari naskah video, *shooting list*, *synopsis* hingga penjadwalan produksi. Pada saat produksi sutradra memberikan arahan pada *talent* pada saat proses produksi berlangsung dari hari pertama sampai dengan selesai dan juga mengarahkan DOP dalam melakukan pengambilan gambar pada saat

proses produksi, setelah proses produksi sutradara juga mendampingi editor mulai dari rekaman *voice over* naskah, pemilihan *background* musik, menentukan *scene*, dan *color grading*. Ada Beberapa konsep kami tawarkan mengenai pembuatan video promosi dan yang menjadi pilihan untuk menggambarkan video promosi dari Air Terjun Kedung Pedut. Penulis mencoba memperkenalkan keindahan alam yang masih asri dari tempat wisata Air Terjun Kedung Pedut sehingga bisa menarik para konsumen untuk berlibur ke tempat wisata Air Terjun Kedung Pedut.

Untuk Video Iklan Promosi Air Tejun Kedung Pedut sendiri belum mempunyai secara resmi dan khusus untuk promosi, oleh sebab itu penulis tertarik untuk bekerja sama dalam menarik minat para wisatawan maka dari itu sangat perlu diciptakan media promosi dan informasi tentang wisata Air Terjun Kedung Pedut agar para wisatawan lebih tertarik untuk mengunjungi wisata alam tersebut, salah satunya dengan menciptakan Video Iklan Promosi ini. Sebuah promosi tidak akan bisa berjalan dengan baik apabila tidak ada media penunjang yang kuat dan menarik untuk mempromosikan barang atau jasa. Salah satu media yang efektif untuk mempromosikan suatu produk adalah media visual karena dalam media tersebut mengandung unsur gambar dan suara. Untuk target pembuatan video iklan promosi ini Air Tejun Kedung Pedut sendiri yaitu semua kalangan baik wisatawan domestik maupun mancanegara

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah dalam tugas akhir penulisan skripsi skema *content creator* yaitu bagaimana peran Sutradara dalam proses pembuatan Video Iklan Promosi Wisata Kedung Pedut?

1.3 Tujuan Karya

Untuk mempromosikan Wisata Kedung Pedut dalam bentuk Video Iklan Promosi dan memberikan informasi yang menarik untuk wisatawan agar berkunjung ke tempat Wisata Kedung Pedut agar lebih dikenal oleh masyarakat luas. Melalui media pemasaran yang salah satunya *platform official* youtube Kedung Pedut dan memberikan gambaran untuk masyarakat agar mengetahui tugas serta tanggung jawab seorang Sutradara dalam memvisualisasikan gambar atau audio yang dibuat Sutradara dalam pembuatan video iklan promosi Kedung Pedut.

1.4 Manfaat Karya

Manfaat dari penulisan skripsi skema yang diperoleh adalah sebagai berikut

1. Manfaat Praktis

Untuk menambah pengetahuan tentang teknik sinematografi serta menambah wawasan tentang peran Sutradara dalam produksi pembuatan video iklan promosi serta memberikan informasi betapa pentingnya sebuah video untuk memasarkan produk atau jasa dalam bentuk video dimana didalamnya bisa menarik perhatian audiensnya. Serta harapan penulis skripsi skema ini bisa jadi bahan acuan kedepan untuk referensi mahasiswa angkatan selanjutnya untuk mengetahui pentingnya Sutradara dalam membuat video iklan promosi.

2. Manfaat Teoritis

Pembuatan karya video iklan promosi ini sebagai salah satu syarat kelulusan untuk program S1 Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta. Penciptaan karya ini supaya dapat menambah referensi angkatan selanjutnya yang mengambil tugas akhir skema *content creator* berupa karya video iklan promosi.