

## BAB 1

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi kini sudah mulai berkembang dengan pesat, kebutuhan informasi yang menarik dan berkualitas sangatlah diperlukan pada saat ini. Manusia seolah tak bisa lepas dari internet khususnya dengan media sosial. Media sosial adalah label bagi teknologi digital yang memungkinkan seseorang untuk berkomunikasi, berinteraksi, memproduksi, dan berbagi isi pesan (Nicole Koenig-Lewis et al., 2010). Dapat dikatakan bahwa media sosial saat ini bisa dimanfaatkan oleh masyarakat, karena dapat digunakan sebagai media interaksi satu sama lain, memproduksi ataupun berbagi informasi berita maupun berbentuk visual digital yang menarik dan interaktif untuk saat ini.

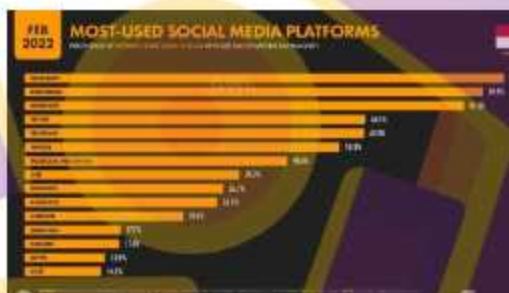
Perkembangan teknologi ini dapat kita manfaatkan dengan baik dalam berbagai bidang, salah satunya adalah di bidang media promosi pariwisata. Kehadiran teknologi berperan sangat penting dalam memudahkan kehidupan masyarakat di Indonesia dalam bermacam hal, salah satunya di sektor pariwisata. Transformasi sikap wisatawan terlihat pada saat *search and share* 70% telah melalui perangkat digital, terbukti jika teknologi bisa mempengaruhi serta membentuk cara seseorang dalam melaksanakan aktivitas wisata, mulai dari perencanaan, dalam perjalanan hingga saat kembali dalam perjalannya (Rizkina Swara, 2019). Perkembangan teknologi ini merupakan sebuah kemajuan zaman modern yang sangat penting dalam bidang komunikasi pemasaran yang mengarah ke interaksi sosial dengan menggunakan media sosial sebagai wadah untuk di sebar luaskan ke ranah dunia maya yang semua sebagian besar masyarakat sudah memiliki akun sosial media. Sosial Media sudah menjadi trend untuk digunakan dalam komunikasi pemasaran, dikarenakan penggunaannya yang mudah dipahami oleh masyarakat dari anak-anak hingga dewasa.

Internet menjadi bagian yang penting dan bisa dikatakan sebagai hal yang biasa digunakan untuk seluruh masyarakat Indonesia karena internet ini bisa dikatakan sebagai suatu kebutuhan bagi manusia. Dalam hal ini didukung dari data Direktur Jenderal Penyelenggaraan Pos dan

Informatika Kementerian Komunikasi dan Informatika, mengatakan bahwa penggunaan internet di Indonesia menjadi bagian yang penting untuk mewujudkan suatu transformasi digital (Isro, 2020).

Dikutip dari *We Are Social* pada tahun 2022, jumlah pengguna internet di Indonesia pada tahun ini 2022 telah mencapai 204,7 juta atau 73,7% dari jumlah populasi di Indonesia dengan peningkatan sebesar 1% dari tahun sebelumnya. Dari data tersebut juga terdapat peningkatan dalam penggunaan sosial media sebesar 7,1% atau 191,4 juta, orang telah menggunakan media sosial atau bisa dikatakan 68,9% dari jumlah populasi di Indonesia menggunakan media sosial dengan aktif. Hal ini bisa kita ketahui dengan adanya kenaikan dalam banyaknya penggunaan internet di Indonesia khususnya dalam komunikasi dapat menjadikan pertukaran informasi terjadi dengan lebih cepat dan didapatkan dengan mudah (Riyanto, 2022).

**Gambar 1. 1 Jumlah Pengguna Media Sosial Di Indonesia Pada Tahun 2021**



Sumber : *We Are Social* 2022

Terlihat dari perkembangan penggunaan media sosial di Indonesia ini harus dimanfaatkan untuk suatu mitra atau perusahaan untuk meningkatkan bisnis dalam kegiatan pemasaran. Salah satunya dengan meningkatkan *brand awareness* di sosial media Instagram. Instagram ini menjadi platform aplikasi yang sering digunakan oleh masyarakat Indonesia dengan peringkat ketiga dalam pemanfaatan media sosial di Indonesia. Terutama pengguna aktif di platform ini yakni sebagian besar diminati oleh generasi milenial hingga generasi Z. Berdasarkan data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) jumlah pengguna internet dengan komposisi terbesar berdasarkan usia berada pada rentang masyarakat berusia 19 hingga 34 tahun yakni dengan tingkat penetrasi sebesar 98,64%. rentang umur yang diketahui sebagai generasi milenial ataupun generasi Y

merupakan pengguna internet yang sangat mendominasi. Generasi milenial merupakan generasi yang pertama dan banyak untuk menghabiskan waktu di lingkup digital (Bennett, Maton, & Kervin, 2008). Hal ini sangat penting untuk mitra atau perusahaan agar bisa mengidentifikasi pasar sasaran dan mengenal atau melihat target audience atau minat konsumen itu seperti apa dan siapakah pasar sasaran yang akan diketahui, karena ini merupakan salah satu kunci dari keberhasilan bisnis dan juga bisa menentukan strategi pemasaran yang tepat sasaran.

**Gambar 1. 2 Jumlah Pertumbuhan Wisatawan ke DIY  
Tahun 2017-2021**

| Tahun | Wisatawan Mancanegara | Pertumbuhan (%) | Wisatawan Nusantara | Pertumbuhan (%) | Wisatawan Mancanegara dan Nusantara | Pertumbuhan (%) |
|-------|-----------------------|-----------------|---------------------|-----------------|-------------------------------------|-----------------|
| 2017  | 397.951               | 29,00           | 4.831.347           | 9,98            | 5.229.298                           | 10,17           |
| 2018  | 416.333               | 4,63            | 5.272.718           | 9,14            | 5.689.051                           | 8,79            |
| 2019  | 433.027               | 4,00            | 6.116.354           | 16,00           | 6.549.381                           | 15,12           |
| 2020  | 69.968                | -83,84          | 1.778.580           | -70,92          | 1.848.548                           | -71,78          |
| 2021  | 14.740                | -78,93          | 4.279.985           | 140,64          | 4.294.725                           | 132,33          |

Sumber : Statistik Kepariwisata Dinas Pariwisata DIY

Dikutip dari data Dinas Pariwisata DIY pada tahun 2020 hingga 2021, sektor pariwisata di Yogyakarta mengalami penurunan yang cukup signifikan. Dari data tersebut terlihat penurunan jumlah wisatawan sebesar -70,92% Pada tahun 2020. Hal ini terjadi karena dikarenakan pandemi COVID-19, yang terjadi akibatnya pertumbuhan ekonomi global mengalami pertumbuhan negatif -4,9% pada tahun 2020 (IMF,2020). Dampak COVID ini juga sangat berpengaruh kepada Desa wisata yang ada di Yogyakarta. sementara pada pertumbuhan ekonomi Indonesia pada tahun 2020 mengalami 2,07% dibandingkan 2019 (BPS,2021). Pertumbuhan ekonomi negatif juga terjadi di tingkat daerah seperti Kabupaten Bantul yang terletak di sisi selatan tengah DIY dengan obyek wisata yang telah dikenal secara luas baik oleh wisatawan domestik maupun mancanegara pada tahun 2022 Kabupaten Bantul mengalami kontraksi pertumbuhan 6,74% lebih dan lebih kecil dari tahun sebelumnya 6,77% (BPS,2020).



Kabupaten Bantul merupakan daerah yang dikenal oleh wisatawan dengan berbagai sektor pariwisata yang beragam. selain itu Kabupaten Bantul merupakan cerminan sempurna dari perpaduan antara dunia modern, alam dan budaya tradisional. Tidak heran jika banyak wisatawan dari dalam dan Luar Negeri yang berkunjung ke Kabupaten Bantul. Salah satu obyek wisata di Kabupaten bantul adalah desa wisata Bukit Panguk. Sama seperti sektor pariwisata yang ada di Indonesia, *pandemic COVID 19* juga berdampak di Desa wisata Bukit Panguk dampak yang dialami sektor pariwisata antara lain penurunan jumlah kunjungan wisatawan yang cukup signifikan seperti tabel berikut.

**Gambar 1. 3 Data Jumlah Pengunjung Wisatawan Mssuk Tahun 2017-2021**



Sumber : Pengelola Bukit Panguk Kediwung

Penurunan jumlah wisatawan ini mengakibatkan para UMKM di sekitar Desa Wisata kehilangan omset harian. Banyaknya destinasi dan industri harus ditutup selama pandemi, efek negatifnya bahkan menyebabkan perekonomian masyarakat di sekitar destinasi wisata juga mengalami penurunan dan juga kehilangan sumber mata pencahariannya. hal ini membutuhkan pengembangan untuk pariwisata yang berkelanjutan seperti menggunakan media promosi dan peningkatan infrastruktur terkait wisata untuk mempersiapkan pasca pandemi.

Salah satu dari beberapa bidang video promosi yang memanfaatkan media sosial sebagai wadah untuk menarik perhatian calon wisatawan adalah dengan mempromosikan tempat wisata tersebut dengan foto atau video. Video promosi pariwisata merupakan hal penting yang harus dimiliki oleh pengelola tempat wisata tersebut, agar dapat memberikan informasi lebih banyak berupa audio visual tentang destinasi tempat wisata tersebut. Dalam melakukan Tugas Akhir ini penulis memilih tempat wisata Bukit Panguk. Bukit panguk sendiri merupakan salah satu dari berbagai tempat wisata yang terletak di Kediwang, Mangunan, Kecamatan Dlingo, Kabupaten Bantul DIY. Bukit Panguk ini wisata alam yang patut dikunjungi karena memiliki ciri khas dengan pemandangan alamnya yang sangat indah sehingga dijuluki sebagai negeri diatas awan dan pemandangan matahari terbit yang sangat indah dibalut dengan hamparan kabut sejuk di pagi hari.

Media pemasaran video iklan menggambarkan bagian integral dari penduduk di Indonesia ataupun di segala dunia. Metode serta media pemasaran bisnis saat ini mempunyai banyak opsi, salah satunya video yang kerap kali dikira selaku media biasa. Pada realitasnya, keahlian video bisa lebih dari hanya media biasa. Video bisa jadi wadah ataupun penampung konten serta suatu tata cara strategis untuk mengantarkan pesan dengan marketing layers yang lebih luas. Terlebih lagi, eratnya berbagai media sosial dengan *style* hidup berteknologi ataupun dengan kata lain *hyper-connected society*. Tidak heran lebih banyak pengguna media sosial yang ikut berkontribusi dalam membuat konten video daripada sebelumnya.

Seluruh pelaku industri dalam proses produksinya membutuhkan media pemasaran yang dilakukan memanfaatkan media dalam wujud video agar sanggup menyederhanakan proses yang ada, sehingga dapat menekan pengeluaran produksi, pemanfaatan tenaga kerja lebih efektif, serta secara totalitas dapat menambah kinerja industri ataupun juga perusahaan. Dengan begitu, adanya media pemasaran ini bisa mewujudkan hasil dan tujuan pelaku usaha sanggup melampaui sasaran yang diinginkan ataupun juga ditargetkan. Media pemasaran ini ialah jawaban yang tepat dalam proses pemasaran produk hasil sesuatu industri, dan sebagai kebutuhan hampir seluruh bagian dan sektor termasuk dalam sektor atau bagian bisnis. Pemanfaatan platform instagram juga menjadi salah satu media yang dapat dimanfaatkan untuk media promosi, dengan menggunakan salah satu fitur didalamnya yakni fitur instagram reels yang dapat memainkan peranan penting dalam proses pembentukan personal brand. Banyak pengguna yang ingin memperoleh kesan misalnya sebagai videografer dan fotografer maka ia akan menunjukkan kemampuan dalam bidang videografer dan

fotografer. Ataupun mitra atau industri perusahaan yang ingin mem-branding sebagai tempat wisata yang dapat menarik perhatian audience ataupun juga mempunyai kesan yang bagus. Fitur instagram reels memainkan peranan berarti dalam proses pembuatan personal brand. Banyak pengguna yang ingin mendapatkan kesan misalnya selaku videographer serta photographer maka dia hendak menampilkan keahlian dalam bidang videografer serta fotografer. Maupun mitra ataupun industri industri 7 yang ingin mem-branding sebagai tempat wisata yang dapat menarik atensi audience maupun juga memiliki kesan yang bagus. Fitur instagram reels memanglah belum bisa mengalahkan popularitas dari aplikasi tik tok meski jika ditinjau secara totalitas wujud serta seluruh aspek yang dipunyai oleh fitur instagram reels memiliki banyak kemiripan Instagram reels merupakan fitur yang membolehkan pengguna buat membuat video dengan dilengkapi aspek yang lain semacam audio, efek, serta tools. Bukan cuma itu, pengguna bisa menggabungkan serta merekam sebagian rekaman (footage) untuk dijadikan sesuatu kesatuan video yang nantinya akan diunggah serta masuk ke halaman explore buat ditonton oleh pengguna yang lain dengan menyesuaikan konten yang mereka gemari. Contohnya apabila pengguna kerap menyaksikan konten alam, sering bertraveling, menyukai, apalagi berkomentar di akun tersebut, hingga isi dari explore instagramnya merupakan konten yang seragam. Pengguna bisa menemukan konten instagram reels dari pengguna lain di halaman explore yang terletak di bagian sangat atas sehingga konten yang dibuat oleh pengguna akan berkesempatan memperoleh engagement yang besar dari pemirsa. metode kerja dari fitur instagram reels untuk memperoleh viewer sangat mirip dengan aplikasi pesaingnya ialah tik tok yang terlebih dulu mempunyai fitur FYP (for your page) yang bisa melakukan scroll ke bawah untuk menonton suatu konten.

Desa wisata ini memiliki beberapa keunggulan potensi dan keunikan daya tarik para wisatawan, seperti daya tarik pesona alam, daya tarik wisata buatan manusia, daya tarik wisata budaya dan religi serta wisata kuliner dan kerajinan. Penulis membuat video promosi yang bertema camping di Bukit Panguk sebagai upaya meningkatkan jumlah pengunjung wisata serta memberi pengetahuan terhadap para wisatawan agar mengunjungi wisata alam tersebut. Dalam produksi video promosi.



Bukit Panguk Kediwung adalah tempat wisata alam yang terletak di Bantul tepatnya di Dusun Kediwung, Mangunan, Dlingo, Bantul, Yogyakarta (Daniswari, 2022). Untuk menikmati indahnya matahari terbit yang dibalut dengan pemandangan kabut dan hamparan perbukitan, Bukit Panguk Kediwung adalah tempatnya. Pengunjung dapat melihat pemandangan alam secara langsung dan ada beberapa spot foto yaitu beberapa gardu langit yang terbuat dari kayu dan kolam yang berbentuk hati. Pengunjung dapat menggunakan beberapa fasilitas spot foto dan melihat pemandangan alam tersebut dari atas gardu langit, dari gardu tersebut pengunjung dapat melihat hamparan kabut yang indah serta sungai Oya yang membelah perbukitan di area Imogiri, Bantul.

Untuk meningkatkan wisatawan, penulis membuat video promosi yang bertema camping di Bukit Panguk dikarenakan desa wisata ini memiliki potensi untuk menarik wisatawan dengan berbentuk audio visual, supaya masyarakat bisa mendapatkan media informasi tentang camping di Bukit Panguk. Untuk meningkatkan wisatawan melalui pembuatan video promosi Desa wisata Bukit Panguk, Dibutuhkan video promosi yang berkualitas dan menarik bagi para penonton. Peran Videografer mempunyai peran yang sangat penting untuk pembuatan video ini. Videografer ialah seorang yang bertanggung jawab dalam merekam atau membuat produksi video (Widarti, 2021). Seorang videografer / DOP bertanggung jawab pada pengoperasian kamera dan harus memiliki kemampuan visualisasi yang bagus merupakan hal yang wajib bagi seorang videografer, seperti pengambilan angle yang menarik dan pergerakan kamera. Semua hal tersebut merupakan teknik dalam sinematografi yang harus dikuasi oleh videografer. Sinematografi sebagai ilmu terapan merupakan bidang ilmu yang membahas teknik menangkap gambar serta menggabungkan gambar menjadi rangkaian gambar yang menghasilkan suatu cerita.

## **1.2 Fokus Permasalahan dan Rumusan Masalah**

Dari latar belakang masalah tersebut maka rumusan masalah dari penelitian yang akan dibahas adalah *"Bagaimana penerapan teknik-teknik sinematografi dalam video promosi di Desa Wisata Bukit Panguk?"*

### **1.3 Tujuan**

Berikut adalah tujuan dan manfaat, antara lain:

1. Mempromosikan dan memberi informasi untuk menarik minat wisatawan agar berkunjung atau camping ke Tempat Wisata Di Bukit Panguk.
2. Perancangan video promosi dan media penunjangnya sebagai informasi tentang Tempat Wisata Alam Bukit Panguk yang tepat dan sesuai sehingga dapat menarik perhatian masyarakat untuk mengunjungi Wisata Alam Bukit Panguk.

### **1.4 Manfaat**

Manfaat penelitian dalam penulisan ini, yaitu :

#### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

Manfaat teoritis dari penelitian ini adalah memberikan sumbangan ilmu pengetahuan dari sudut pandang baru mengenai yang terjadi di dalam mitra tertentu terkait pembuatan video promosi desa wisata bukit panguk. Selain itu, penelitian ini juga digunakan sebagai referensi penelitian selanjutnya bagi mahasiswa Universitas Amikom Yogyakarta.

#### **1.4.2 Manfaat Praktis**

Manfaat praktis dari penelitian ini adalah membantu mengembangkan dan mempromosikan Desa Wisata bukit panguk agar lebih dikenal oleh masyarakat luas melalui sosial media.