

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Goa Cerme adalah gua bersejarah dan sekaligus tempat wisata yang terletak di Dusun Srunggo, Desa Selopamioro, Kecamatan Imogiri, Kabupaten Bantul atau sekitar 20 km selatan Kota Yogyakarta. Daya tarik utama wisatawan dari Goa Cerme adalah keindahan stalagtit dan stalagmit serta adanya sungai bawah tanah dan banyaknya kelelawar di dalam gua [1], [2]. Namun pascapandemi COVID-19 pengunjung Goa Cerme tidak kunjung membaik. Sebelum pandemi rata-rata kunjungan dapat mencapai 30 sampai 35 orang di hari Minggu. Sementara berdasarkan data Dinas Pariwisata Provinsi Bantul pada tahun 2023 jumlah total kunjungan mencapai 4.927 atau sekitar 14 pengunjung per harinya. Pihak Pengelola sudah melakukan beberapa upaya untuk mendongkrak jumlah kunjungan seperti pembangunan joglo dan agenda *live music*. Namun upaya tersebut belum dapat membuahkan hasil dikarenakan banyaknya destinasi wisata baru di area sekitar yang bermunculan [3], [4]. Diketahui promosi yang dilakukan selama ini masih bersifat konvensional dan kurang mampu memikat minat calon wisatawan. Kondisi ini menunjukkan bahwa strategi promosi yang diterapkan saat ini kurang efektif dalam menarik minat wisatawan untuk mengunjungi Goa Cerme. Oleh karena itu, diperlukan sebuah solusi yang inovatif untuk meningkatkan daya tarik dan visibilitas Goa Cerme sebagai destinasi wisata.

Solusi yang diusulkan untuk mengatasi masalah tersebut adalah dengan merancang video promosi menggunakan teknologi visualisasi pemetaan tiga dimensi (3D). Teknologi ini memungkinkan pembuatan video promosi yang lebih interaktif dan menarik, menampilkan keindahan dan keunikan Goa Cerme secara detail dan realistis. Melalui visualisasi 3D, penonton dapat merasakan pengalaman seolah-olah mereka sedang menjelajahi goa tersebut, sehingga dapat meningkatkan minat mereka untuk mengunjungi langsung. Video promosi ini akan disebarluaskan melalui platform digital media Instagram, sehingga mampu menjangkau *audiens*

yang lebih luas dan beragam. Dengan pendekatan ini, diharapkan informasi mengenai daya tarik Goa Cerme dapat tersampaikan dengan lebih efektif dan dapat menarik lebih banyak pengunjung.

Menurut Huang dkk., teknologi visualisasi 3D mampu memberikan pengalaman visual yang mendalam dan realistis, yang dapat meningkatkan minat wisatawan untuk mengunjungi destinasi wisata [5]. Hasil penelitian dengan judul "The Impact of Virtual Experience on Visiting Tourism Destination Intention" menyebutkan jika pengalaman virtual memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat berkunjung ke destinasi wisata [6]. Pemanfaatan konten video 3d sebagai media promosi dan penyampaian informasi merupakan pendekatan yang efektif di era kehidupan masyarakat digital saat ini [7]. Pemasaran destinasi wisata melalui platform digital seperti media sosial dapat mencapai *audiens* yang lebih luas dan beragam, sehingga meningkatkan potensi jumlah kunjungan [8]. Teknologi visualisasi 3D sudah banyak digunakan dalam industri pariwisata untuk promosi destinasi wisata dengan hasil yang sangat memuaskan. Dengan demikian, diharapkan penggunaan visualisasi pemetaan 3D dibarengi dengan promosi melalui media sosial Instagram dapat menjadi strategi yang efektif dalam meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan dan berkontribusi pada pengembangan ekonomi daerah.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, masalah utama yang dihadapi oleh Goa Cerme adalah kurangnya efektivitas strategi promosi saat ini dalam menarik wisatawan pasca pandemi COVID-19. Penurunan jumlah pengunjung yang signifikan menunjukkan perlunya pendekatan baru dalam promosi wisata. Oleh karena itu, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: Bagaimana merancang video promosi menggunakan teknologi visualisasi pemetaan 3D yang dapat menarik minat wisatawan untuk mengunjungi Goa Cerme?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengatasi masalah penurunan jumlah pengunjung di Goa Cerme dengan cara:

- a. Mengembangkan video promosi interaktif dan menarik menggunakan teknologi visualisasi pemetaan 3D.
- b. Menyebarkan video promosi tersebut melalui platform media sosial Instagram untuk menjangkau *audiens* yang lebih luas.

### 1.4 Batasan Masalah

Batasan dalam penelitian ini meliputi:

- a. Menggunakan *software* Blender untuk pembuatan model 3D dan *editing* video serta Adobe Photoshop untuk *editing asset*.
- b. Penyebaran video promosi menggunakan media sosial Instagram.
- c. Pengukuran minat wisatawan melalui survei setelah melihat video promosi.
- d. Strategi pemasaran digital untuk penyebaran video promosi.
- e. Evaluasi data *feedback* penonton.

### 1.5 Manfaat Penelitian

- a. Teknis
  - a. Memberikan solusi yang inovatif dan modern untuk promosi wisata menggunakan teknologi visualisasi 3D.
  - b. Meningkatkan daya tarik visual dan interaktivitas dalam promosi Goa Cerme.
- b. Non-Teknis
  - a. Meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan ke Goa Cerme, yang pada akhirnya berkontribusi pada peningkatan ekonomi lokal.
  - b. Membantu pengelola Goa Cerme dalam mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif dan efisien.

### 1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan tugas akhir ini adalah sebagai berikut:

## **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini menguraikan latar belakang masalah yang dihadapi oleh Goa Cerme, mengidentifikasi permasalahan yang akan dipecahkan melalui penelitian ini, menjelaskan tujuan penelitian yang ingin dicapai, serta membatasi lingkup penelitian yang dilakukan. Selain itu, bab ini juga menyebutkan manfaat teknis dan non teknis dari penelitian yang dilakukan serta menguraikan secara singkat struktur dan isi dari keseluruhan tugas akhir.

## **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini berisi penjelasan mengenai teori-teori yang relevan dengan penelitian, termasuk konsep dasar visualisasi 3D dan penerapannya dalam promosi pariwisata. Selain itu, bab ini juga membahas penelitian terdahulu yang berkaitan dengan topik ini, sehingga dapat memberikan landasan teori yang kuat dan memperjelas kontribusi penelitian ini terhadap bidang studi yang ada.

## **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini menjelaskan desain dan pendekatan penelitian yang digunakan, termasuk teknik pengumpulan data dan metode analisis data yang diterapkan. Di dalamnya juga dijelaskan langkah-langkah konkret yang diambil dalam pengembangan video promosi berbasis teknologi visualisasi pemetaan 3D menggunakan pendekatan Pra-produksi, Produksi dan Pascaproduksi, serta bagaimana data akan dikumpulkan dan dianalisis untuk menilai efektivitas video promosi tersebut.

## **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bab ini menguraikan proses pengembangan video promosi menggunakan teknologi visualisasi 3D, termasuk tahapan perancangan, pembuatan, dan penyempurnaan video. Selain itu, bab ini juga membahas strategi penyebaran video melalui platform media sosial Instagram dan melihat *feedback* penonton hasil penyebaran tersebut untuk menilai efektivitas video promosi dalam meningkatkan minat dan jumlah kunjungan wisatawan ke Goa Cerme.

## **BAB V PENUTUP**

Bab ini menyimpulkan hasil penelitian berdasarkan analisis data yang telah dilakukan, memberikan saran yang dapat diterapkan oleh pengelola Goa Cerme dan

pihak terkait lainnya untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan. Selain itu, bab ini juga mengidentifikasi keterbatasan penelitian yang dilakukan serta memberikan rekomendasi untuk penelitian lebih lanjut di masa depan.

