

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Desa Wisata merupakan suatu kawasan desa yang dikembangkan dan dikelola oleh masyarakat setempat yang di fokuskan pada pelestarian budaya, perekonomian lokal, pengembangan umkm, untuk menarik perhatian wisatawan. Dengan mengembangkan potensi masyarakat, serta menyediakan infrastruktur dan kegiatan wisata yang memungkinkan pengunjung merasakan kehidupan sehari-hari masyarakat lokal. Keberadaan desa wisata sangat penting dalam pengembangan pariwisata Indonesia. Desa wisata mampu menghasilkan keragaman yang lebih dinamis dalam budaya, ekonomi, dan interaksi sosial (Istiyanti,2020).

Desa wisata Pandowoharjo, merupakan kalurahan yang terletak di kapanewon Sleman, kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta. Pandowoharjo adalah salah satu contoh desa yang berkembang pesat. Desa ini merupakan kalurahan mandiri budaya yang harus mengembangkan empat pilar. Yaitu pilar kebudayaan, pariwisata, prima (perempuan indonesia maju mandiri), dan entrepreneur. Contohnya adalah desa budaya, desa wisata, desa prima, dan desa entrepreneur yang merupakan unsur dari desa mandiri Pandowoharjo. Dengan banyaknya potensi seperti sektor pertanian, pariwisata, dan industri yang dikembangkan oleh masyarakat, desa ini mampu menarik perhatian wisatawan. Dengan banyaknya desa wisata di kabupaten Sleman, khususnya desa Pandowoharjo, daerah ini menjadi salah satu destinasi menarik bagi wisatawan lokal maupun mancanegara. Pariwisata di desa Pandowoharjo dibentuk oleh masyarakat yang berbasis pemberdayaan masyarakat atau kegiatan sehari-hari dengan tambahan sentuhan kreativitas atau tren terbaru.

Desa Pandowoharjo juga mempunyai kekayaan budaya yang kuat seperti, seni pertunjukan tradisional, kerajinan khas dan kegiatan pertanian yang masih dilakukan sampai sekarang. Budaya lokal yang autentik ini menawarkan daya tarik tersendiri bagi wisatawan. Dengan memadukan lokasi yang mudah dijangkau dengan kekayaan budaya yang tinggi. Desa wisata Pandowoharjo akan membuat pariwisatanya dapat dinikmati oleh masyarakat luas baik dalam negeri maupun internasional, sehingga dapat meningkatkan minat wisatawan dari berbagai daerah.

Potensi alam dan budaya di Pandowoharjo dapat dioptimalkan menjadi wisata edukasi yang kreatif dan menarik. Wisata edukasi ini akan memadukan keindahan alam dan kekayaan budaya lokal dengan sentuhan kreatif masyarakat. Hasilnya adalah destinasi wisata edukasi yang unik dan berkesan, edukatif dan menghibur, serta mengintegrasikan potensi alam, budaya, dan kreativitas masyarakat Pandowoharjo. Dengan demikian, Pandowoharjo akan menjadi objek wisata yang menarik minat wisatawan dan memberikan manfaat bagi masyarakat setempat. Kegiatan masyarakat menjadi salah satu objek wisata berupa pemberdayaan masyarakat.

Masyarakat terlibat dalam kegiatan gotong royong, sehingga hal itu bisa menjadi atraksi wisata bagi penghuni homestay dengan ikut serta dalam kegiatan gotong-royong dan kegiatan sehari-hari masyarakat yang dikemas sebagai wisata pemberdayaan masyarakat dan wisata edukasi. Desa Pandowoharjo memiliki beberapa desa wisata yang menarik untuk dikunjungi, antara lain desa wisata Brayut, desa wisata Dukuh, desa wisata Pajangan, desa wisata Gabugan, desa wisata Plalangan dan desa wisata Karangtanjung. Wisata di Pandowoharjo dikelola oleh Pokdarwis (kelompok sadar wisata) yang mengadakan musyawarah tentang bagaimana menjaga keberlanjutan. Selain itu, ada juga pihak luar seperti investor yang mengembangkan obelix village atau perhotelan. Beberapa desa wisata di Pandowoharjo tergabung dalam "pokdarwis pesona amarta", dimana tiap-tiap desa mencari penyelesaian masalah secara mandiri dengan melibatkan akademisi, praktisi, dan sebagainya. Namun, apabila terdapat kesulitan atau

kendala, ada suatu kegiatan bernama *Channeling* yang memiliki konsep ABCG (*Akademisi, Bussinesman, Community, dan Government*).

Kategori	Sub-kategori	Tahun										Total			
		2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020				
1. Wisata Budaya	Wisata Budaya	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10
	Wisata Budaya	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10
	Wisata Budaya	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10
2. Wisata Alam	Wisata Alam	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10
	Wisata Alam	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10
	Wisata Alam	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10
3. Wisata Industri	Wisata Industri	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10
	Wisata Industri	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10
	Wisata Industri	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10
4. Wisata Kesehatan	Wisata Kesehatan	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10
	Wisata Kesehatan	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10
	Wisata Kesehatan	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10

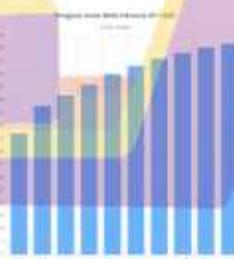
Gambar 1. 1 Pengguna Sosial Media Indonesia

Sumber: Dinas Pariwisata DIY tahun 2022

Dari data statistik kepariwisataan Daerah Istimewa Yogyakarta pada tahun 2022 memperlihatkan desa Pandowoharjo memiliki banyak potensi wisata yang belum sepenuhnya dimanfaatkan. Salah satunya desa Brayut, Dukuh, dan Karang Tanjung telah terdaftar dalam statistik kepariwisataan DIY, namun kunjungan wisatawan masih belum stabil sepanjang tahun 2022 sampai tahun 2024. Hal tersebut menunjukkan adanya potensi untuk meningkatkan upaya promosi untuk destinasi wisata pada daerah tersebut. Selain itu, terdapat banyak desa wisata lainnya di Pandowoharjo yang belum terdaftar dalam statistik kepariwisataan DIY. Kehadiran desa-desa tersebut menambah keragaman potensi wisata yang dapat ditawarkan kepada pengunjung. Namun, kurangnya kehadiran mereka dalam statistik kepariwisataan dapat menghambat upaya promosi dan pengembangan pariwisata di wilayah tersebut. Dengan adanya video promosi, diharapkan dapat meningkatkan kesadaran masyarakat akan potensi wisata yang dimiliki oleh desa Pandowoharjo. Pengembangan video promosi ini juga dapat menjadi langkah strategis untuk memperkenalkan desa-desa wisata yang belum terdaftar dalam statistik kepariwisataan DIY. Dengan demikian, potensi wisata yang lebih luas dan beragam dapat diakses oleh pengunjung, serta memberikan dampak positif terhadap pertumbuhan industri pariwisata dan ekonomi lokal. Melalui upaya promosi yang efektif dan berkelanjutan, diharapkan dapat menciptakan kesinambungan dalam kunjungan wisata, meningkatkan pendapatan masyarakat setempat, serta melestarikan dan memperkuat identitas budaya daerah.

Untuk dapat menjangkau potensi wisata yang lebih luas dan beragam pada akun media sosial instagram dan youtube @Pandowoharjo masih terdapat kekurangan dalam media publikasi pada sektor pariwisata di desa Pandowoharjo, dari kekurangan tersebut penulis dan tim bermaksud untuk membuat video promosi desa wisata Pandowoharjo sebagai media promosi untuk menarik wisatawan untuk berkunjung. Dengan memperlihatkan keindahan dan keunikan dari objek wisata yang dimiliki oleh desa Pandowoharjo dapat menjadikan informasi bagi wisatawan untuk mengunjungi desa wisata Pandowoharjo.

Dengan adanya potensi desa wisata yang menarik dan edukatif ini akan semakin baik jika desa Pandowoharjo juga didukung dengan media sosial yang mampu menjangkau semua pengunjung dengan efektif karena media sosial menjadi hal yang tak terpisahkan dalam kehidupan sehari-hari. Dapat dilihat secara dunia global bahwa, per Januari 2024, sudah ada 5,04 miliar pengguna media sosial. Nilai tersebut setara dengan 62,3% populasi dunia. Apabila diteliti lebih lanjut, jumlah pengguna media sosial di Januari 2024 ini bertambah 75 juta *users*, naik 1,5% dibandingkan kuartal 4 2023 (Yonatan, 2024). Maka dengan media sosial hal ini terlihat dari banyaknya pengguna media sosial di Indonesia seperti data yang diperoleh dari Good Stats dibawah ini

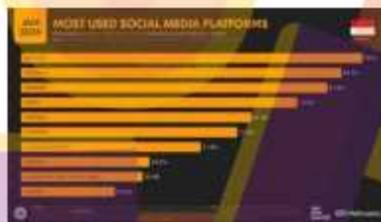


Gambar 1. 2 Pengguna Sosial Media Indonesia 2024

Sumber: <https://data.goodstats.id/>

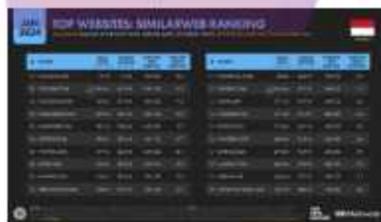
Pemanfaatan media sosial sebagai media promosi untuk merepresentasikan diri, bekerjasama, berbagi, komunikasi dengan pengguna lain dan membentuk ikatan sosial secara virtual (Nasrullah, 2015). Salah satu

pemanfaat media sosial sebagai media promosi yaitu aplikasi instagram dan youtube, saat ini instagram dan youtube tidak hanya digunakan sebagai sarana pemuas kebutuhan hiburan saja, selain menjadi media sosial yang banyak diminati, instagram dan youtube juga merupakan media sosial yang mempunyai peluang besar dalam kegiatan bisnis. dengan adanya media promosi dapat mendorong brand lokal untuk berkembang dalam sektor pariwisata guna memunculkan minat masyarakat lokal maupun luar untuk datang. Instagram dipilih sebagai alat promosi karena kemudahannya dalam digunakan, terutama dalam menampilkan konten visual yang menarik perhatian pengguna media sosial. jika dibandingkan dengan platform lain (Riyadi, Susilo, Sufa, & Putranto, 2019). Selain itu, instagram terbukti efektif sebagai media promosi untuk desa wisata karena mampu menarik perhatian dan membangkitkan rasa ingin tahu pengguna. Oleh karena itu, strategi pemasaran di media sosial tidak hanya tentang memuat foto atau konten semata, tetapi juga memerlukan kreativitas dalam menyajikan konten dan berinteraksi dengan pengikut untuk meningkatkan kesadaran merek (Adhanisa dan Fatchiya, 2017).



Gambar 1. 3 Platform Media Sosial yang Paling Banyak Digunakan 2024

Sumber: <https://wearesocial.com/>



Gambar 1. 4 Website yang Sering Dikunjungi 2024

Sumber: <https://wearesocial.com/>

Dari data *We Are Sosial* pengguna instagram di Indonesia sebanyak 85,3% dari jumlah populasi menjadi nomor dua dari platform media sosial yang paling banyak digunakan di Indonesia. Serta youtube menjadi website yang banyak dikunjungi nomor dua. Alasan utama masyarakat Indonesia menggunakan internet adalah untuk mencari dan menemukan informasi. Internet memiliki peranan vital dalam pencarian berbagai jenis informasi, mulai dari berita, edukasi, hiburan, hingga informasi terkini seputar gadget, aplikasi, dan tren teknologi. Selain itu, pengguna internet juga memanfaatkan media sosial sebagai sarana untuk berinteraksi dan terhubung dengan sesama ( Riyanto, 2023).

Seiring perkembangan zaman, pengguna media youtube dan instagram sangat banyak sehingga media tersebut menjadi media sosial yang sangat populer karena mudah diakses oleh semua orang serta melakukan publikasi yang diinginkan. Seiring dengan perkembangan zaman, *smartphone* membuat anak usia dini juga bisa menggunakannya secara pribadi dibawah pengawasan orang tua. video promosi sangat cocok disebarluaskan melalui platform youtube dan instagram yang dapat mencapai audiens global tanpa ada batasan geografis. Video yang diunggah melalui youtube dan instagram juga cenderung memiliki waktu tayang yang panjang dan dapat terus menjadi media promosi kedepannya. Platform ini memiliki kebebasan untuk menciptakan konten promosi yang sesuai dengan merek dan menarik minat penonton dengan cara yang unik dan menarik. Fitur berbagi pada youtube dan instagram juga dapat memungkinkan penonton untuk menyebarkan konten kepada orang lain melalui sosial media lainnya sehingga dapat meningkatkan jangkauan video promosi. Video promosi dapat menjadikan solusi yang efektif untuk memperkenalkan keunikan dan keindahan kalurahan Pandowoharjo kepada wisatawan lokal ataupun wisatawan mancanegara.

Dalam pembuatan video promosi, Cameramen adalah seseorang yang mengoperasikan kamera untuk menangkap gambar dan video. Cameramen menggunakan lensa kamera untuk mengamati dan mengabadikan momen penting dengan cara yang menarik berdasarkan pemahaman mereka tentang berbagai teknik pengambilan gambar. (Novflaminshah & Shahriwardi, 2019). Cameramen bertanggung jawab pengambilan gambar dan membuat visualisasi cerita menjadi semenarik mungkin (Dwiputra & Dianta, 2022). Sebelum melakukan produksi cameramen harus melakukan koordinasi dengan tim produksi untuk menentukan dan mempersiapkan alat-alat yang dibutuhkan, memilih lokasi, dan menentukan teknik teknik pengambilan gambar yang harus digunakan. Teknik pengambilan gambar adalah cara atau metode yang digunakan saat pengambilan gambar (Setiawan, 2015 dalam dewandra., et.al, 2022). Pada waktu produksi video promosi “desa wisata Pandowoharjo”, penulis berperan sebagai cameramen yang bertanggung jawab untuk menentukan teknik teknik yang digunakan, membuat konsep cerita dan merekam gambar selama proses produksi berlangsung.

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

### **1.2.1 Fokus Permasalahan**

Desa Pandowoharjo memiliki potensi wisata yang sangat besar, tetapi masih memiliki kekurangan yaitu media publikasi atau keterbatasan tentang konten-konten mengenai wisata yang ada disana sehingga wisatawan tidak mempunyai informasi yang cukup mengenai objek wisata apa yang ada di desa Pandowoharjo.

### **1.2.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam skripsi ini adalah bagaimana penerapan teknik-teknik dalam pengambilan gambar pada pembuatan video promosi desa wisata Pandowoharjo.

### **1.3 Tujuan**

Berdasarkan rumusan masalah dan fokus masalah, penulisan ini memiliki beberapa tujuan, yaitu:

- a) Pembuatan video promosi desa wisata yang bertujuan untuk menunjukkan potensi – potensi, keunikan, dan kreatifitas yang ada di desa Pandowoharjo.
- b) Untuk memahami peran cameramen dalam penerapan teknik teknik pada pengambilan gambar dalam proses pembuatan promosi desa wisata.

### **1.4 Manfaat**

#### **1.4.1. Manfaat Akademis**

Manfaat pada bidang Ilmu Komunikasi terhadap teknik yang digunakan dapat menjadi contoh dan sumber referensi bagi peneliti selanjutnya yang akan mengambil objek atau tema mengenai teknik yang digunakan dalam pengambilan gambar.

#### **1.4.2. Manfaat Praktis**

Manfaat sebagai bentuk penerapan ilmu yang telah didapatkan ketika mengikuti perkuliahan pada bidang Ilmu Komunikasi di Universitas Amikom Yogyakarta. Selain itu, menambah pengetahuan dalam proses produksi video promosi wisata dengan menggunakan teknik yang digunakan dalam proses pengambilan gambar serta menjadi cara penyelesaian masalah teknis maupun non teknis ketika berada di lapangan ketika produksi berlangsung.