

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Taman Rekreasi Margasatwa (TRMS) Serulingmas adalah objek wisata di Kabupaten Banjarnegara yang terletak di pusat kota, berjarak kurang lebih 2 kilometer dari alun-alun Banjarnegara ke arah Barat, di Jalan Selamanik Kelurahan Kutabanjarnegara, Kecamatan Banjarnegara, Kabupaten Banjarnegara, Provinsi Jawa Tengah.

Objek rekreasi yang ada di TRMS Serulingmas yaitu: kebun binatang, arena permainan, dan kolam renang skala provinsi. Selain sebagai tempat rekreasi bagi wisatawan, juga difungsikan sebagai konservasi satwa di luar habitatnya. Berbagai jenis satwa karnivora, herbivora maupun omnivora saat ini hidup dan berkembang dengan baik.

Lahan yang dimiliki secara keseluruhan ± 100.000 m² atau 10 ha, dimana yang 50.000 m² sudah ada infrastruktur dan fasilitasnya, sedangkan yang 50.000 m² lainnya merupakan lahan kosong.

Sejak dioperasikan pengelolaannya pada tanggal 22 Agustus 1997, sampai saat ini TRMS Serulingmas telah menjadi tujuan wisata yang ramai dikunjungi, terutama pada hari libur.

Sebagai Perusahaan Daerah yang bertempat di Daerah Kabupaten Banjarnegara, tentunya diharapkan memiliki andil dalam pendapatan daerah yang terus meningkat.



Sumber: Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banjarnegara dalam Kabupaten Banjarnegara Dalam Angka 2020

Gambar 1.1 Pendapatan Objek Wisata TRMS Serulingmas Tahun 2019

Berdasarkan data dari Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banjarnegara, pendapatan dari objek wisata TRMS Serulingmas dalam dua tahun terakhir mengalami penurunan yang cukup signifikan dibandingkan tahun-tahun sebelumnya. Jumlah pendapatan pada periode tahun 2015 – 2017 mencapai 2 milyar rupiah lebih setiap tahunnya, namun sejak tahun 2018 turun menjadi 269 juta rupiah, dan tahun 2019 turun lagi menjadi 267 juta rupiah.

Sebagai objek wisata unggulan di Banjarnegara maka Serulingmas perlu untuk menjaga kondisi finansial perusahaan daerah, karena adanya pandemi covid-19 pada bulan Maret sampai Juli 2020 TMRS dipaksa untuk menutup destinasi karena kebijakan pengendalian Covid-19 oleh pemerintah daerah selama tiga bulan lebih. Karena hal tersebut TMRS Serulingmas tidak memiliki pendapatan. Pendapatan berguna untuk membiayai operasional perusahaan. Dari pakan satwa, pemeliharaan aset, dan membayar gaji pegawai.

Beberapa upaya untuk menjaga stabilitas perusahaan juga dilakukan dengan penggantian dan pengurangan pakan satwa. Beberapa varian pakan diganti dengan bahan sejenis dengan biaya yang lebih murah. upaya efisiensi lain juga dilakukan dengan menerapkan *work from home* selama tiga bulan. *Work from home* dilakukan sebagai upaya menjaga sumber daya manusia sekaligus finansial perusahaan karena tunjangan kinerja yang tidak dicairkan sementara.

TRMS Serulingmas juga membuka pintu bantuan lembaga sosial untuk ikut berdonasi yang diperuntukan untuk keperluan pakan satwa. Satwa perlu perawatan demi menjaga keberlangsungan perusahaan. Masalah-masalah tersebut ditanggulangi dengan beberapa strategi adaptasi diatas.

Pandemi Covid-19 yang terjadi sejak akhir tahun 2019 ini merubah tatanan masyarakat dunia. Guna mencegah penularan wabah virus corona yang meluas, masyarakat diimbau bahkan dipaksa untuk tinggal di rumah. Kegiatan sekolah, bekerja bahkan beribadah pun dianjurkan untuk dilakukan di rumah saja. Hampir semua negara menghimbau warganya untuk tidak beraktivitas di luar rumah jika tidak ada kepentingan yang mendesak. Terkecuali, memang bagi mereka yang harus keluar dan kegiatannya tidak bisa dilakukan dari rumah.

Perubahan tersebut tentu juga berdampak luas di banyak sektor. Palsanya berubahnya aktivitas masyarakat tersebut membuat dunia usaha sepi, seperti bidang pariwisata, transportasi online, penjualan retail dan masih banyak lagi. Berjalannya waktu, tinggal di rumah dinilai tidak bisa selamanya diterapkan untuk menjaga keseimbangan perekonomian. Sejumlah negara pun mulai melonggarkan kebijakan terkait mobilitas warganya. Di sisi lain, virus SARS-CoV-2 penyebab Covid-19

masih terus mengancam. Korban jiwa akibat virus corona pun terus bertambah. Di sinilah, pola hidup baru atau *new normal* akan diimplementasikan. prinsip utama dari *new normal* itu sendiri adalah dapat menyesuaikan dengan pola hidup. kita harus beradaptasi dengan beraktivitas, dan bekerja, dan tentunya harus mengurangi kontak fisik dengan orang lain, dan menghindari kerumunan, serta bekerja, bersekolah dari rumah.

Masyarakat akan menjalani kehidupan secara *new normal* hingga ditemukannya vaksin dan dapat digunakan sebagai penangkal virus corona. Artinya, masyarakat harus menjalani kehidupan secara *new normal* hingga tahun depan, bahkan lebih. Oleh karenanya, perubahan perilaku akan menjadi kunci optimisme dalam menghadapi Covid-19 dengan menerapkan protokol kesehatan sesuai anjuran pemerintah atau yang dikenal sebagai *new normal*.

Dengan demikian, hadirnya *new normal* maka diharapkan masyarakat bisa kembali menjalankan rutinitas yang diiringi dengan protokol kesehatan yang disiplin, sehingga kehidupan tetap berjalan meskipun diiringi dengan pandemi Covid-19

Kondisi pandemi Coronavirus Disease (Covid-19) tahun 2020 tentunya juga akan berpengaruh terhadap aspek kunjungan di TRMS Serulingmas. Upaya sosialisasi protokol *new normal* menggunakan media audio visual yang dipromosikan melalui media sosial akan berdampak positif. Serulingmas membuat video protokol kesehatan bertujuan untuk menyebarluaskan informasi terkait aturan kesehatan pada masyarakat yang ingin berwisata di Banjarnegara khususnya TRMS

Serulingmas. Selain perlunya peningkatan jumlah kunjungan tentunya juga harus mengutamakan kesehatan dan keselamatan masyarakat.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, disusunlah rumusan permasalahan dalam penelitian ini yaitu “Bagaimana perancangan video pariwisata pada era new normal pada TRMS Serulingmas Banjarnegara?”

1.3 Batasan Masalah

Agar penelitian lebih terarah, terfokus, dan menghindari pembahasan menjadi terlalu luas, maka penulis perlu adanya batasan masalah. Batasan masalah dari penelitian ini adalah:

1. Video iklan media sosial dalam bentuk live shot.
2. Informasi yang disajikan dalam video iklan ini mengenai bagaimana objek wisata TRMS Serulingmas Banjarnegara beradaptasi menangani masa pandemi Covid-19.
3. Software yang digunakan dalam membuat video ini adalah Windows 10, Adobe Premiere Pro cc 2019, Adobe Photoshop CS6.
4. Menggunakan output dengan format file video ‘mp4’, dengan kualitas ukuran video menyesuaikan ketentuan dari sosial media.

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah:

1. Membuat video promosi yang menyajikan informasi mengenai wisata TRMS Serulingmas pada era “New Normal”.
2. Menyebarluaskan informasi melalui media informasi yang dapat dijangkau secara luas untuk promosi yang efektif.

1.5 Metode Penelitian

1.5.1 Metode Pengumpulan Data

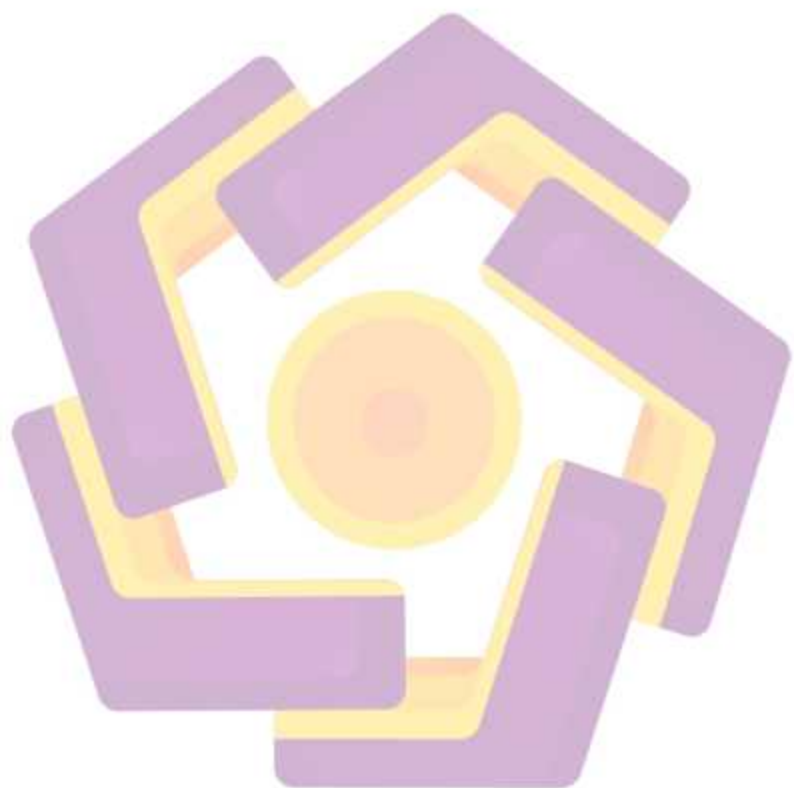
Data-data yang digunakan pembuatan data perancangan video promosi TRMS Serulingmas ini diperoleh dengan menggunakan sekunder (data yang ada) dan primer (diolah dari sumber asli)

1. Wawancara

Berbincang langsung dengan pengelola TRMS Serulingmas tentang sejarah dan keunikan yang ada di TRMS Serulingmas.

2. Observasi

Mengunjungi secara langsung TRMS Serulingmas dengan menelusuri tempat-tempat yang ada untuk mengetahui informasi karena belum terdapatnya media promosi yang lebih efektif untuk mempromosikan TRMS Serulingmas tersebut kepada masyarakat umum terutama di luar Kabupaten Banjarnegara.



3. Kuesioner

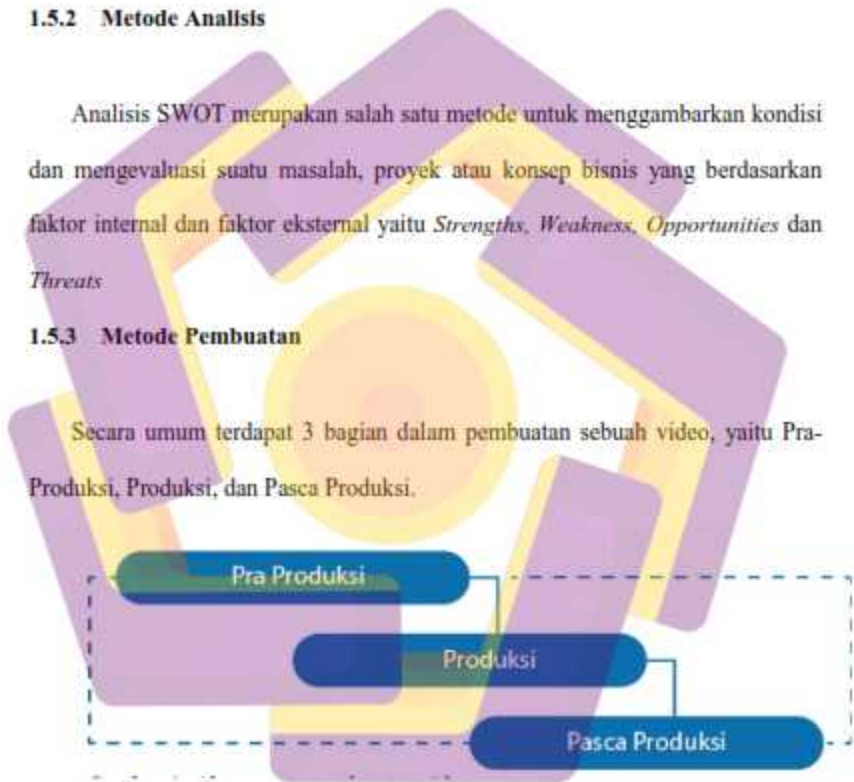
Metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan beberapa pertanyaan atau pernyataan kepada responden.

1.5.2 Metode Analisis

Analisis SWOT merupakan salah satu metode untuk menggambarkan kondisi dan mengevaluasi suatu masalah, proyek atau konsep bisnis yang berdasarkan faktor internal dan faktor eksternal yaitu *Strengths*, *Weakness*, *Opportunities* dan *Threats*.

1.5.3 Metode Pembuatan

Secara umum terdapat 3 bagian dalam pembuatan sebuah video, yaitu Pra-Produksi, Produksi, dan Pasca Produksi.



Gambar 1.2 Alur proses pembuatan video

1. Pra-produksi

Pra-Produksi merupakan langkah-langkah yang berhubungan dengan tahap persiapan dalam pembuatan sebuah video atau sebelum melakukan produksi

video. Dalam Pra Produksi terdapat beberapa tahapan yang biasanya dilakukan oleh *film maker* atau sebuah *Production House*.

2. Produksi

Mengatur tata letak atau tata ruang sesuai dengan *storyboard* yang nantinya digunakan sebagai latar belakang peristiwa sehingga mendukung alur cerita yang digunakan. Setelah semua tertata dengan rapi mulai dari, tata ruang, kostum, tata rias pemeran, dan pencahayaan, selanjutnya adalah pengambilan gambar yang disesuaikan dengan *storyboard*, yang telah dibuat.

3. Pasca produksi

Tahapan pasca produksi secara umum adalah proses editing yang didalamnya termasuk penggabungan source video dan gambar sampai penambahan elemen-elemen lain seperti *visual effect* dan *music effect*. Setelah video selesai di produksi, video siap ditampilkan kepada masyarakat untuk melihat respon dan tanggapan serta feedback dari masyarakat yang telah menonton video yang selesai diproduksi

1.5.4 Metode Perancangan

Mengacu pada rancangan proses produksi, berikut beberapa penjelasan tentang proses produksi dalam manajemen produksi video promosi.

1. Pra Produksi

Pra produksi adalah sebuah tahap persiapan sebelum kegiatan syuting dimulai. Proses ini sangat menentukan kelancaran kegiatan syuting nantinya.

2. Produksi

Tahapan ini dimana hampir seluruh team work mulai bekerja. Seorang sutradara, produser atau line produser sangat dituntut keahwalannya untuk mengatasi kru dalam tiap tahap ini

3. Pasca Produksi

Tahap ini adalah tahap penyelesaian akhir dari semua kegiatan shooting yang sudah dilaksanakan sebelumnya. Kesalahan pada waktu shooting sebagian mungkin diselesaikan pada tahap ini

1.6 Sistematika Penulisan

Adapun sistematika dalam penulisan skripsi ini, yaitu:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan tentang latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Menguraikan landasan teori yang dipakai dalam pembuatan video promosi pada TRMS Serulingmas, yaitu memaparkan tentang pengertian multimedia, unsur-unsur dalam multimedia, pengenalan periklanan, konsep dasar video serta perangkat lunak yang digunakan.

BAB III : ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM

Pada bab ini menjelaskan tentang tinjauan umum TRMS Serulingmas Banjarnegara, serta menjelaskan tentang analisis dan perancangan video promosi secara umum, serta segala kelebihan dan kelemahan.

BAB IV : IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini akan membahas hasil penelitian yang sudah dicapai dalam bagian-bagian sebelumnya, proses pengoperasian video promosi dan implementasi dari video yang sudah dibuat.

BAB V : PENUTUP

Merupakan bab penutup, yang berisi kesimpulan-kesimpulan dari proses penyampaian iklan sosial media ketika penayangan. Serta sasaran untuk perbaikan video promosi ini.

