

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Indonesia merupakan negara yang mempunyai potensi sangat besar dalam bidang kepariwisataan, seperti yang sudah dijelaskan langsung oleh web Kemenparekraf (Kementrian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif) bahwa Indonesia memiliki potensi pariwisata yang besar. Hal ini bisa dilihat dari sektor pariwisata Indonesia yang terus maju dan berkembang sangat pesat. Bahkan, perkembangan sektor pariwisata yang sangat pesat semakin terlihat dari banyaknya pencapaian Indonesia yang telah diakui dunia (Kemenparekraf, & Baparekraf RI, 2023) didukung dengan adanya keindahan alam yang begitu luas dan menakjubkan, salah satunya terdapat pada Provinsi DI Yogyakarta dan di Kabupaten Sleman, nama kawasan wisata tersebut adalah Kaliurang. Kaliurang terletak di kaki Gunung Merapi, sebagai destinasi tempat wisata alam, Kaliurang sendiri memiliki berbagai macam objek wisata yang berbeda – beda, di era digital ini, konten visual yang menarik dapat menjadi salah satu inti keberhasilan dalam pembuatan iklan promosi.

Wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara objek wisata merupakan tempat yang menjadi pusat daya tarik dan dapat memberikan kepuasan khususnya pengunjung (Harahap, 2018). Pariwisata adalah perjalanan seseorang atau sekelompok orang dari satu tempat ke tempat lain dalam jangka waktu tertentu, untuk tujuan rekreasi dan hiburan (Prayogo & Febrianita, 2018:1). Wisata yang dapat disuguhkan oleh lokasi wisata Kaliurang merupakan keindahan wisata alam berupa pemandangan pegunungan dan udara sejuk yang menarik perhatian wisatawan. Selain wisata alamnya Kaliurang juga terkenal dengan berbagai tempat jalur pendakian, tempat untuk berekreasi, serta masih adanya tradisi lokal yang terjaga.

Kaliurang merupakan objek wisata yang berada di selatan dari lereng Gunung Merapi sekitar 900 meter di atas permukaan laut. Kaliurang memiliki berbagai tempat wisata, objek wisata di Kaliurang ini sendiri memiliki keunikannya masing – masing, Kabupaten Sleman juga sudah mendapatkan beberapa penghargaan terkait pariwisatanya, seperti penghargaan dalam ajang Festival Desa Wisata pada tahun 2017 yang di gelar di Tlogo Putri Kaliurang, bahwa beberapa desa di Kabupaten Sleman ikut masuk kedalamnya. Hal ini akan sangat bermanfaat bagi warga area Kaliurang, jika tempat wisata di sana semakin bertambah, ini akan membuat kelonjakan dalam pengunjungan wisatawan.

Video promosi merupakan salah satu media yang digunakan untuk melakukan kegiatan promosi, hal yang dapat dilakukan dari video promosi merupakan mempromosikan sesuatu lebih detail dengan waktu yang lebih panjang dari video iklan, karena untuk proses pengambilan video promosi harus dilakukan dengan cara bertahap dari setiap tempat objek yang ingin dipromosikan. Agar hasil dari video promosi tersebut lebih terperinci dan mencakup semua hal yang berhubungan dengan objek (Noviyanti, Setiawan, & Setyawan, 2017). Maka dari itu, salah satu strategi yang perlu dilakukan untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi sektor pariwisata adalah promosi wisata yang efektif, atraktif, dan menarik. Promosi berkaitan dengan bagaimana produk tersebut dikemas dan menyampaikan informasi melalui beragam media (Nasrullah, 2018)

Dengan adanya program promosi ini akan membantu dan mengembalikan minat wisatawan luar yang akan berkunjung ke suatu destinasi. Definisi Promosi menurut Swastha dan Irawan, promosi adalah arus informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran (Yuliantiningsih dan Rahardjo 1016:3). dalam konteks karya “Mengungkap Keindahan Tempat Wisata Kaliurang”, program promosi ini dirancang untuk memaksimalkan potensi lokasi wisata Kaliurang dengan cara yang kreatif.

Media massa merupakan media yang dapat dimanfaatkan untuk mendukung program promosi, menurut Cangara (2003:134), media adalah suatu alat atau

sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak, sedangkan pengertian media massa sendiri adalah alat yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari sumber ke khalayak (penerima) dengan menggunakan alat-alat komunikasi mekanis, seperti surat kabar, film, radio, dan televisi. Melalui media massa, informasi tentang keindahan serta daya tarik dari tempat wisata Kaliurang dapat tersebar dengan mudah, media massa juga mampu meningkatkan citra positif lokasi wisata dengan menyajikan program promosi yang informatif dan kreatif. Melalui perannya yang multifungsi, media massa membantu pengelola promosi serta wisatawan dalam semakin meningkatkan kunjungan wisatawan.

Media sosial merupakan sebuah media *online*, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi jejaring sosial dan virtual. Media sosial bukan dari media massa karena media sosial memiliki kekuatan sosial yang sangat mempengaruhi opini publik yang berkembang di masyarakat. Penggalangan dukungan atau gerakan massa bisa terbentuk karena kekuatan media *online* karena apa yang ada di dalam media sosial terbukti mampu membentuk opini, sikap dan perilaku publik atau masyarakat. (Ardianto, 2011). Untuk dari itu sosial media menjadi salah satu jembatan untuk mempromosikan karya audio visual program promosi ini.

Untuk dapat memberikan pesan yang diinginkan pada sebuah media atau program promosi, dibutuhkan hasil akhir yang dilakukan oleh editor untuk melakukan *editing*. Menurut (Bordwell & Thompson, 2016), Seseorang yang melakukan proses *editing* disebut sebagai *editor*. Mereka juga mengatakan bahwa seorang editor bertanggung jawab dalam menyusun dan merangkai hasil produksi syuting yang sudah selesai. Seorang *editor* juga bekerja sama dengan sutradara dalam pengambilan berbagai keputusan kreatif mengenai bagaimana sebuah *shot* bisa dilakukan pemotongan dan penggabungan sehingga bisa menciptakan hasil yang baik.

Karya program promosi yang dapat menyampaikan informasi dengan cara memanfaatkan kreativitas pada audio dan visual akan membantu keefektifan dan

menariknya karya tersebut dibandingkan dengan yang lainnya. Hal ini mempunyai tujuan yang sama dari karya video promosi “Mengungkap Keindahan Tempat Wisata Kaliurang” yang mengedepankan bagaimana memvisualisasikan keindahan alam serta daya tarik wisata Kaliurang. Video ini tidak hanya menyajikan keindahan dari visual, tetapi juga memberikan narasi yang informatif dan menarik mengenai sejarah, budaya, serta keunikan destinasi wisata di Kaliurang tersebut, sehingga dapat menambahkan ketertarikan wisatawan.

Video promosi ini bertujuan untuk memanfaatkan teknik *motion graphic* secara maksimal dalam menampilkan visual yang lebih informatif dan menarik. Video yang telah dirancang untuk menggambarkan indahnya alam Kaliurang dan banyaknya pengalaman menarik yang akan dirasakan oleh wisatawan di Kaliurang, ditambah video promosi ini juga memiliki tujuan untuk memberikan informasi edukatif terkait sejarah, budaya, serta keunikan tempat wisata di Kaliurang, dengan narasi yang kuat akan diharapkan dapat memberikan pengetahuan yang lebih banyak untuk audiens.

Pemilihan judul program ini yang berupa “Mengungkap Keindahan Tempat Wisata Kaliurang” didasarkan bagaimana potensi wisata alam dan alamnya Kaliurang yang sangat kaya namun tidak sepenuhnya dikenal banyak. Tema dari video promosi ini diharapkan dapat mengeksplorasi keindahan alam wisata Kaliurang kepada audiens yang lebih luas dan besar, tema ini juga akan dapat membantu upaya pariwisata lokal serta dapat memperkenalkan destinasi wisata yang minim untuk dikenal audiens. Program ini juga telah mendapat dukungan dari Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman yang memiliki peran penting dalam pengembangan aspek wisata daerah tersebut.

Dukungan dari Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman tersebut sangat membantu dari aspek penyediaan sumber daya serta informasi yang diperlukan dalam pembuatan video promosi. Karya ini juga bertujuan untuk mendukung dinas dalam membangun *branding* yang lebih menarik untuk destinasi wisata yang dikelola agar mampu menarik lebih banyak pengunjung dan mendorong pariwisata lokal agar lebih maju.

Untuk menghasilkan karya program promosi agar lebih menarik, dibutuhkan teknik *editing* yang berupa memaksimalkan hasil dari video yang telah dirancang. *Editing* dalam sebuah *Content Audio Visual* memiliki peran yang penting dalam proses pembentukan kreatifitas. Menurut A.A. Suwarsono *editing* sebagai proses terakhir dalam pembuatan film secara sederhana dimaksudkan sebagai upaya untuk memilah-milah gambar atau klip, memotong gambar dan membuang gambar yang tidak diperlukan sekaligus merangkai gambar-gambar yang diperlukan agar tercipta alur film yang sesuai dengan plot cerita yang sudah dirancang (Suwarsono 2014).

Pada teknik *editing*, *editing* dibagi menjadi dua tahapan yaitu *offline* dan *online editing*. *Editing offline* merupakan sebuah proses menata gambar dalam bentuk kasar untuk diurutkan sesuai konsep cerita. Tahapan ini hanya baru menyusun cerita sesuai skenario belum ada penambahan – penambahan efek yang diinginkan (Mabruri, 2013). *Editing Online* adalah proses ketika seseorang *editor* mulai memperhalus hasil *offline*, memperbaiki kualitas hasil dan memberikan efek khusus yang dibutuhkan termasuk penambahan *visual effect* (Mabruri, 2013). Pernyataan di atas menjelaskan bagaimana *editing online* memiliki peran yang penting dalam mengelola efek visual untuk menyempurnakan *output* dari *content* program promosi.

Montase merupakan teknik menggabungkan berbagai gambar dan suara untuk menghasilkan video secara *berlanjutan* agar mendapatkan hasil yang terus-menerus. Montase merupakan seni penggabungan berbagai elemen gambar dan suara yang dihasilkan dari pemotongan dan penyusunan gambar dan suara secara berturut-turut untuk menciptakan rangkaian adegan atau segmen yang lebih besar. (Eisenstein, 1920). Pada dasarnya, montase bertujuan untuk mengubah persepsi penonton tentang gambar yang ditampilkan melalui teknik penyuntingan.

Motion graphic merupakan sebuah media yang menggunakan teknologi animasi untuk menciptakan ilusi gerak dan digabungkan dengan audio. Menurut Winastwan Gora S, (2009). *Motion graphic* adalah tipe animasi yang menampilkan tulisan grafis, biasa digunakan untuk keperluan media televisi, web,

presentasi multimedia dan sebagainya, misalnya penggunaan *running* teks dalam iklan, *bumper* program, logo *coorporate* di stasiun ID atau *company profile*. Jenis animasi ini juga digunakan dalam animasi film atau acara di televisi. *Motion graphic* menggunakan video dan animasi untuk menciptakan ilusi dari gerak ataupun transformasi. *Graphic design* telah berubah dari *static publishing* dengan memanfaatkan teknologi komunikasi termasuk film, animasi, media interaktif dan *environmental design*. Dengan pernyataan di atas penulis hendak menggunakan teknik *motion graphic* sebagai media untuk meningkatkan kreativitas dan meningkatkan promosi di media massa secara efektif. *Motion Graphic* adalah media yang digunakan rekaman video atau teknologi animasi untuk menciptakan ilusi gerak dan biasanya dikombinasikan dengan suara untuk digunakan dalam sebuah output media. *Motion graphic* biasanya ditampilkan melalui petunjuk didukung teknologi. Istilah ini berguna untuk membedakan *still graphics* dari grafis dengan penampilan yang berubah dari waktu ke waktu. (Betancourt, 2013). *Motion graphics* adalah grafis yang menggunakan rekaman video atau teknologi animasi yang menciptakan ilusi gerak atau rotasi, grafis, biasanya dikombinasikan dengan audio untuk digunakan dalam proyek multimedia (Krasner, 2008). Menurut Artini Kusmiati. R (1999) Objek yang terdapat pada *Motion Graphic* dapat dipecah menjadi berbagai alternatif, diantaranya adalah gambar, gambar merupakan komunikasi ringkas yang berupa tanda yang dapat mengungkapkan suatu makna dengan mudah dan cepat. Kemudian terdapat ilustrasi, objek ini dapat berupa lukisan, gambar, atau foto yang dimaksudkan untuk memperkuat daya khayal atau memperjelas maksud uraian. Ilustrasi digunakan untuk membantu mengomunikasikan pesan dengan cepat, dan merupakan terjemahan dari sebuah judul atau *tag line* dalam sebuah *bumper*. Ilustrasi tersebut diharapkan dapat membentuk suatu suasana penuh emosi, dan menjadikan gagasan seakan-akan nyata. Ilustrasi sebagai gambaran pesan yang tak terbaca, namun bisa mengurai cerita, berupa gambar dan tulisan yaitu bentuk grafis informasi yang memikat. Dengan ilustrasi maka pesan menjadi lebih berkesan dan ilustrasi lebih efektif untuk menghiasi komentar editorial, cerita fiksi, atau interpretasi.

Teknik *motion graphic* yang digunakan pada program promosi ini berupa *typography* yang dinamis terletak pada opening, pada judul video yang ditampilkan, penggunaan pada logo. Teknik menggunakan kamera juga diterapkan agar mendapatkan aspek 3 dimensi yang diinginkan, teknik tersebut diberlakukan dengan pengaturan *keyframe* seperti *anchor point*, *scale*, *position*, dan *opacity*, efek kamera 3 dimensi dengan cara mengatur posisi dan pergerakan dari objek dalam ruang 3 dimensi sehingga mendapatkan ilusi kedalaman dan efek *cinematic*. Objek yang diterapkan merupakan ilustrasi peta dari area Jalan Kaliurang hingga ke titik terakhir dari wisata yang dipromosikan yaitu Tlogo Putri, penggunaan *motion tracking* pada elemen-elemen grafis dan tipografi yang ada pada objek 3 dimensi agar mendapatkan visual yang lebih menarik.

Alasan mahasiswa mengambil peran sebagai editor memungkinkan mahasiswa untuk lebih menyalurkan kreativitas dalam menggabungkan elemen visual, teks, dan suara untuk menyampaikan pesan secara menarik, dapat bereksperimen dengan efek visual dan ritme cerita untuk menciptakan video yang menarik, selain itu, editor berperan penting dalam menghidupkan konsep kreatif yang telah dirancang oleh tim.

Karena itu karya video promosi "Mengungkap Keindahan Tempat Wisata Kaliurang" bertujuan untuk meningkatkan kesadaran wisatawan akan keindahan tempat wisata di Kaliurang. Dengan visual yang menarik dan narasi yang memberikan banyak informasi, diharapkan video dapat lebih menarik wisatawan untuk mengunjungi tempat wisata di Kaliurang.

1.2. Fokus Permasalahan dan Rumusan Masalah

1.2.1 Fokus Permasalahan

Program promosi "Mengungkap Keindahan Tempat Wisata Kaliurang" mengenai bagaimana media ini bisa menyampaikan informasi yang dikemas secara menarik. Salah satu poin penting yang dapat membuatnya menarik adalah

teknik *motion graphic*, teknik ini dapat membantu memberikan informasi agar lebih mudah untuk dipahami oleh audiens.

1.2.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan yang telah dijelaskan di atas, masalah yang dapat diuraikan sebagai pertanyaan tentang “Implementasi Teknik *Motion Graphic* Pada Karya Program Promosi “Mengungkap Keindahan Tempat Wisata Kaliurang” sebagai berikut :

Bagaimana implementasi teknik *motion graphic* dalam video promosi?

1.3. Tujuan

Tujuan dari pembuatan program promosi ini untuk dapat menghasilkan karya video yang lebih menarik dengan menggunakan teknik *motion graphic* untuk memperkenalkan destinasi wisata Kaliurang.

1.4. Manfaat

1.4.1 Manfaat Praktis

Sebagai editor dalam program promosi “Mengungkap Keindahan Tempat Wisata Kaliurang” yang berkontribusi dalam proses pembuatan program dimulai dari pra-produksi, produksi, hingga pasca produksi, mahasiswa mendapatkan manfaat serta pengetahuan yang baru, merupakan :

1. Semakin mengerti cara bekerja sama bersama tim dan bisa saling memahami masing-masing anggota untuk mencapai tujuan bersama.
2. Mengembangkan keahlian editing pada mahasiswa dalam proses pembuatan program promosi
3. Meningkatkan keahlian dalam mengimplementasikan teknik *motion graphic* dalam karya audio visual.

1.4.2 Manfaat Akademis

Manfaat akademis yang didapat oleh mahasiswa dalam pembuatan program promosi “Mengungkap Keindahan Tempat Wisata Kaliurang” adalah :

1. Pemahaman bagaimana cara mahasiswa mengimplementasikan teknik motion graphic dalam media program promosi agar mendapatkan visual yang menarik.
2. Mengembangkan pengalaman bagi mahasiswa dalam industri di bidang *content creator*, di mana dapat membantu meningkatkan kepercayaan diri mahasiswa untuk semakin berkembang.

