

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Daya tarik wisata merupakan salah satu aspek yang sangat diminati oleh masyarakat di era modern ini. Aktivitas berwisata tidak hanya menjadi pilihan hiburan semata, tetapi juga dianggap sebagai kebutuhan penting untuk meningkatkan kualitas hidup. Dalam kehidupan yang serba cepat dan penuh tekanan seperti saat ini, rutinitas kerja yang melelahkan sering kali menimbulkan kejenuhan dan kepenatan (Agnes Maruhutu dkk., 2021)

Dengan berwisata, masyarakat dapat menjauh sejenak dari hiruk-pikuk kehidupan sehari-hari dan menikmati keindahan alam, budaya, atau pengalaman baru yang menawarkan ketenangan dan inspirasi. Baik itu mengunjungi pantai yang menenangkan, mendaki gunung yang menantang, atau menjelajahi kota dengan keunikan budaya lokal, setiap destinasi wisata memiliki daya tariknya sendiri yang mampu memenuhi kebutuhan individu maupun keluarga.

Yogyakarta merupakan salah satu tempat wisata yang dapat dijadikan tujuan saat liburan. Mulai dari wisata alam, wisata sejarah, wisata budaya, dan wisata kuliner (Baharuddin dkk., 2016). Dikenal dengan udara pegunungan yang sejuk dan pemandangan alam yang hijau, Kaliurang menjadi destinasi favorit bagi para wisatawan yang mencari ketenangan dan keindahan alam. Hutan pinus yang rimbun, sungai yang mengalir jernih, serta pemandangan Gunung Merapi yang megah menjadi latar belakang yang sempurna untuk berbagai aktivitas rekreasi dan petualangan.

Daya tarik Kawasan Wisata Kaliurang yang mampu menarik minat wisatawan adalah kondisi aksesibilitas yang baik sehingga dapat di akses dengan mudah. Keberadaan Kawasan Wisata Kaliurang yang dilalui oleh jalan provinsi juga menjadi salah satu hal yang menarik karena dapat dijangkau dengan mudah oleh wisatawan. Keberadaan tempat perbelanjaan juga menjadi salah satu daya tarik

bagi para wisatawan karena dapat membeli cinderamata yang dibuat khusus oleh masyarakat sekitar dengan ciri khas tersendiri. Kebiasaan masyarakat atau aktivitas masyarakat juga menjadi salah satu daya tarik Kawasan Wisata Kaliurang karena memiliki nilai atau kebudayaan tersendiri bagi para wisatawan. (Pintubatu, 2017).

Keunikan flora dan fauna yang ada di kawasan ini juga dapat menambah daya tarik Kaliurang sebagai tempat yang kaya akan keindahan alam. Dengan berbagai destinasi wisata yang menarik, Kaliurang menjanjikan pengalaman yang tak terlupakan bagi setiap pengunjung. Keindahan alam dan pesona tempat wisata di Kaliurang menjadikannya sebagai salah satu *hidden gems* di Yogyakarta yang patut untuk dieksplorasi dan diapresiasi.

Dalam konteks ini, promosi memainkan peran kunci dalam menentukan apakah suatu objek wisata dikenal dan diminati oleh masyarakat luas. Oleh karena itu, penting bagi pengelola wisata untuk mengelola informasi dan promosi dengan baik agar dapat menarik perhatian wisatawan dan mempermudah mereka dalam membuat keputusan berwisata di Kaliurang.

Menurut Kotler dan Armstrong (2012), promosi didefinisikan sebagai kegiatan komunikasi yang bertujuan untuk menyampaikan manfaat sebuah produk, membujuk target konsumen, serta meningkatkan keinginan mereka untuk membeli produk tersebut. Promosi berpengaruh terhadap suatu tujuan berwisata karena wisatawan ingin mengetahui informasi dalam memilih tujuan tempat wisata yang ingin mereka datangi. Wisatawan yang ingin berkunjung akan mencari sebuah informasi agar mengetahui kemana tujuan wisata yang akan dipilih untuk mengisi waktu liburan mereka (Yetti, 2021).

Cepat atau lambat laju kegiatan pariwisata ditunjang oleh faktor yang dapat mempengaruhi hal tersebut. Faktor yang dimaksud adalah pola promosi dan sistem pengelolaan informasi yang dimana kedua faktor ini akan berakibat pada eksistensi dari sebuah objek wisata, yang berarti dikenal atau tidaknya objek wisata tersebut, dan juga kemudahan dalam mendapatkan tujuan wisata, fasilitas sarana dan prasarana yang menunjang pengunjung serta keunikan objek wisata itu sendiri.

Dengan tersedianya informasi maka akan sangat memudahkan wisatawan dalam menentukan pilihan pola kegiatan atau lokasi wisatanya (Akbari dkk., 2022).

Untuk memastikan efektivitas promosi, penggunaan media yang dapat menyampaikan informasi dengan jelas dan menarik sangat penting. Salah satu media yang paling efektif dalam konteks ini adalah video promosi. Dengan menggabungkan unsur visual dan audio, video promosi dapat menyampaikan pesan dengan cara yang lebih menarik dan mudah dipahami oleh target *audiens*. Hal ini membuat video promosi menjadi alat yang sangat efektif dalam memasarkan destinasi wisata seperti Kaliurang.

Video promosi merupakan suatu media yang diolah secara kreatif yang merupakan salah satu media komunikasi modern dengan menampilkan penggabungan gambar bergerak dan suara, sehingga target *audiens* dapat mengetahui lebih jelas informasi yang disampaikan dan juga bertujuan untuk mempengaruhi penontonnya (Ressa Vaka Utami & Ramlan, 2022).

Dalam pembuatan video promosi tempat wisata Kaliurang ini unsur-unsur yang digunakan meliputi gambar, suara dan teks, yang kemudian disatukan menjadi sebuah kesatuan yang cukup menarik dan informatif yang disampaikan melalui media sosial *Instagram* dan *Youtube*.

Dengan kreativitas dalam pengolahan visual dan suara, video promosi mampu menyampaikan informasi dengan cara yang lebih menarik dan efektif dibandingkan media lainnya. Hal ini sejalan dengan tujuan dari karya video promosi "Mengungkap Keindahan Tempat Wisata di Kaliurang", yang berfokus pada penggunaan berbagai teknik penyutradaraan untuk menonjolkan pesona alam dan daya tarik wisata Kaliurang.

Video promosi "Mengungkap Keindahan Tempat Wisata di Kaliurang" menerapkan berbagai teknik penyutradaraan untuk menciptakan narasi visual yang menarik dan efektif. Teknik *Aristotelian Narrative* digunakan untuk menyusun alur cerita yang terstruktur, sementara *Visual Hook* diterapkan di awal video dengan *close-up* wajah dan *tagline* menarik guna mempertahankan perhatian *audiens*.

Kemudian, teknik *Emotional Branding* dimanfaatkan untuk membangun hubungan emosional dengan menampilkan interaksi masyarakat dan wisatawan yang menikmati keindahan Kaliurang. Tahap pasca-produksi melibatkan *color grading*, *motion graphics*, dan animasi peta interaktif untuk memperjelas informasi destinasi secara lebih dinamis. Dengan kombinasi teknik ini, video promosi tidak hanya memperkenalkan keindahan alam Kaliurang tetapi juga meningkatkan minat wisatawan untuk berkunjung.

Alasan "Mengungkap Keindahan Tempat Wisata di Kaliurang" dipilih karena Kaliurang memiliki kekayaan alam dan potensi wisata yang luar biasa namun belum sepenuhnya dikenal sehingga pada media sosial seperti Youtube dan Instagram memiliki penurunan *viewers* dan *followers* serta kurang optimal dalam mempromosikan tempat wisata yang ada di Kaliurang. Dengan mengangkat tema ini, video promosi diharapkan dapat mengeksplorasi dan menampilkan keindahan tempat-tempat wisata di Kaliurang kepada *audiens* yang lebih luas.

Selain itu, tema ini relevan dengan upaya untuk mendukung pariwisata lokal dan memperkenalkan destinasi wisata baru yang menarik bagi para wisatawan. Karya ini dibantu serta didukung oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman untuk membantu dinas terkait agar memiliki *branding* yang kuat untuk tempat wisata yang mereka miliki, sehingga dapat menarik lebih banyak wisatawan dan memajukan pariwisata lokal.

Karya ini dibantu serta didukung oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman, yang memiliki peran penting dalam pengembangan dan promosi pariwisata di daerah tersebut. Dukungan dari Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman memberikan akses terhadap berbagai sumber daya dan informasi yang diperlukan untuk menghasilkan video promosi yang berkualitas tinggi. Selain itu, karya ini juga bertujuan untuk membantu dinas terkait dalam memiliki *branding* yang kuat untuk tempat wisata yang mereka miliki, sehingga dapat menarik lebih banyak wisatawan dan memajukan pariwisata lokal.

Dalam proses produksi video promosi ini, peran sutradara menjadi sangat krusial. Sebagai pemimpin kreatif, sutradara bertanggung jawab untuk mengolah naskah menjadi karya visual yang menarik serta memastikan bahwa setiap elemen produksi berjalan dengan lancar. Dukungan dari Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman memberikan fondasi yang kuat melalui akses terhadap berbagai sumber daya dan informasi yang diperlukan. Sutradara tidak hanya mengatur dan mengawasi proses pembuatan video, tetapi juga mengambil keputusan penting yang mempengaruhi hasil akhir produksi. Dengan kreativitas, disiplin, dan kerja sama tim yang baik, sutradara mampu mewujudkan visi cerita yang kuat dan informatif, sehingga dapat mempromosikan keindahan wisata Kaliurang secara efektif dan mendukung *branding* yang diusung oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman.

Sutradara secara umum adalah seseorang yang bertanggung jawab untuk mengatur dan mengawasi proses pembuatan sebuah cerita dari karya berupa video iklan maupun film yang akan tayang di layar lebar. Peran sutradara tidak hanya sebatas mengolah naskah menjadi sebuah karya, akan tetapi juga mencakup pengambilan keputusan atas semua aspek dalam sebuah produksi. Mulai dari memimpin tim produksi di lapangan hingga terlibat dalam setiap tahap proses kreatif, sutradara menjadi penggerak utama yang memastikan visi cerita sehingga hasilnya dapat terwujud dengan sangat baik.

Peran sutradara dibutuhkan sebagai seorang pemimpin dalam proses pembuatan sebuah hasil karya seperti film, iklan dan karya sejenisnya. Kreatifitas yang tinggi, kedisiplinan dan kerja sama antar kru sangat membutuhkan peran kepemimpinan dari seorang sutradara saat proses kreatifitas ini akan dimulai, saat berlangsung dan setelah prosesnya selesai (Mahendra, 2023)

Alasan mahasiswa mengambil peran sebagai sutradara adalah dikarenakan membuat serta mengatur semua ide dan konsep alur cerita dari video promosi tempat wisata, kemudian bertanggung jawab untuk memimpin serta mengarahkan tim produksi yang ada di lapangan dari pra produksi hingga pasca produksi supaya konsep alur cerita tidak berantakan dan dapat menghasilkan video yang menarik dan informatif untuk khalayak umum.

Maka dari itu karya video promosi "Mengungkap Keindahan Tempat Wisata di Kaliurang" bertujuan untuk meningkatkan kesadaran wisatawan akan keindahan dan daya tarik tempat wisata di Kaliurang. Dengan menampilkan visual yang menarik dan narasi yang informatif, video ini diharapkan dapat menarik perhatian dan minat wisatawan untuk mengunjungi Kaliurang.

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

### **1.2.1 Fokus Permasalahan**

Karya video promosi "Mengungkap Keindahan Tempat Wisata di Kaliurang" adalah untuk meningkatkan kesadaran dan minat wisatawan terhadap destinasi wisata Kaliurang melalui video promosi. Fokus ini mencakup penggunaan teknik penyutradaraan yang inovatif, seperti pengambilan gambar, pengaturan cahaya, dan penyusunan narasi, untuk meningkatkan kualitas visual dan daya tarik video promosi.

Selain itu, diperhatikan juga pengaruh visual yang menarik dan narasi yang informatif terhadap minat wisatawan, serta peran *background music* dan teknik *editing* dalam menarik minat penonton dan meningkatkan efektivitas video promosi. Video ini diharapkan dapat mendukung pelestarian dan pengembangan pariwisata lokal serta memberikan dampak positif bagi ekonomi lokal, dengan menampilkan visual yang menarik dan narasi yang informatif untuk menarik perhatian dan minat wisatawan untuk mengunjungi Kaliurang.

Fokus ini juga mencakup implementasi teknik penyutradaraan dalam pembuatan video promosi terhadap pengaruh minat wisatawan terhadap destinasi wisata di Kaliurang.

### **1.2.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan pemaparan di atas, masalah yang dapat diuraikan sebagai pertanyaan tentang Implementasi Teknik Penyutradaraan Pada Karya Video

Promosi “Mengungkap Keindahan Tempat Wisata di Kaliurang” sebagai berikut :

Bagaimana implementasi teknik penyutradaraan dalam pembuatan video promosi “Mengungkap Keindahan Tempat Wisata di Kaliurang”?

### **1.3 Tujuan**

Untuk mengkaji bagaimana penerapan teknik penyutradaraan yang tepat dapat menciptakan pengalaman menonton yang lebih menyenangkan dan memikat, serta membangun koneksi emosional dengan penonton. Serta mengoptimalkan strategi promosi pariwisata dengan memperoleh wawasan tentang cara-cara efektif dalam mempromosikan tempat wisata melalui media video, sehingga mendukung pengembangan pariwisata lokal yang berkelanjutan dan memberikan dampak positif bagi ekonomi lokal. Dengan memahami implementasi teknik penyutradaraan dalam pembuatan video promosi, pembuat video dapat menghasilkan konten yang lebih berkualitas dan menarik bagi wisatawan.

### **1.4 Manfaat**

#### **1.4.1 Manfaat Praktis**

Sebagai Sutradara dalam pembuatan video promosi “Eksplorasi Wisata: Mengungkap Keindahan Tempat Wisata di Kaliurang” dan ikut berkontribusi selama pra produksi, produksi, dan pasca produksi, mahasiswa mendapatkan manfaat serta pengetahuan baru sebagai berikut :

1. Mengembangkan kemampuan kerja sama tim dan memahami masing-masing anggota guna mencapai tujuan bersama dalam menciptakan lingkup produksi karya video promosi tempat wisata.
2. Memberikan manfaat dan mengembangkan keahlian teknik penyutradaraan kepada mahasiswa dalam proses pembuatan karya video promosi tempat wisata.

3. Meningkatkan pengalaman keterampilan dalam mengimplementasikan teknik penyutradaraan bagi mahasiswa dalam industri perfilman.

#### **1.4.2 Manfaat Akademis**

Adapun manfaat akademis yang diperoleh mahasiswa dalam pembuatan karya video promosi tempat wisata sebagai berikut :

1. Pemahaman tentang bagaimana video promosi tempat wisata dapat menjadi sarana komunikasi audio visual yang efektif dalam menyampaikan sebuah informasi kepada masyarakat maupun wisatawan.
2. Pemahaman mengenai cara mahasiswa mengimplementasikan teknik penyutradaraan dalam video promosi untuk memberikan aspek visual yang menarik.
3. Meningkatkan keterampilan teknis, dimana sutradara mempelajari berbagai macam teknik penyutradaraan, memastikan visual serta narasi sesuai dengan alur naskah yang baik, sehingga meningkatkan kualitas video promosi yang dihasilkan.