

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Indonesia memiliki keunggulan dibanding negara lain pada sektor wisatanya, keunggulan tersebut adalah harga paket wisata yang relatif lebih murah ketimbang dengan daerah lain. Keanekaragaman sumber daya alam yang dimiliki sehingga banyak pilihan tempat wisata untuk menarik wisatawan, saat ini sektor pariwisata menjadi salah satu prioritas pemerintah yang terdapat dalam visi dan misi Nawa Cita, dengan memasang target 20 juta wisatawan manca negara sampai 2019 menurut Ratih Swardhanie (Analisis kebijakan, pengembangan pemasaran, pariwisata mancanegara). Sektor pariwisata dapat memberi banyak manfaat, seperti menciptakan lapangan kerja, dan menyumbang pendapatan negara. Pariwisata memiliki peran penting dalam menciptakan lapangan kerja.

Kabupaten Kuningan adalah salah satu kabupaten yang berada di Jawa Barat, Indonesia, ibukota dari Kabupaten Kuningan itu sendiri yaitu Kuningan, potensi wisata di Kuningan dapat terbilang cukup banyak. Alamnya yang indah, potensi air terjun serta budayanya yang masih terjaga membuat Kuningan bisa menjadi andalan untuk alternatif liburan di Jawa Barat bahkan di Indonesia sekalipun. Ada sekitar 56 objek wisata pada tahun 2018 berdasarkan data yang penulis peroleh dari Dinas Pemuda, Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Kuningan, beberapa objek wisata di Kuningan yang sudah tidak asing lagi untuk wisatawan luar kota terutama untuk warga Kuningan seperti pemandian Cibulan, Curug Sidomba, Curug Putri dan sebagainya, namun masih ada beberapa lagi diantara tempat wisata di Kuningan yang belum terlalu diekspos. Walaupun belum diekspos lebih luas, pariwisata kuningan memiliki 2.147.577 orang yang sudah berkunjung pada akhir desember 2018 lalu berdasarkan data yang penulis peroleh dari Dinas Pemuda, Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Kuningan. Peningkatan angka pariwisata memang jelas terlihat meningkat, tetapi di sini Kabupaten Kuningan memiliki permasalahan yang cukup serius dengan objek wisata yang ada di Kabupaten Kuningan.

Permasalahan yang kini dihadapi Dinas Pemuda Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Kuningan adalah ada beberapa objek wisata yang sudah sangat berpotensi dari untuk dikunjungi tetapi masih banyak wisatawan yang belum mengetahui baik lokasi, keadaan hingga fasilitas di objek wisata tersebut, sehingga pengelola objek wisata tersebut kesulitan memasarkan potensi mereka, mengembangkan inovasi dan mengevaluasi objek wisata mereka. Apabila masalah ini tidak diselesaikan maka akan ada banyak dampak buruk untuk Kabupaten Kuningan seperti pada data objek wisata pada tahun 2015, terdapat objek wisata Tri Panca Tunggal, Agro Wisata Cibingbin dan PPGC Cibunar yang pada tahun 2017 objek wisata tersebut sudah tidak ada lagi menurut data yang diperoleh dari Dinas Pemuda, Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Kuningan. Saat ini ada lima objek wisata alam yang selama tiga tahun mengalami penurunan angka kunjungan pariwisata yang cukup mengkhawatirkan, objek wisata tersebut seperti Buper Paniis, Curug Sidomba, Cibulan, Taman Purbakala Cipari dan P.K Batu Cibuntu.

Pariwisata Kabupaten Kuningan saat ini masih dipromosikan dengan beberapa media yang kurang kreatif dan inovatif, hal tersebut dikarenakan belum adanya pemahaman untuk pembuatan *video* pariwisata dari Dinas Pemuda, Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Kuningan yang dimana *video* tersebut dapat meningkatkan angka kunjungan pariwisata di Kabupaten Kuningan. Saat ini *video* pariwisata yang ditemukan bukan produksi resmi dari Dinas Pemuda, Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Kuningan tetapi dari beberapa pembuat *video* perorangan yang memang mereka memiliki segmentasi audience masing-masing. Beberapa hal penting juga seperti penempatan media promosinya, lalu pengambilan gambar yang variatif dan pendistribusian *video* juga sangat berpengaruh untuk meningkatkan pariwisata Kabupaten Kuningan. Di sini cara meningkatkan minat wisatawan salah satunya dengan mengekspos *video* pariwisata Kabupaten Kuningan bisa di kota-kota lain, salah satu contohnya seperti penerapan *video* pariwisata di Bandara Internasional Kertajati Jawa Barat, Stasiun Cirebon, Stasiun Gambir, kantor bea cukai dan lain-lain.

Berdasarkan latar belakang masalah yang sudah dijabarkan, penulis akan merancang sebuah *video* pariwisata Kabupaten Kuningan. Media promosi yang kreatif dan inovatif seperti *video* pariwisata sangat dibutuhkan untuk dapat meyakinkan wisatawan untuk dapat memberikan informasi kepada wisatawan. Berdasarkan data yang diperoleh dari responden

yang mayoritas nya remaja yaitu usia 15-20 tahun, hal tersebut diperkuat oleh pernyataan dari Sekretaris Jenderal APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) bahwa keaktifan remaja di media sosial sebesar 49,52 %, mengalahkan dewasa, dan orang tua, sehingga penyebaran *video* pariwisata akan lebih jauh efektif. Media promosi pada *video* pariwisata lebih efektif, menarik, dan mudah dipahami karena memiliki konten *audio* dan *visual*, dengan dibuatnya *video* pariwisata Kabupaten Kuningan, wisatawan dapat langsung mengetahui gambaran lokasinya, kondisi lokasinya, letak lokasinya, bahkan tempat-tempat menarik yang ada di lokasinya sehingga mereka berminat untuk mengunjungi objek wisata tersebut dan menyebarkan potensi yang ada di Kabupaten Kuningan. Saat ini *video* pariwisata dapat berkembang pesat apalagi dengan adanya *platform YouTube* dan fitur *share video* di *Instagram* dan *Facebook*, sehingga wisatawan akan diyakinkan oleh visualisasi dari objek pariwisata tersebut.

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka didapatkan masalah sebagai berikut,

- 1) Kurangnya minat wisatawan untuk mengunjungi objek wisata di Kabupaten Kuningan.
- 2) Belum adanya media informasi tentang pariwisata di Kabupaten Kuningan dalam bentuk *video*.

1.3. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah diatas maka didapatkan rumusan masalah sebagai berikut,

- 1) Bagaimana menumbuhkan minat wisatawan untuk berkunjung ke Pariwisata Kabupaten Kuningan ?
- 2) Bagaimana membuat media informasi pariwisata Kabupaten Kuningan dalam bentuk *video* ?

1.4. Batasan Masalah

Masalah yang penulis sorot untuk pembuatan *video* pariwisata Kabupaten Kuningan ini hanya dalam sektor objek wisata yang dalam empat tahun ini memiliki penurunan angka kunjungan. Dari 56 objek wisata pada tahun ini, ada lima objek wisata alam (Buper Paniis, Curug Sidomba, Cibulan, Taman Purbakala Cipari dan P.K Batu Cibuntu) yang mengalami penurunan angka pariwisata sejak tahun 2015 hingga tahun 2018, dan yang akan penulis konsentrasikan hanya sebatas *video* pariwisata travelling, tidak dengan keseluruhan seperti wisata kuliner dan hotel.

1.5. Tujuan Perancangan

Penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan minat wisatawan untuk berkunjung ke Kabupaten Kuningan dan untuk meningkatkan angka kunjungan pariwisata Kabupaten Kuningan.

1.6. Metode Pengumpulan Data

Berikut adalah metode yang digunakan dalam pengumpulan data penelitian:

1.6.1 Studi Pustaka

Kajian teoretis, referensi serta secara literatur ilmiah lainnya yang berkaitan dengan budaya, nilai dan norma yang berkembang pada situasi sosial yang diteliti (Sugiyono, 2013: 142). Pengumpulan teori dan data akan berdasarkan sumber-sumber studi pustaka yang terpercaya, baik itu untuk data primer maupun data sekunder. Hal itu dilakukan untuk menjaga kekuatan teori dan hasil rancangan yang akan dilakukan penulis.

1.6.2 Observasi

Observasi merupakan teknik pengumpulan data, dimana peneliti melakukan pengamatan secara langsung ke objek penelitian untuk melihat dari dekat kegiatan yang dilakukan (Dr.Riduwan, 2014: 104). Observasi akan dilakukan langsung di lokasi objek wisata alam yang termasuk dalam batasan proyek di Kabupaten Kuningan.

1.6.3 Wawancara

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu yang dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu. Teknik wawancara yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah wawancara semi terstruktur (Prof. Dr. Lexy J. Moleong, 2017: 186). Tujuan dari wawancara semi terstruktur menurut Sugiyono (2013: 233) untuk menemukan permasalahan secara lebih terbuka, di mana pihak yang diajak wawancara dimintai pendapat, dan ide-idenya.

1.6.4 Kuesioner

Angket atau kuesioner merupakan sejumlah pertanyaan atau pernyataan tertulis tentang data faktual atau opini yang berkaitan dengan diri responden, yang dianggap fakta atau kebenaran yang diketahui dan perlu dijawab oleh responden (Sutoyo, 2009: 168). Responden yang dituju adalah wisatawan luar kota Kuningan, khususnya kalangan remaja yang menjadi mayoritas pengguna sosial media, karena hal tersebut akan efektif dalam penyebaran informasi, sehingga wisatawan dari luar kota pun dapat mengetahui objek wisata yang ada di Kabupaten Kuningan

1.7 Metode Analisis Data

Berikut ini adalah analisis data yang penulis gunakan dalam pembuatan video pariwisata kabupaten Kuningan:

1.7.1 Analisis Matriks

Analisis ini bertujuan untuk dapat menciptakan *output* yang lebih baik daripada karya-karya terdahulunya, dengan analisis ini sangat diperlukan pembandingan karya yang dirancang dapat meminimalisir kekurangan dan kesalahan yang ada dalam video tersebut.

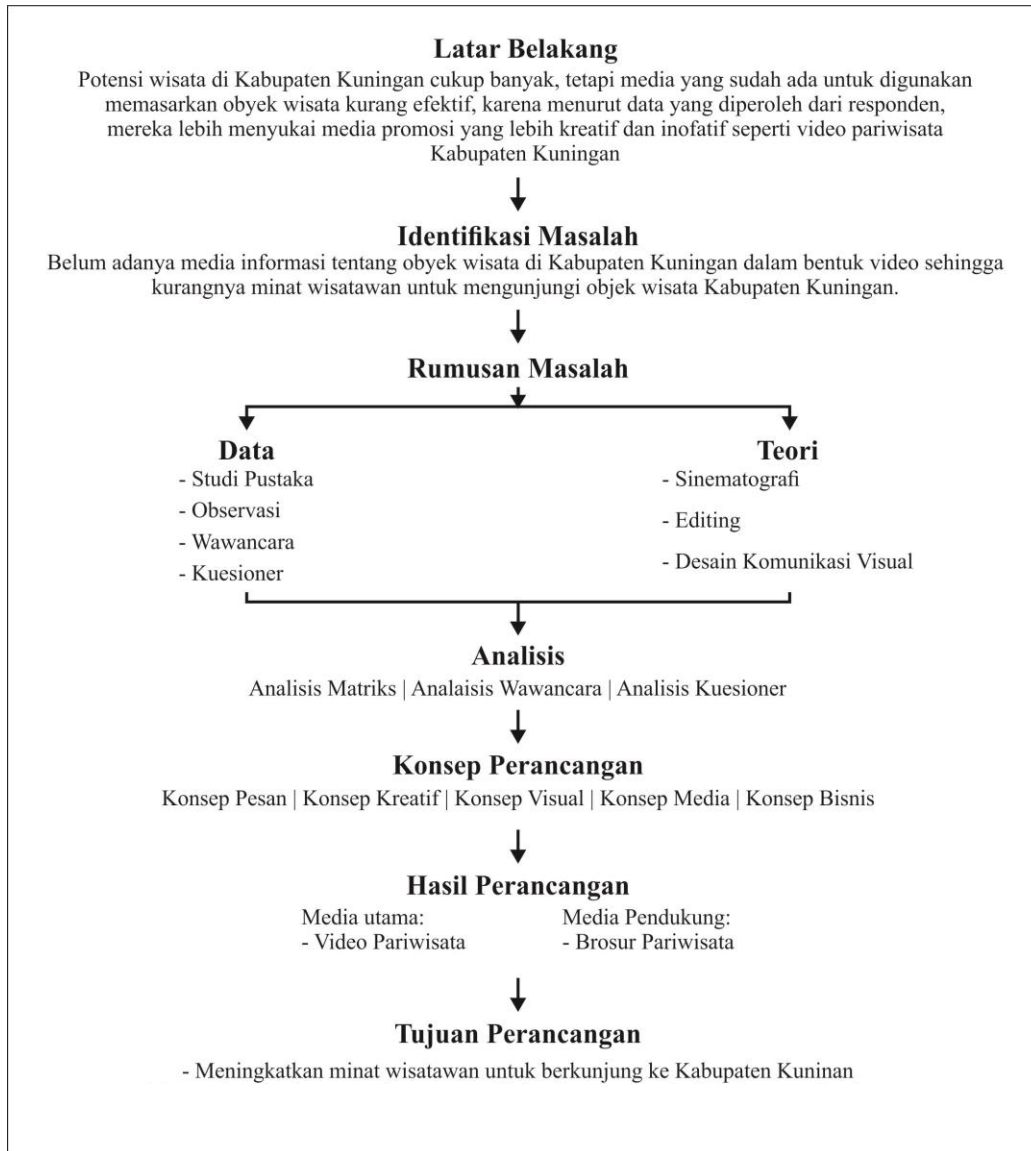
1.7.2 Analisis Wawancara

Analisis yang membuat suatu kesimpulan berdasarkan data hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti.

1.7.3 Analisis Kuesioner

Analisis ini hampir mirip dengan analisis wawancara, namun yang membedakannya adalah titik tumpu dari sumber datanya, yaitu data hasil kuesioner yang telah peneliti buat.

1.8 Kerangka Penelitian



Gambar 1.1 Kerangka Penelitian

(Sumber: Data Pribadi)

1.9 Sistematika Penulisan

Laporan tugas akhir ini terdiri dari 5 bab, antara lain:

Bab I Pendahuluan

Menjelaskan mengenai latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah tujuan, manfaat, batasan masalah, metode pengumpulan data, metode analisis data, kerangka penelitian dan sistematika penulisan.

Bab II Dasar Pemikiran

Menjelaskan landasan teori dari sinematografi, aspek kamera, teknik penggunaan kamera, *editing* dan desain komunikasi *visual* serta menjelaskan kerangka teori dan juga asumsi dari penulis berdasarkan teori yang sudah dijabarkan.

Bab III Pembahasan

Menjelaskan mengenai data dan analisis masalah yang berisi data institusi pemberi proyek, data khalayak sasaran, data proyek sejenis yang pernah dilakukan, hasil wawancara, analisis dan hasil pengolahan data

Bab IV Konsep dan Hasil Perancangan

Memaparkan konsep yang akan dirancang secara detail dan menyeluruh agar dapat menjadi acuan dalam pengerjaan proyek seperti konsep pesan, konsep kreatif, konsep *visual*, konsep media dan konsep bisnis. Selain itu di sini juga terdapat pendalaman produksi mulai dari *storyline*, *breakdown* peralatan, anggaran keuangan produksi, *timeline* produksi hingga pendistribusian atau pemasaran *video* .

Bab V Penutup

Menjelaskan mengenai kesimpulan akhir penelitian dan saran-saran yang direkomendasikan berdasarkan pengalaman di lapangan untuk perbaikan proses pengujian selanjutnya.