

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi yang dipengaruhi arus globalisasi merupakan dampak nyata perubahan kebutuhan pasar yang lebih maju. Hal ini juga berlaku dalam dunia pariwisata, dunia pariwisata yang dahulu dikelola secara manual, kini menjadi lebih canggih serta lebih mudah dikelola secara profesional dan modern. Tuntutan zaman dewasa ini pula yang mendorong para pelaku usaha kecil atau besar dibidang pariwisata harus selalu berkembang dan maju dalam segi pelayanan dan pemberdayaan. Bagi para pelaku bisnis pariwisata ini bukan hanya menjadi pekerjaan sampingan, namun telah menjadi sebuah mata pencaharian bahkan menjadi sebuah sumber pendapatan.

Promosi adalah sebuah suatu cara manajemen pemasaran yang dilakukan untuk mempromosikan suatu barang atau jasa. Promosi menjadi tumpuan suatu usaha pariwisata karena produk pariwisata bertumpu pada sebuah promosi. Melihat usaha promosi pariwisata di daerah kecil, masih banyak dilakukan secara konvensional dan seadanya hingga dari mulut ke mulut saja, bahkan tidak jarang orang asli dekat daerah setempat tidak tahu menahu tentang tempat wisata yang ada disekitar daerahnya karena tidak adanya media promosi yang efektif. Usaha promosi di daerah-daerah kecil biasanya masih terbatas mengingat kemampuan sumber daya manusia yang kurang dan masih menggunakan brosur, leaflet ataupun media konvensional lainnya sebagai media promosi.

Malang terkenal sebagai kota dengan dataran tinggi ada banyak gunung yang mengelilinginya diantaranya Gunung Kawi, Gunung Semeru, Gunung Arjuno, dan Gunung Kelud. Selain itu malang juga terkenal dengan beberapa kesenian dan tradisi yang sangat kental contohnya adalah Kesenian Jaranan, Tari Bleskalan (tarian selamat datang), Tari Topeng Malangan, dan sebagainya, selain kesenian adapun desa wisata yang terletak di desa Selorejo menawarkan objek wisata petik jeruk dan objek wisata lainnya yang bisa dikunjungi kapan saja.

Sentra wisata petik jeruk Selorejo sebagian besar penduduknya adalah petani dan pengepul jeruk, di sepanjang kawasan desa Selorejo para warga memiliki perkebunan jeruk dan menawarkan wisata petik jeruk sebagai salah satu andalannya. Sebagian besar jeruk yang ditanam di desa Selorejo adalah jeruk kupas dan jeruk peras atau nama lainnya adalah *baby java*, jeruk keprok, dan jeruk pacitan. Sedangkan untuk bibitnya sendiri para petani memasok bibit dari kawasan Batu dikarenakan bibit yang ditawarkan adalah bibit-bibit unggul pilihan. Tidak hanya itu terdapat kelompok tani yang terbagi berdasarkan daerah di desa Selorejo jadi tidak menjadi satu kesatuan hanya dibagi perdaerah saja sehingga para kelompok tani hanya berkumpul sesuai kelompok daerah saja. Adapun jeruk yang sudah siap dipanen adalah setiap 8-9 bulan sekali tergantung musim dan waktu menanam jadi tidak bisa dipanen setiap waktu tergantung masa tanam dan pembibitan.

Rute untuk menuju ke desa Selorejo dapat ditempuh dengan menggunakan Mobil maupun kendaraan bermotor karena jalan di desa Selorejo dapat diakses dengan kedua kendaraan tersebut dengan jarak 13km dari pusat kota Malang, jika pergi dalam jumlah berkelompok dengan menggunakan bus tidak disarankan karena akses jalan yang sempit untuk bus bisa masuk. Jika ingin menikmati indahnya dan manisnya jeruk Selorejo pengunjung harus membayar tiket masuk sebesar 20.000. Tentu saja kita diperbolehkan membawa pulang jeruk yang kita petik untuk buah tangan kepada keluarga dirumah, kita hanya perlu membayar Rp. 7000 per kilogramnya (tergantung masa panen dan harga bisa saja berubah). Perkebunan dikelola sendiri oleh warga melalui kelompok tani maupun secara personal, harga jeruk yang ditawarkan juga sangat terjangkau mulai dari harga Rp. 7000-8000 saja jika saat tidak musim panen raya, sedangkan saat musim panen raya harga jeruk perkilo bisa mencapai Rp. 5000 saja. Selain jeruk dijual oleh pengepul, jeruk yang ditanam juga diolah dengan cara diperas dan dijual dengan harga Rp. 7000 saja. Menurut Bapak Heri (petani dan pengepul jeruk) biji jeruk yang sudah busuk tidak serta merta langsung dibuang namun diolah lagi menjadi pupuk untuk menyuburkan tanaman sehingga tidak ada limbah sisa dari jeruk yang terbuang sia-sia. Dikarenakan struktur dan kelembaban tanah yang sangat pas sehingga desa selorejo sangat cocok ditanami jeruk. Selain itu terdapat juga kegiatan pengabdian desa yang dilakukan oleh mahasiswa pada tahun pertama berhasil meningkatkan pemahaman kelompok-kelompok masyarakat yang berupa: Gapoktan, Kelompok sadar wisata, PKK, Karang Taruna yang diberikan pelatihan pentingnya pelayanan prima kepada wisatawan. Sedangkan potensi yang dimiliki desa Selorejo

sangat besar sekali peluangnya bagi sebuah desa wisata yang berbasis alami, karena hamparan luas nya perkebunan jeruk yang alami dan indah serta hawa yang sejuk dan dikelilingi oleh beberapa pengunungan yang ada di Jawa Timur. Namun perangkat desa maupun tokoh desa juga menyadari kelemahan wisata petik jeruk ini dikeranakan buah jeruk hanya berbuah jika musim panen tiba yaitu sekitar 8-9 bulan lamanya. Akan dikembangkan potensi wisata agro yang lain yang mungkin bisa menjadi alternatif tempat wisata yang bisa dikunjungi oleh wisatawan kapan pun diantaranya: tanaman sayur hidroponik, bunga hias, perkemahan bedengan, serta pengelolaan air terjun.

Gambar 1.1

Gapura Desa Selorejo



Sumber: Olahan Penulis

Melihat potensi yang dimiliki desa wisata Selorejo dengan wisata petik jeruknya, sungguh sangat sayang jika manajemen promosi di desa ini hanya dilakukan dengan cara manual dan jadul. Potensi yang sangat besar tentu saja harus didukung dengan konsep promosi modern agar lebih efektif.

Video Profile, adalah salah satu produk kemajuan teknologi audio visual, secara betutur juga akan lebih mudah karena didukung gambar dan suara sebagai medium penyampai pesan. Video company profile adalah salah satu cara untuk melakukan promosi karena lebih modern, unik, dan menampilkan sebuah gambar dan suara.

Desa Selorejo terkenal dikenal sebagai sentra wisata petik jeruk, desa Selorejo sendiri berfokus pada pengembangan potensi wisata agro dan budaya contohnya wisata petik jeruk. Dalam proses pengembangannya sangat dibutuhkan strategi

promosi yang tepat dan dapat menarik pengunjung untuk datang untuk berkunjung ke desa Selorejo untuk kemajuan potensi wisata agro dan budaya serta untuk meningkatkan devisa pendapat warga sekitar.

Gambar 1.2

Perkebunan Jeruk



Sumber: Olahan Penulis 2019

Konsep promosi ini tidak hanya harus dapat menyampaikan bagaimana proses pemetikan dan pengolahan jeruk itu sendiri, dengan menonjolkan keunikan. Tanpa adanya keunikan, desa Selorejo tidak akan mempunyai daya tarik bagi masyarakat, karena sudah ditemukan ditempat lain yaitu keunikan dari sisi lahan jeruk yang begitu besar sekitar 750ha sebab jeruk menjadi *icon* desa selorejo. Secara singkatnya potensi wisata agro dan budaya yang ada di desa Selorejo ini membutuhkan suatu media promosi yang lebih efisien dan modern, efektif dan mudah dimengerti oleh khlayak, sehingga sebuah pesan dapat ditangkap dengan dengan seksama dan tentunya menarik untuk khalayak ramai. Salah satu media untuk menjawab kebutuhan desa Selorejo itu adalah pembuatan video profile. Karakteristik *video company profile* yang unik dan sederhana serta visualisasi yang menarik akan dapat menjual kepada khalayak atau masyarakat karena media audio visual adalah media yang sangat mudah untuk dilihat dan didengar banyak orang selain televisi, radio, dan surat kabar. Dengan menonjolkan keunikan dari desa Selorejo. Tentunya akan menjadi media promosi efektif yang digunkana oleh desa Selorejo untuk menarik para wisatawan.

Adapun media promosi yang dilakukan melalui Instagram, facebook, dan website milik bapak Suwaji(Pemilik kebun wisata petik Selorejo), hal ini tidak dilakukan oleh semua masyarakat karena keterbatasan SDM dan kurangnya

pendidikan masyarakat. Namun dalam praktek nyatanya, ketiga media tersebut belum dapat menjadi wadah informasi secara lengkap karena terbatasnya kemampuan sebuah media dalam menyampaikan informasi dan pesan kepada khalayak ataupun masyarakat. Informasi yang disampaikan sangat singkat dan terkesan hanya angin lalu karena hanya berupa gambar dan video amatir yang membuat kita juga malas untuk melihatnya karena tidak menarik perhatian. Oleh sebab itu dibutuhkan sebuah media yang tidak hanya menarik namun juga tidak monoton dan yang paling terpenting adalah jelas dan mengikuti perkembangan zaman, media promosi tersebut adalah berupa audio visual dimana media ini dapat memberikan informasi tidak hanya gambar namun juga audio yang akan lebih menarik tentunya sebagai media promosi agar masyarakat luas dapat tertarik untuk berkunjung ke desa wisata Selorejo.

Tidak hanya wisata petik jeruk desa Selorejo juga menyuguhkan objek wisata lain yang juga mempunyai potensi besar untuk dikembangkan seperti Bumi Perkemahan Bedengan yang menjadi salah satu objek wisata alam yang digemari oleh beberapa orang maupun komunitas seperti komunitas sepeda yang setiap *weekend* bersepeda hingga bedengan. Selain itu bedengan juga menjadi salah satu tempat bumi perkemahan untuk mereka yang ingin merasakan sensasi hidup dialam.

Gambar 1.3

Objek Wisata Bumi Perkemahan Bedengan



Sumber: Olahan Penulis 2019

Kurangnya perhatian dan kesadaran akan potensi yang dimiliki oleh desa Selorejo harus rangkum dalam sebuah karya audio visual yaitu *video company profile* desa, seperti halnya desa wisata yang lain memiliki daya saing dan pemberdayaan masyarakat yang sudah mulai maju. Dengan adanya *video company profile* desa Selorejo diharapkan agar para wisatawan yang berkunjung dapat semakin meningkat

dan terus bertambah setiap tahunnya karena penasaran dengan kearifan yang dimiliki oleh desa Selorejo itu sendiri. Menurut penulis ini adalah sebuah tantangan besar bagaimana penulis harus bisa meramu karya agar bisa dinikmati oleh setiap orang, hal ini juga yang mendasari penulis memiliki ketertarikan untuk membantu desa wisata yang sedang berkembang untuk terus berkembang dengan adanya video company profile sebagai media promosinya. Dengan rasa ketertarikan inilah penulis memberi judul karya tugas akhir ini dengan judul “DESA WISATA SELOREJO: HARTA KARUN DARI TIMUR JAWA”.

Berdasarkan latar belakang tersebut penulis tertarik membuat Video Company Profile karena menurut penulis media audio visual adalah cara menyampaikan pesan dengan suara dan gambar karena khalayak dapat melihat, mendengar sekaligus dalam satu media sehingga informasi yang disampaikan tidak hanya berbentuk audio namun juga dapat dilihat melalui visualnya.

1.2 Fokus Penelitian

Dalam *Video company profile* desa Selorejo yang akan penulis buat, didapat fokus permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana menyajikan *video company profile* desa wisata Selorejo sebagai media promosi efektif?
2. Bagaimana menyajikan kearifan lokal desa wisata Selorejo terhadap penduduk dan masyarakat luas?

1.3 Tujuan

Berdasarkan tujuan yang sudah penulis paparkan diatas maka, tujuan karya akhir ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui Potensi desa Selorejo melalui *video company profile* desa.
2. Mengetahui kearifan lokal desa wisata Selorejo terhadap penduduk dan masyarakat luas.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Aspek Teoritis

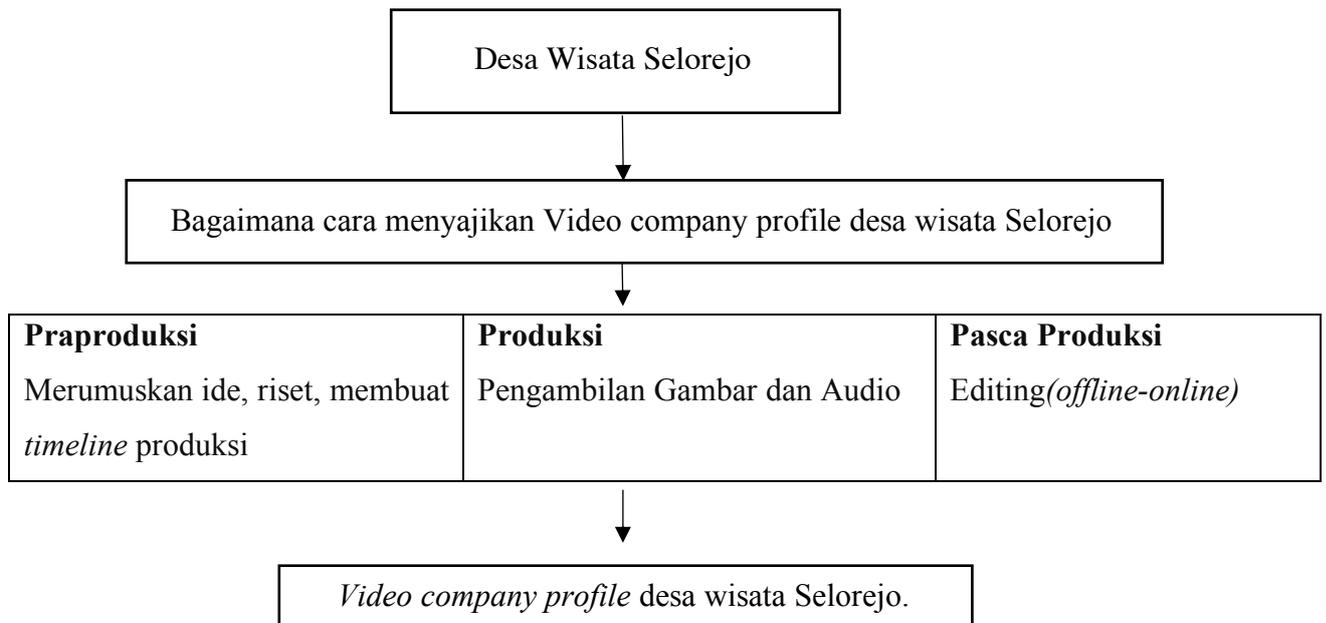
Karya akhir ini bermanfaat dalam pengembangan teori yang berkaitan dengan produksi *video company profile* desa. Selain itu karya akhir ini dapat juga dijadikan rujukan untuk karya akhir selanjutnya.

1.4.1 Aspek Praktis

Karya akhir ini diharapkan dapat menjadi sebuah media promosi yang efektif untuk branding sebuah jasa atau produk melalui produksi *video company profile* desa, sehingga akan lebih efektif jika disampaikan melalui gambar dan suara.

1.5 Skema Rencana Proyek

Table 1.1
Skema Rancangan Proyek



Sumber: Olahan Penulis 2019

1.6 Lokasi dan Waktu

Pelaksanaan Produksi “Video company profile wisata petik jeruk desa Selorejo” ini akan mengambil lokasi di kota Malang, tepatnya di desa Selorejo, Jawa Timur. Untuk pelaksanaan karya akhir ini diperkirakan mulai dari Maret 2019 hingga bulan Juli 2019. Berikut tabel perkiraan waktu tersebut :

Tahapan Kegiatan	November 2018	Januari 2019	Februari 2019	Maret 2019	Juli 2019
Mencari data & Riset					
Menyusun Proposal					
Desk Evaluation					
Produksi					
Editing					
Analisis Data					
Sidang Karya Akhir					

Sumber: Olahan Penulis 2019