

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pariwisata berasal dari dua kata, yakni *Pari* dan *Wisata*. *Pari* dapat diartikan sebagai banyak, berkali-kali, berputar-putar atau lengkap. Sedangkan *wisata* dapat diartikan sebagai perjalanan atau bepergian yang dalam hal ini sinonim dengan kata "*travel*" dalam bahasa Inggris. Atas dasar itu, maka kata "*Pariwisata*" dapat diartikan sebagai perjalanan yang dilakukan berkali-kali atau berputar-putar dari suatu tempat ke tempat yang lain, yang dalam bahasa Inggris disebut dengan "*Tour*". (Hermawan, 2016:115). Sedangkan menurut Anisa Riswan (2015:48). Pariwisata ialah segala kegiatan dalam masyarakat yang berhubungan Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, pariwisata merupakan segala sesuatu yang berhubungan dengan perjalanan untuk rekreasi, pelancong, turisme. Menurut Murphy (Anisa Riswan,2016:50) pariwisata adalah keseluruhan elemen-elemen terkait, seperti wisatawan, daerah tujuan wisata, perjalanan, industri dan lain sebagainya.

Pengembangan suatu tempat yang dijadikan daerah pariwisata diharapkan menjadi sumber dan potensi kegiatan ekonomi yang dapat diandalkan yang mampu menggalakkan kegiatan ekonomi, termasuk kegiatan sektor lain sehingga lapangan pekerjaan, pendapatan masyarakat, pendapatan daerah dan pendapatan negara, serta penerimaan devisa meningkat melalui upaya pengembangan dan pembangunan berbagai potensi kepariwisataan

nasional, dengan tetap memelihara kepribadian bangsa dan kelestarian fungsi serta mutu lingkungan hidup.

Sarolangun merupakan salah satu Kabupaten yang terletak di Provinsi Jambi, Indonesia. Kabupaten ini menyimpan begitu banyak pesona alam yang sangat menarik untuk dikunjungi, terutama yang berhubungan dengan pantai dan alam. Sarolangun sendiri memiliki *tagline* yang cukup unik, yaitu “sepucuk adat serumpun pseko”. (Disparpora, 2022:2) Bunyi *tagline* tersebut sangat mewakili dengan apa yang dimiliki oleh kabupaten tersebut. Mulai dari beragam destinasi wisata dan budaya yang ada di dalamnya. Tapi masih sedikit juga wisata di Kabupaten Sarolangun yang belum di Ekspos oleh dinas Pariwisata, salah satunya Wisata yang ada di Kecamatan Batang Asai, berada di kawasan eksotis dan natural yang memiliki pesona alam yang masih asri.

Batang asai adalah Kecamatan yang terletak di Kabupaten Sarolangun Provinsi Jambi, Batang Asai menjadi 6 kecamatan pertama setelah pemekaran Kabupaten Sarolangun pada tahun 1999, sejak saat itu lah sampai dengan 2024 jalan menuju ke lokasi tidak diperhatikan pemerintah, padahal Kecamatan Batang Asai mempunyai banyak keunggulan di bidang wisata alam nya. Salah satu objek wisata alam yang mulai muncul di Kabupaten Sarolangun adalah objek wisata yang terdapat di Kecamatan Batang Asai, karna sudah lebih dari 20 tahun sampai dengan awal tahun 2024 yang lalu, jalan menuju kesana baru rampung di selesaikan,yang biasanya pergi ke Batang Asai memakan waktu 5-6 jam sekarang dengan adanya jalan baru dan bagus dari pemerintah,sangat

memangkas waktu perjalanan menjadi 2 jam saja, dengan view menarik di setiap perjalanan.

Beberapa objek wisata alam yang ada di Batang Asai adalahh telun 7 bukit berantai, Telun Mombung, air terjun telun tujuh, Telun Sakti Seluro, arum jeram muaro Talang, dan masih banyak lagi yang belum di explore. Dengan masih banyaknya wisata di Batang Asai yang belum terekspose oleh media maupun masyarakat secara keseluruhan. Batang asai terletak di dataran tinggi, jadi tidak heran banyak objek wisata yang sekarang mulai berkembang dan sangat butuh wadah dan video promosi agar orang luas tahu bahwa batang asai punya beberapa objek wisata yang harus di kunjungi, dan memberi tahu bahwa ternyata Batang Asai sudah tidak seperti dulu lagi. Meskipun memiliki potensi wisata Alam yang besar, belum adanya media untuk mempromosikan objek wisata tersebut.

Adapun hasil wawancara penulis dengan beberapa masyarakat dan pengelola objek wisata di Kecamatan Batang Asai, masyarakat menjelaskan bahwa, objek-objek wisata yang ada di Batang Asai ini memiliki potensi yang tinggi dan juga masih asri, tetapi dikarenakan akses untuk menuju ke objek wisata alam serta kurangnya media promosi, mengakibatkan kurangnya minat wisatawan untuk berkunjung ke objek wisata alam Batang Asai Sarolangun ini. Bentuk promosi wisata di Kabupaten ini sudah ada sebelumnya, akan tetapi, dalam promosi wisata yang telah ada penulis melihat permasalahan, dimana promosi tersebut tidak begitu menampilkan semua wisata alam yang ada di Batang Asai. Oleh sebab itu tidak sedikit dari warga lokal yang masih belum mengetahui keberadaan tempat wisata di Batang Asai ini ini, sehingga

dengan adanya video promosi ini dapat menjangkau lebih banyak wisatawan penikmat alam yang ingin berkunjung ke batang asai dan melihat apa apa saja wisata alam yang ada di batang asai.

Promosi merupakan salah satu kegiatan pemasaran yang penting bagi perusahaan maupun sebuah instansi dalam upaya mempertahankan kelangsungan hidup serta meningkatkan kualitas barang atau jasa yang ditawarkan. Dengan adanya promosi diharapkan barang atau jasa yang ditawarkan dapat diterima dengan baik oleh masyarakat dan hasilnya tujuan perusahaan akan tercapai. Dalam mengelola sebuah promosi perusahaan maupun instansi harus memperhatikan media promosi yang tepat untuk digunakan.

Penggunaan media promosi bertujuan untuk memberitahukan kepada masyarakat tentang sesuatu dan mengajak mereka melakukan sesuatu. Salah satu media promosi adalah video promosi. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, video merupakan rekaman gambar hidup atau program televise untuk ditayangkan lewat pesawat televise, atau disebut juga bahwa video merupakan tayangan gambar bergerak yang disertai dengan suara. Azhar Arsyad (2016 : 49) menyatakan bahwa video merupakan gambar- gambar dalam frame, di mana frame demi frame diproyeksikan melalui lensa proyektor secara mekanis sehingga pada layar terlihat gambar hidup. Dari pengertian di atas dapat disimpulkan, bahwa video merupakan salah satu jenis media audio visual yang bisa menggambarkan suatu objek bergerak bersama-sama dengan suara alamiah atau suara yang sesuai. Kemampuan video melukiskan gambar hidup dan suara memberikan daya tarik tersendiri. Video

bisa menyajikan informasi, melihatkan proses, menjelaskan konsep-konsep yang rumit, mengajarkan keterampilan, singkat atau panjangnya waktu, dan mempengaruhi sikap.

Video merupakan media yang digunakan untuk merekam suatu moment atau kejadian yang dirangkum dalam sebuah sajian gambar serta suara yang dapat dinikmati pada kemudian hari, baik sebagai kenangan ataupun sebagai bahan kajian untuk mempelajari apa yang telah terjadi dan pernah terjadi. Dalam sebuah penelitian mengatakan bahwa pemikiran manusia dapat mentransfer informasi visual dengan sangat cepat dengan cara efisien serta permanen dibandingkan dengan mentransfer informasi secara tertulis atau verbal (Dur, 2017).

Berdasarkan pengertian menurut beberapa ahli di atas, dapat disimpulkan bahwa video merupakan salah satu bentuk media audio visual dan dapat menggambarkan suatu objek yang bergerak bersama dengan suara alamiah atau suara yang sesuai. Video menyajikan informasi, memaparkan proses, menjelaskan konsep yang rumit, mengajarkan keterampilan, menyingkat atau menambah waktu serta mempengaruhi sikap.

Maka dari itu, promosi wisata ini akan dibuat dalam bentuk video yang berjudul “PERANCANGAN VIDEO PROMOSI PARIWISATA KECAMATAN BATANG ASAI ,SAROLANGUN,JAMBI”.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang maka dapat diidentifikasi beberapa masalah yaitu:

1. Pada video promosi wisata Batang Asai sebelumnya belum mencakup semua objek wisata alam di Batang Asai.
2. Kurang nya video promosi dari wisata alam Batang Asai.
3. Belum banyak nya wisatawan luar kota yang berkunjung sehingga video promosi dapat menjadi opsi terbaik untuk media promosi wisata alam batang asai

C. Batasan Masalah

1. Perancangan video promosi wisata alam Batang Asai secara menyeluruh dan lebih modern.
2. Merancang video semenarik mungkin, agar bisa menjadi masukan dan referensi bagi wisatawan yang ingin berkunjung ke batang asai

D. Rumusan Masalah

Bagaimana merancang video promosi pariwisata Kecamatan Batang Asai agar dapat mencakup semua objek wisata alam yang ada di batang asai dan membuat nya semenarik mungkin?

E. Tujuan Perancangan

Tujuan pembuatan dari promosi wisata Batang Asai ini adalah sebagai berikut:

a. Tujuan Umum

Melalui promosi ini penulis ingin mengenalkan Batang Asai ini kepada wisatawan lokal maupun luar, bahwasanya masih ada keindahan wisata alam yang tersembunyi dan asri di Sarolangun. Dengan adanya promosi para wisatawan dapat mengetahui dengan pasti tempat tujuan

yang ingin mereka kunjungi. Membuka perhatian Dinas Pariwisata setempat untuk lebih meng-*explore* potensi wisata alam yang dimiliki oleh Sarolangun, sehingga mendorong Dinas Pariwisata dengan masyarakat setempat untuk ikut serta mengelola dan mengembangkan objek wisata tersebut. Promosi yang penulis buat dalam bentuk Video, menghasilkan Video yang berbeda dari video yang sudah ada pada wisata di Kecamatan Batang Asai sebelumnya, dengan membuat *video cinematic adventure*.

F. Manfaat Perancangan

1. Bagi Dinas Pariwisata Kecamatan Batang Asai Sarolangun

- a. Membantu dinas pariwisata dalam mengembangkan pariwisata di Kecamatan Batang Asai Sarolangun.
- b. Membuat video promosi objek wisata terbaru dengan menggunakan alat yang lebih lengkap dan terbaru

2. Bagi Target Audience

- a. Mendapatkan pengalaman baru dan pengenalan terhadap video promosi.
- b. Meningkatkan jumlah wisatawan yang berkunjung ke daerah Batang Asai.

3. Bagi Penulis

- a. Mengembangkan kemampuan penulis yang telah didapatkan selama perkuliahan.
- b. Meningkatkan kreatifitas dan pengembangan ide dalam lingkup komunikasi visual.
- c. Merancang media edukasi yang inovatif dan komunikatif.

4. Bagi Pengembangan Ilmu Pengetahuan

- a. Bermanfaat bagi Civitas Akademika Universitas Putra Indonesia
“YPTK” Padang dan seluruh perguruan tinggi lainnya
- b. Menambah referensi jurusan desain komunikasi visual maupun
Universitas mengenai perancangan video promosi objek wisata.
- c. Menjadi referensi untuk mahasiswa/I baru dalam berkarya nantinya.