

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Ekowisata atau ekoturisme merupakan salah satu kegiatan pariwisata yang berwawasan lingkungan dengan mengutamakan aspek konservasi alam, aspek pemberdayaan sosial budaya ekonomi masyarakat lokal serta aspek pembelajaran dan Pendidikan. Berpendapat bahwa konsep ekowisata, yaitu wisata yang menyuguhkan segala sumber daya wilayah yang masih alami, yang tidak hanya mengembangkan aspek lingkungan dalam hal konservasi saja, namun juga memberikan keuntungan bagi masyarakat sekitar, sebagai salah satu upaya pengembangan perdesaan untuk meningkatkan perekonomian lokal, dimana masyarakat di kawasan tersebut merupakan penggerak utama. (Rudiarto dkk, 2014)

Kabupaten Solok adalah tempat yang sangat kaya dengan potensi sumber daya alam yang dikenal oleh banyak orang. Khususnya sumber daya alam yang diolah menjadi objek wisata. Elemen penting yang tercipta di Kabupaten Solok adalah hamparan potensi alam yang luar biasa mampu diolah, ditata, serta dikembangkan oleh pemerintah setempat, tentunya dengan dukungan penuh dari masyarakatnya menjadi tujuan utama para traveler.

Di Kabupaten Solok terdapat satu tempat Ekowisata yang bernama Solok Radjo, Ekowisata Solok Radjo ini terletak di Lereng Bukit Tabuah, Jorong Koto, Nagari Aia Dingin Alahan Panjang, Kecamatan Lembah Gumanti, Kabupaten Solok ini ramai diserbu para wisatawan baik dari luar

kota maupun luar Provinsi Sumatra Barat. udara sejuk serta pemandangan alam nan asri dan memanjakan mata seolah menyambut kedatangan para wisatawan yang berkunjung kesini.

Kopi Arabika Khas Daerah Solok, menjadi menu andalan ditempat wisata ini, karena pengunjung bisa menikmati kopi langsung dari pohon kopinya, dengan racikan para barista dicoffe shop ekowisata ini. pengunjung bisa menikmati kopi specialty, manual brewing, espresso, capucino, serta latte. yang menjadi istimewanya dilokasi ini, para pengunjung juga bisa kemping dengan menginap di tenda-tenda glamping yang sengaja disewakan ditempat ini, sembari menikmati sensasi udara dan pemandangan pegunungan bukit tabuah yang masih asri. Dikarenakan dalam tahap perkembangan, masih kurangnya promosi yang dilakukan oleh pihak pengelola ekowisata berupa iklan komersil, jadi pada saat ini promosi yang dilakukan pengelola ekowisata hanya sebatas menggunakan media sosial yang menampilkan kondisi di Ekowisata Solok Radjo dalam bentuk video dokumentasi biasa.

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 media iklan luar ruangan. Media luar ruangan merupakan salah satu media yang diletakkan di luar ruangan yang pada saat ini telah menjadi bagian dari kehidupan masyarakat, yang memiliki tujuan menyampaikan pesan promosi suatu produk atau jasa. Banyak sekali jenis dari iklan media luar ruangan seperti, poster, *billboard*, spanduk, balon udara, neon box, dan *videotron*. Media sosial digunakan sebagai sarana untuk penyebaran informasi mengenai tempat wisata baru untuk menarik minat para wisatawan terhadap suatu daerah wisata melalui tayangan video yang menampilkan visual yang atraktif dan informatif. Cara penggunaan yang mudah dan tidak memerlukan biaya yang besar, dengan menekankan pada visual dan gambar. Strategi pemasaran ini, tentu berkaitan dengan komunikasi pemasaran

Dalam tahap perkembangan, masih kurangnya promosi yang dilakukan oleh pihak pengelola ekowisata Solok Radjo, oleh karena itu sesuai dengan perkembangan teknologi saat ini, tidak dapat dipungkiri lagi kekuatan dari media promosi berupa video, karena video dapat menawarkan cara yang paling menarik untuk berpromosi. Perancangan media promosi inilah yang akan membantu menginformasikan secara efektif dan efisien kepada masyarakat, guna meningkatkan kesadaran masyarakat akan keberadaan Solok Radjo.

Diharapkan dengan pembuatan video promosi ini, Solok Radjo semakin dikenal oleh masyarakat lokal maupun luar Sumatera Barat dan menjadi salah satu ekowisata unggulan di Kabupaten Solok.

Oleh karena itu, perancang tertarik mengambil judul “PERANCANGAN MEDIA PROMOSI SOLOK RADJO DALAM BENTUK AUDIO VISUAL”

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian tersebut, perancangan ini bertujuan untuk secara khusus mengenai Solok Radjo dengan tujuan membantu mempromosikan Solok Radjo menggunakan media promosi dalam bentuk audio visual.

Berdasarkan pada latar belakang masalah yang telah ditemukan di atas, maka identifikasi masalah yang terjadi adalah :

1. Pada saat ini strategi Solok Radjo dalam memperkenalkan potensi ekowisatanya masih kurang strategis.
2. Promosi yang dilakukan oleh pihak pengelola Solok Radjo hanya sebatas menggunakan *highlight* di media sosialnya.
3. Kurang menariknya promosi Ekowisata Solok Radjo sehingga kurang melekat di pikiran masyarakat.
4. Potensi ekowisata Solok Radjo belum banyak diketahui oleh masyarakat umum.

C. Batasan Masalah

Mengingat banyaknya perkembangan yang bisa ditemukan dalam permasalahan ini, maka perlu adanya batasan masalah yang jelas. Adapun batasan masalah pada penelitian ini hanya “Perancangan Media Promosi Solok Radjo Dalam Bentuk Audio Visual” dimana Audio Visual dipilih sebagai media utama karena dalam Audio Visual bisa memuat informasi, terlihat lebih efektif dan menarik.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas, Solok Radjo memiliki masalah pada sebuah promosi untuk mempromosikan tempat wisata kepada masyarakat sekitar maupun luar Sumatera Barat. Maka masalah yang dapat dirumuskan dalam perancangan ini adalah :

1. Bagaimana cara merancang sebuah video promosi yang efektif dan menarik, sehingga dapat memperkenalkan Solok Radjo kepada masyarakat lokal maupun luar Sumatera Barat?
2. Bagaimana membuat media promosi untuk mengenalkan potensi ekowisata Solok Radjo?

E. Tujuan Perancangan

Setelah penulis menemukan Batasan Masalah di atas. Maka tujuan perancangan laporan seminar pra karya akhir sebagai berikut:

1. Mempromosikan Solok Radjo sebagai salah satu ekowisata di Sumatera Barat
2. Mengenalkan potensi ekowisata yang ada di Solok Radjo
3. Meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan ke Solok Radjo
4. Membuat media promosi yang dapat diingat oleh masyarakat

F. Manfaat Perancangan

Dari semua uraian diatas, adapun manfaat yang dapat diperoleh dari perancangan media promosi Solok Radjo ini diantaranya :

1. Bagi Masyarakat
 - a. Agar meningkatkan angka kunjungan ke Solok Radjo

- b. Dapat menambah pengenalan Solok Radjo melalui video promosi

2. Bagi Perancang

- a. Mendapatkan pengalaman secara nyata dalam memecahkan persoalan karya ilmiah yang dihadapi sehingga dapat berguna untuk bekal dalam menentukan langkah di masa depan sebagai contoh media informasi yang efektif untuk dilakukan
- b. Sebagai bentuk penerapan ilmu yang berhubungan dengan Desain Komunikasi Visual di lain waktu
- c. Meningkatkan kreatifitas dan pengembangan ide dalam lingkup Komunikasi Visual
- d. Merancang media promosi yang kreatif dan komunikatif

3. Bagi Universitas

- a. Hasil karya rancangan dapat menjadi dokumen akademik yang berguna untuk dijadikan acuan bagi civitas akademika
- b. Agar dapat bermanfaat bagi civitas akademika Universitas Putra Indonesia “YPTK” padang dan seluruh perguruan tinggi.