

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pariwisata merupakan kegiatan yang melibatkan banyak sektor dan lembaga. Selain itu, pariwisata bukan hanya terkait dengan aspek ekonomi saja, tetapi juga aspek lingkungan, politik, dan sosial budaya. Menurut Berkahti (2015), Mengungkapkan, pariwisata pada dasarnya bersifat multidimensi baik dimensi lingkungan fisik, politik, sosial budaya, dan ekonomi Pariwisata.

Berbagai ragam tempat wisata telah berkembang pesat di tiap daerah yang berada di Provinsi Sumatera Barat, Kini tersedia keanekaragaman tempat wisata dengan berbagai keunikan baik dari segi fasilitas, keindahan, maupun tujuan dan manfaat wisata itu sendiri. Hampir di semua kota Provinsi Sumatera Barat memiliki tempat wisata yang mampu memikat para pengunjung dengan banyak keunikan nya masing-masing, begitupun dengan pariwisata Kabupaten Dharmasraya.

Dharmasraya merupakan suatu kabupaten yang berada di utara Sijunjung, tepatnya di timur Provinsi Riau, selatan Bungo, Tebo Jambi dan baratnya Solok. Kabupaten ini berdiri pada 7 Januari 2004. Kabupaten Dharmasraya merupakan kabupaten yang mekar dari Kabupaten Sijunjung. Kabupaten kecil memiliki topografi yang sangat

unik karna dikelilingi oleh perbukitan dan juga di aliri oleh sungai batang hari. Dharmasraya merupakan salah satu kabupaten yang memiliki potensi strategis dalam pengembangan industri pariwisata baik dari wisata budaya, sejarah ataupun kesenian dan keindahan alamnya.

Di kabupaten Dharmasraya terdapat beberapa tempat wisata popular yang sering dikunjungi oleh masyarakat setempat maupun luar daerah, salah satunya adalah wisata keluarga Alinia park & resort. Alinia Park & Resort beralamat di Jorong Lawai, Nagari Sitiung, Kabupaten Dharmasraya. Objek wisata baru di Kabupaten Dharmasraya tersebut memiliki potensi yang luar biasa untuk bisa menjadi objek wisata yang popular baik di Dharmasraya maupun Sumatera barat. Alinia Park and Resort di dirikan oleh *Drs. Marlis, M.M.*, yang memiliki luas total 5 hektar dengan diisi berbagai macam fasilitas seperti penginapan, aula, dan juga berbagai macam wahana permainan. Alinia Farm & Resort dibuka pada 18 Februari tahun 2022 dan menjadi tempat wisata keluarga yang bertemakan wisata alam dengan nuansa perdesaan korea. Dengan memiliki tema nuansa korea akan lebih menambah minat dan ketertarikan masyarakat untuk berkunjung ke Alinia Park & Resort mengingat jaman sekarang ini demam korea sudah sangat popular dikalangan masyarakat.

Alinia Park and Resort juga menawarkan beragam wahana yang bisa dinikmati oleh pengunjung seperti, memanah, berkuda, atv, bomcar, kolam renang, play groud anak, fotobox, dan tempat foto foto yang

instagramebel. Selain wahana yang dimiliki Alinia Park & Resort juga dilengkapi dengan beberapa jenis penginapan yang bisa di pilih pengunjung untuk bermalamam atau untuk sekedar istirahat seperti, villa, homestay, coutage, dan glamping. Untuk bisa memasuki kawasan wisata Alinia Farm & Resort pengunjung bisa membayar sebesar 30 rb untuk tiket biasa dengan free 3 wahana sedangkan untuk tiket terusan sebesar 50 rb pengunjung bisa mendapatkan free 9 wahana permainan.

Dengan masih masih barunya keberadaan Alinia Park & Resort sehingga masih banyak dari kalangan masyarakat yang belum megetahui keberadaan dari Alinia Park and Resort. Bentuk promosi Alinia Park & Resort belum terlalu menarik perhatian khalayak ramai untuk datang ke wisata Alinia Park & Resort ini. Pentingnya suatu program periklanan dalam bentuk promosi yang akan di sampaikan kepada masyarakat sebagai target *audient*, salah satu bentuk media promosi yang tepat untuk mempromosikan Wisata Alinia Park and Resort adalah dalam bentuk video company profile karena dengan media audio visual pesan yang akan di sampaikan akan lebih efektif untuk mencakup masyarakat luas dan menimbulkan daya tarik terhadap perkembangan isata Alinia Park & Resort. Untuk mendukung suksesnya perancangan promosi tersebut menggunakan audio visual yang dipakai untuk promosi tersebut. Dengan adanya penambahan unsur desain pada company profile akan dapat mendukung kesuksesan dalam perancangan promosi tersebut. Media

publikasi video merupakan media paling informatif, sebab video merupakan media publikasi yang dapat menyampaikan pesan dan kesan secara deskriptif, dengar pandang secara visual (Mufarokah: 2009).

Menurut Mufarokah (2009:104), Media video mampu menyampaikan pesan dalam cakupan yang cukup luas dibandingkan dengan media publikasi yang lain seperti radio atau media cetak. Fleksibilitas yang terdapat pada video juga mampu menempatkan video sebagai media dengan multi device, seiring perkembangan era teknologi, video tidak hanya dapat di salurkan melalui media elektronik seperti televisi, melainkan juga mampu diunggah diberbagai situs popular yang terdapat di internet, sehingga cukup baik dalam memperkenalkan obyek wisata Kabupaten Dharmasraya kepada calon wisatawan.

Berdasarkan permasalahan yang di uraikan membuat sebuah perancangan media promosi Wisata Alinia Park & Resort melalui media audio visual sehingga pesan yang di sampaikan menjadi efektif dan efisien. Pemilihan promosi berupa sebuah video company profile dipilih karena media video dapat menampilkan gambar bergerak sehingga dapat menampilkan tampak keseluruhan dari Alinia Park & Resort dengan cara yang lebih menarik dan dengan diiringi sebuah Sound membuat video lebih menarik untuk. Informasi didalam video juga dapat disampaikan dengan penambahan talent beserta teks-teks ataupun animasi teks yang menjelaskan Alinia Park & Resort. Video iklan ini akan

ditayangkan melalui media sosial instagram, dan youtube Alinia Park & Resort.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut dapat identifikasi masalah-masalah sebagai berikut :

1. Wisata Alinia Park & Resort memiliki potensi baik untuk menjadi tempat popular tetapi banyak masyarakat dan wisatawan luar yang masih belum mengetahui Alinia Park & Resort.
2. Masih terbatasnya media informasi yang menampilkan data yang singkat, mudah dipahami, dan data yang telah diperbarui mengenai destinasi wisata Alinia Park & Resort.
3. Belum adanya promosi berbentuk video company profile yang efektif beserta media pendukungnya.
4. Data promosi yang dilakukan Alinia Park & Resort sekarang masih belum menjangkau semua kalangan masyarakat.
5. Strategi apa yang digunakan dalam merancang video company profile dan penunjangnya sebagai infomasi Wisata Alinia Park & Resort yang tepat dan sesuai agar masyarakat tertarik untuk mengunjungi Wisata Alinia Park & Resort.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, karena wisata Alinia

Park & Resort membutuhkan sebuah promosi berupa video company profile untuk menarik masyarakat agar berkunjung dan datang ke Alinia Park & Resort. Maka penulis membatasi masalah pada:

1. Kurangnya promosi Wisata Alinia Park & Resort dalam bentuk video company profile.
2. Melakukan penyampaian informasi tentang Pariwisata Kabupaten Dharmasraya berupa video company profile.
3. Media promosi dalam bentuk video ini akan menampilkan bagaimana penampilan Alinia Park & Resort ini serta memperkenalkan kepada masyarakat luas tentang keindahan dan fasilitas-fasilitas apa saja yang di miliki Alinia Park & Resort.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan batasan masalah diatas, Alinia Park & Resort memiliki masalah pada promosi berupa video company profile yang mana untuk mengenalkan Alinia Park & Resort ini kepada masyarakat sekitar dan masyarakat luas. Maka masalah yang dapat dirumuskan dalam perancangan ini adalah :

1. Bagaimana menjadikan video company profile yang di rancang ini bisa menjadi media yang menarik minat masyarakat sekitar dan masyarakat luas untuk berkunjung ke wisata Alinia Park & Resort?

2. Bagaimana merancang sebuah video company profile yang efektif, inofatif serta menarik, sehingga dapat menarik masyarakat sekitar dan masyarakat luas untuk berkunjung ke wisata Alinia Park & Resort?
3. Bagaimana memperkenalkan Alinia Park & Resort yang ada di Dharmasraya kepada wisatawan luas.

E. Tujuan Perancangan

Adapun tujuan yang hendak dicapai penulis dalam perancangan mediapromosi Wisata Alinia Park & Resort dalam bentuk Video ini antara lain :

1. Merancang audio visual dalam bentuk video company profile yang komunikatif dan informatif agar dapat menarik masyarakat sekitar dan masyarakat luas untuk mengunjungi Alinia Park & Resort.
2. Menciptakan sebuah video company profile yang dapat memperkenalkan lebih luas Wisata Alinia Park & Resort.
3. Meningkatkan minat dan daya Tarik masyarakat agar berkunjung ke Alinia Park & Resort.

F. Manfaat Perancangan

1. Bagi Perancang
 - a. Mengetahui proses perancangan media yang baik, menarik dan komunikatif.

- b. Melalui perancangan ini, perancang dapat menerapkan ilmu yang telah di peroleh selama menjalani perkuliahan di fakultas Desain Komunikasi Visual.
 - c. Meningkatkan kreatifitas dan pengembangan ide dalam lingkup Komunikasi Visual.
2. Bagi Masyarakat
 - a. Mengoptimalkan tempat wisata di Dharmasraya.
 - b. Menjangkau minat masyarakat agar tertarik untuk berkunjung ke Alinia Park & Resort.
 3. Bagi Universitas Putra Indonesia “YPTK” Padang
 - a. Dapat bermanfaat bagi seluruh civitas akademika Universitas Putra Indonesia “YPTK” Padang dan seluruh perguruan tinggi lainnya.
 - b. Hasil karya dapat dijadikan dokumentasi civitas akademika Universitas putra Indonesia “YPTK” Padang
 - c. Dapat dijadikan sebagai bahan referensi tambahan di perpustakaan akademika Universitas putra Indonesia “YPTK” Padang, serta sebagai bahan bagi rekan rekan mahasiswa nantinya untuk melanjutkan peranannya penelitian yang serupa di akademika Universitas putra Indonesia “YPTK” Padang.