BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan negara yang sangat kaya akan budaya dan sumber daya alam, sehingga Indonesia memiliki potensi besar dalam industri pariwisata. Industri pariwisata di Indonesia memiliki peran penting dalam mendukung perekonomian nasional. Saat ini industri pariwisata sedang berkembang dan memberikan dampak positif bagi perkembangan negara dan lingkungan sosial ekonomi sekitarnya. Beragam destinasi wisata yang tersebar di seluruh penjuru negeri menawarkan keindahan alam, budaya, dan sejarah yang unik. Salah satu destinasi wisata yang berpotensi besar adalah wisata Mata Air yang sama sekali tidak kalah dengan wisata lain karena masih asri dan alami (Rina Wulansari, 2019).

Destinasi wisata mata air menjadi destinasi yang menarik karena sumber mata airnya yang alami dan kejernihannya yang tinggi. Tempat-tempat ini sering menarik wisatawan karena keindahan alam dan suasananya yang menenangkan. Mata air sering dianggap sebagai tempat menyegarkan dan menawarkan pengalaman unik kepada pengunjung. Mata air seringkali dijaga alami dan bersih untuk menjaga kualitas air dan keaslian lingkungan sekitarnya. Banyak destinasi wisata mata air yang menjadi daya tarik bagi wisatawan yang mendambakan pengalaman alam yang menyegarkan dan menyejukkan, salah satu tempat wisata

mata air yang ada di Provinsi Jawa Tengah, Kabupaten Klaten yang terkenal adalah Umbul Manten (Ari et al., 2018).

Umbul Manten merupakan salah satu destinasi wisata yang berlokasi di Desa Sidowayah, Kecamatan Polanharjo, Kabupaten Klaten. Tempat ini merupakan sumber mata air alami yang terkenal dengan keindahan alamnya yang dikelilingi alam hijau dan pemandangan yang menakjubkan. Umbul Manten juga terkenal dengan airnya yang jernih dan keindahan bawah lautnya yang menakjubkan. Selain itu, tempat ini menjadi daya tarik wisatawan untuk bersantai, berenang, dan menikmati keindahan alam yang menyejukkan (Fazriah Oktaviani et al., 2019).

Teknologi Informasi (TI) memiliki peran yang signifikan dalam mengembangkan pariwisata pedesaan dengan memberikan berbagai manfaat. Pertama, TI memungkinkan desa-desa untuk memasarkan destinasi wisata mereka secara global melalui *platform online* seperti situs web, media sosial, dan aplikasi perjalanan. Hal ini dapat meningkatkan visibilitas dan menarik wisatawan dari luar kawasan untuk mengunjungi pedesaan. Kedua, sistem reservasi dan pemesanan *online* mempermudah wisatawan untuk merencanakan dan mengatur perjalanan mereka, mulai dari akomodasi hingga pengalaman lokal yang ditawarkan di desa. Ketiga, TI memungkinkan pengembangan infrastruktur digital seperti Wi-Fi dan akses internet yang stabil, yang penting untuk mendukung layanan informasi kepada wisatawan dan meningkatkan pengalaman mereka. Keempat, dengan analitik data, desa-desa dapat memahami preferensi dan perilaku wisatawan, sehingga mereka dapat menyediakan pengalaman yang lebih

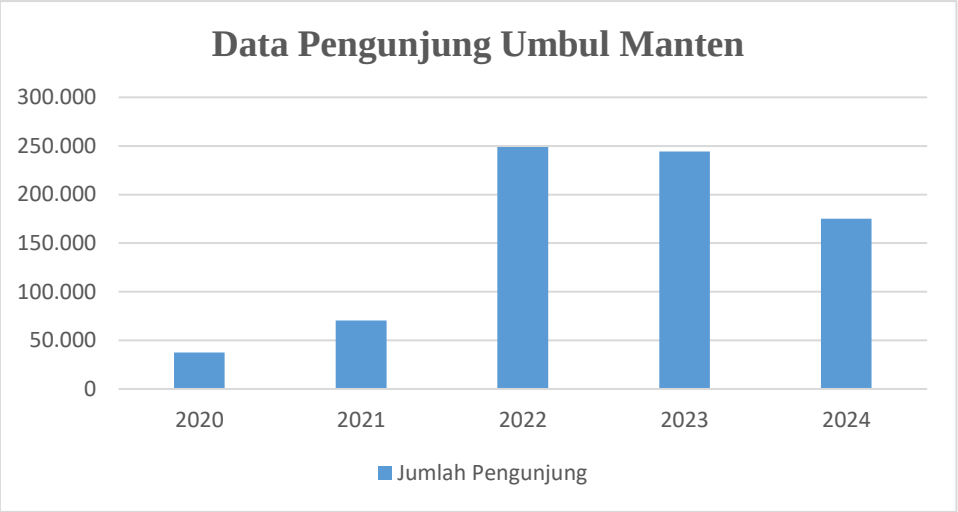
personal dan relevan. Terakhir, TI membantu dalam mengelola dan mempromosikan warisan budaya serta produk lokal desa secara efektif, memperkuat identitas dan daya tarik wisata. Secara keseluruhan, integrasi TI dalam pariwisata pedesaan tidak hanya meningkatkan pertumbuhan ekonomi lokal tetapi juga melestarikan dan mempromosikan kekayaan budaya dan alam pedesaan secara berkelanjutan (Hadis Turmudi, 2020).

Untuk membuat video ini untuk mempromosikan wisata Mata Air, digunakan berbagai teknik pembuatan. Peneliti akan menggunakan teknik *Live Shoot* untuk melakukan penelitian. Teknik ini mengambil atau merekam video di lokasi secara langsung. Dalam produksi seperti acara televisi, film dokumenter, dan video perusahaan, teknik ini digunakan dengan baik untuk menampilkan situasi sebenarnya dan meningkatkan kredibilitas video (King, 2018).

Teknik selanjutnya, peneliti akan menggunakan gabungan antara *live shoot* dan Animasi 2D. Animasi 2D adalah animasi yang menghasilkan gambar bergerak dalam dua dimensi. Animasi ini melibatkan pembuatan kumpulan gambar yang digambar secara manual atau digital, yang kemudian diputar secara berurutan untuk memberikan ilusi gerakan. Animasi 2D sangat efektif untuk menyampaikan informasi dan materi secara spesifik dan akurat dengan cara yang lebih sederhana dan menarik perhatian audiens. Dengan memadukan kedua teknik tersebut, adanya *Live Shoot* dan visual yang berisi gambar animasi, membuat peneliti memilih teknik ini untuk pembuatan video media promosi (Soenyoto, 2017).

Berdasarkan wawancara peneliti pada hari Jum'at, tanggal 31 Mei 2024, bersama Pengelola wisata Mata Air Umbul Manten yaitu Mas Alwan menjelaskan bahwa sebelumnya terdapat jurnal penelitian juga. Yaitu, pada penelitian (Ari (2018), penelitian ini membahas tentang analisa keputusan berkunjung ke Umbul Manten yang menyatakan bahwa promosi sosial media dapat meningkatkan keputusan berkunjung ke Umbul Manten Klaten secara signifikan. Wisata Mata Air ini belum memiliki *website* sendiri, dan juga promosi di wisata mata air ini masih menggunakan foto dan video biasa saat berekreasi ke wisata ini dari konten pengunjung yang di *upload* di sosial media seperti Instagram, kemudian di *repost* di *story* dan postingan Instagram wisata Mata Air Umbul Manten. Maka, peneliti membuat penelitian video sebagai media promosi dengan teknik *Live Shoot* dan Animasi 2D supaya dapat menyampaikan informasi yang lebih informatif.

Pada gambar grafik di bawah ini bisa disimpulkan bahwa rata-rata jumlah wisatawan Mata Air Umbul Manten mengalami kenaikan yang cukup signifikan dalam 5 tahun terakhir, dari tahun 2020 sampai 2024. Untuk mempertahankan dan meningkatkan jumlah wisatawan ini di tahun-tahun berikutnya, beberapa strategi perlu diterapkan untuk menarik lebih banyak wisatawan dan memberikan informasi lebih lengkap tentang wisata Mata Air Umbul Manten kepada khalayak luas melalui berbagai *platform*, tidak hanya di sosial media.



Gambar 1.1 Grafik Jumlah Wisatawan Umbul Manten

Dengan adanya peningkatan jumlah wisatawan setiap tahunnya membuktikan bahwa wisata Mata Air Umbul Manten memiliki daya tarik tersendiri dan perlu optimalisasi untuk kedapannya agar jumlah wisatawan semakin meningkat lagi. Video promosi ini juga bisa menambah konten sosial media wisata mata air itu sendiri, dan nantinya peneliti akan mengunggahnya ke YouTube dan disebarluaskan ke *platform* lainnya tidak hanya di sosial media, agar mempertahankan dan meningkatkan jumlah wisatawan di tahun-tahun kedepannya.

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, wisata mata air Umbul Manten memerlukan media promosi dalam hal ini adalah video promosi. Alasan perlu dibuat video promosi, dikarenakan promosi di wisata Mata Air ini masih menggunakan foto dan video biasa yang hanya di upload ke sosial media yaitu Instagram. Teknik pembuatan video dengan *Live Shoot* dan *Motion Graphic* 2D yang peneliti gunakan jarang diketahui dan belum ada yang menggunakannya di kawasan destinasi wisata tersebut. Dengan teknik *Live Shoot* yang berdurasi lebih

lama akan mengambil semua informasi secara lengkap yang ada di destinasi wisata dibandingkan dari iklan video lainnya yang hanya 30 detik atau 1 menit. Kemudian dikombinasikan dengan Animasi 2D yang akan memberikan variasi alternatif dan menambah visualisasi yang menarik kepada para audiens. Maka dari itu peneliti membuat judul penelitian "Pembuatan Video Sebagai Media Promosi Wisata Dengan Teknik *Live Shoot* dan *Motion Graphic* 2D" untuk memberikan variasi alternatif media informasi supaya menarik lebih banyak minat calon wisatawan dan menyampaikan informasi yang lebih lengkap tentang wisata Mata Air Umbul Manten agar menjangkau khalayak yang lebih luas melalui berbagai *platform* lain, seperti YouTube tidak hanya di Instagram.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan di atas, maka dapat dirumuskan suatu permasalahan sebagai berikut:

a. Bagaimana pembuatan video promosi wisata Mata Air Umbul Manten dengan teknik *Live Shoot* dan *Motion Graphic*?
b. Bagaimana mengetahui tingkat kelayakan video promosi wisata Mata Air Umbul Manten?

1.3. Batasan Masalah

Pada penelitian yang akan dilakukan peneliti mempunyai batasan masalah, adapaun batasan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

a. Berfokus pada pembuatan video promosi secara spesifik pada objek wisata Mata Air Umbul Manten dengan menggunakan teknik *Live Shoot* dan *Motion Graphic* 2D.
b. Menggunakan *Software Adobe Illustrator, Adobe Premiere Pro, Adobe Photoshop dan Adobe After Effect*.
c. Menguji kelayakan menggunakan kuesioner dari pengelola dan para wisatawan.
d. Durasi Video Promosi yang akan dibuat ± selama 6 menit dan akan di *upload* ke *platform* media sosial dan YouTube.

1.4. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini meliputi :

a. Mengetahui pembuatan video promosi wisata Mata Air Umbul Manten dengan teknik *Live Shoot* dan *Motion Graphic.*
b. Mengetahui tingkat kelayakan video promosi wisata Mata Air Umbul Manten.

1.5. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dalam penelitian ini sebagai berikut :

a. Bagi peneliti :
   1) Untuk meningkatkan kemampuan teknis.
   2) Sebagai portofolio video *Motion Graphic* untuk konten kreator.
   3) Sebagai syarat kelulusan akademik gelar Sarjana untuk peneliti.

b. Bagi wisata mata air Umbul Manten :

   1) Menarik minat dan menambah pengunjung/wisatawan.

   2) Menambah konten sosial media wisata Mata Air Umbul Manten.

c. Bagi STMIK AMIKOM Surakarta : Menambah pustaka penelitian.