

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Sektor pariwisata memiliki prospek yang menjanjikan dalam pemasukan devisa negara. Saat ini di Indonesia memiliki tempat pariwisata yang mulai banyak dikembangkan oleh pemerintah setempat dan mulai dikenal luas oleh masyarakat lokal maupun mancanegara. Menurut Marpaung (2002:78) pengertian obyek dan daya tarik wisata adalah suatu bentuk dari aktivitas dan fasilitas yang berhubungan, yang menarik minat wisatawan atau pengunjung untuk datang ke suatu daerah atau tempat tertentu. Bali merupakan salah satu daerah di Indonesia yang memiliki banyak sekali jenis objek wisata, salah satu daya tarik pariwisata pulau Bali adalah keindahan dari objek wisata pantainya yang memiliki banyak sekali pantai unik dan indah. Saat ini wisatawan yang berlibur ke Bali tidak hanya tertarik mengunjungi pantai Kuta atau pantai Tanjung Benoa, melainkan mereka mulai melirik pantai-pantai yang ada di pulau Nusa Penida, Bali.

Di Nusa Penida ada banyak sekali objek wisata pantai dengan pemandangan yang sangat unik, salah satunya yaitu *Kelingking Beach*. Menurut artikel website dari Gotravela Indonesia (2018) *Kelingking Beach* merupakan salah satu destinasi wisata favorit yang mendapat perhatian para wisatawan, baik lokal maupun mancanegara. Pantai ini memiliki pemandangan yang luar biasa indah. Tidak hanya menyuguhkan kawasan pantai berpasir putih, tetapi juga samudera luas yang dapat dilihat dari area atas tebing. Warna laut yang biru, bisa terlihat dari kejauhan pantai yang berbentuk jari kelingking (yang menjadi asal mula pengambilan namanya). Ada banyak aktivitas dan spot foto yang dapat dilakukan disini. Kebanyakan yang berkunjung ke Pantai Kelingking ini adalah anak muda sampai dengan orang dewasa yang ingin eksis di media sosial, mereka banyak mengambil foto dengan ber latarbelakang keindahan pantai Kelingking. Ada juga beberapa wisatawan yang memiliki nyali besar dan fisik yang prima, rela untuk menuruni tebing pantai yang curam menuju kebawah ke bibir pantai, hanya untuk mendapatkan spot foto yang indah dan juga pengalaman ekstrim menuruni tebing.

Jika objek wisata *Kelingking Beach* ini terus dikembangkan dengan baik, maka Kecamatan Nusa Penida akan terus maju dalam sektor pariwisatanya.



Gambar 1. 1 Pantai Kelingking

Sumber : (Dokumentasi Pribadi 2022)

Untuk menarik minat wisatawan yang berkunjung diperlukan media promosi yang tepat, disini perancang menggunakan video promosi media sosial sebagai media utama yang menarik untuk meningkatkan jumlah wisatawan dengan menunjukkan ciri khas dan kegiatan berlibur yang belum di kenal masyarakat luas serta mampu memberikan informasi secara tepat untuk para wisatawan. Promosi menggunakan media video dipilih karena dinilai lebih efektif. Menurut statistik Wyzowl, konten video untuk pemasaran mulai dipakai oleh 63% bisnis. Dari 82% bisnis tersebut menilai strategi yang paling penting adalah dengan melakukan video marketing atau pemasaran dengan video. Studi menunjukkan sebuah explainer-video memberikan hasrat untuk membeli sebuah produk tersebut kepada 74% pengguna yang menontonnya. (Suprobo, 2017). Oleh karena itu penulis memilih video sebagai media promosi Pantai Kelingking, Nusa Penida. Cara untuk mempromosikan video tersebut adalah dengan menggunakan media sosial. Pada era digital, media sosial saat ini telah menjadi trend dalam komunikasi pemasaran.

Ada beberapa media sosial yang sedang booming saat ini antara lain Whatsapp, Instragam, Twitter, Line, TikTok, Facebook, Telegram, Youtube, dan lain-lain. Bagi orang-orang yang ingin diakui eksistensinya oleh masyarakat luas melalui media sosial biasanya akan menggunakan media sosial yang bersifat terbuka seperti Instagram, Facebook, Tiktok, atau Youtube. Karena melalui media sosial inilah tempat yang bisa secara bebas dan terbuka dalam berinteraksi. Sehingga banyaknya update status serta postingan yang dimiliki adalah salah satu bentuk jika ingin dikenal secara luas.

Berdasarkan hasil laporan wearesocial.com yang diakses dari artikel online berjudul *Indonesian Digital Report 2021*, pengguna internet Indonesia mencapai 202,6 juta hingga Januari 2021. Selain itu, wearesocial.com juga menemukan 98,6 persen pengguna internet di Indonesia merupakan penikmat konten video online. Karena itu platform media sosial berbasis video kini tengah populer. Utamanya aplikasi video pendek saat ini menjadi salah satu pilihan para pengguna. Tidak hanya dipakai untuk menikmati konten hiburan, banyak juga yang memanfaatkannya sebagai sarana promosi maupun edukasi. Sementara itu, tim riset Gerakan Nasional Literasi Digital (GNLD) #Siberkreasi melakukan penelitian dengan judul “Perspektif Acara Digital & Pola Penggunaan Internet pada Generasi Y dan Z” dengan generasi Y umur 22-40 tahun dan generasi Z berumur 7-21 tahun. Menghasilkan kesimpulan internet cenderung digunakan untuk membuka sosial media menjadi angka tertinggi. Saat ini *platform* video pendek makin banyak diminati Menurut situs online sensortower.com yang diakses 28 Januari 2022, TikTok menduduki puncak media sosial dengan fitur video pendek, antarmuka modern, dan algoritma yang bagus. TikTok berada di urutan teratas daftar aplikasi non-game di seluruh dunia dengan lebih dari 65 juta unduhan. Sementara, Instagram bertengger di posisi ketiga. Pengguna Instagram 75 persennya adalah orang berusia 18 hingga 24 tahun, namun 1 dari 4 orang berusia 50 hingga 64 tahun juga menggunakan Instagram. TikTok digunakan oleh anak muda Generasi Z yang agresif dengan persentase 85 persen berusia di bawah 34 tahun yang terdiri dari 42 persen berusia antara 18 hingga 24 tahun, dan 27 persen berusia 13 hingga 17 tahun. Menurut situs greenbuzzagency.com yang diakses 28 Januari 2022, video pendek lebih efektif menyampaikan informasi karena 5% penonton akan berhenti

menonton video setelah satu menit dan 60% penonton akan berhenti menonton setelah dua menit. Karena itu video pendek dapat meningkatkan jumlah orang yang benar-benar menonton video sampai akhir. Maka dari itu, penggunaan video promosi berdurasi pendek di media sosial sebagai media video promosi Pantai Kelingking akan lebih mudah dan efektif dikenal oleh masyarakat luas.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka media yang tepat untuk mempromosikan Pantai Kelingking di Nusa Penida saat ini adalah dengan video promosi melalui media sosial. Video promosi ini akan memiliki durasi antara satu menit hingga lima menit, yang akan berupa informasi yang berfokus tentang profil objek wisata Kelingking *Beach*. Keunggulan menggunakan video promosi adalah jangkauannya yang luas, dan mampu menyesuaikan dengan perkembangan teknologi saat ini, dimana internet dan *gadget* sedang berkembang pesat. Hal ini menjadikan perancangan video promosi ini akan lebih praktis sebab dapat dinikmati melalui media seperti *handhone*, laptop, tablet, pc, aplikasi sosial media dan situs-situs penyedia informasi di internet atau lainnya. Video promosi tersebut bertujuan membantu mengenalkan Pantai Kelingking secara lebih luas dan juga secara interaktif, karena video adalah media yang mempunyai unsur visual dan audio, dimana media ini dapat dilihat, digerakkan visualnya, dan dapat didengar suaranya sehingga tampilannya lebih menarik. Oleh sebab itu media video dipilih sebagai media promosi karena melalui video bisa diperlihatkan secara visual bergerak tentang keindahan alam dan pesona Pantai Kelingking yang unik dengan menggunakan media sosial sebagai media promosi video agar cakupan jangkauan promosi lebih luas.

Pembuatan perancangan karya ini, berguna sebagai media promosi obyek wisata pantai Kelingking *Beach*, Kecamatan Nusa Penida, Klungkung, agar semakin dikenal dan lebih banyak lagi wisatawan yang datang berkunjung. Penulis selain berkarya melalui media video promosi, juga berlatih mengembangkan *skill* secara profesional.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang sebelumnya, maka penulis merumuskan masalah perancangan sebagai berikut: Bagaimanakah merancang video promosi



obyek wisata Pantai Kelingking yang informatif dan persuasif, untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan dengan menunjukkan ciri khas keindahan pesona Pantai Kelingking serta mampu memberikan informasi secara tepat untuk para wisatawan?

### **1.3 Batasan Masalah**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka dibuat batasan masalah untuk membatasi perancangan yang dilakukan mengingat luasnya ruang lingkup media komunikasi visual yang berkaitan dengan media promosi agar dapat terfokus dan tepat waktu, berikut batasan-batasan masalah dalam perancangan ini:

1. Perancangan media utama memfokuskan pada video untuk kepentingan mempromosikan potensi Pantai Kelingking yang memiliki durasi 1 - 5 menit sebagai media utama.
2. Perancangan juga membahas media perancangan lainnya sebagai media pendukung untuk mempromosikan Pantai Kelingking *Beach*, Nusa Penida.
3. Studi lokasi pada perancangan ini dibatasi lingkup Pantai Kelingking *Beach* dan yang berkaitan saja, karena untuk memberikan informasi bagi wisatawan yang ingin berkunjung kesana.

### **1.4 Tujuan Perancangan**

1. Merancang sebuah media informasi dan promosi melalui sosial media yang efektif dan komunikatif.
2. Menciptakan karya audio visual berupa video sebagai media promosi yang dapat menarik minat para wisatawan dengan menunjukkan ciri khas keindahan dan pesona Pantai Kelingking.

### **1.5 Manfaat Perancangan**

1. Manfaat Bagi Pantai Kelingking *Beach* :  
Bagi Pantai Kelingking *Beach* diharapkan setelah perancangan video promosi dibuat maka jumlah wisatawan yang berkunjung kesana menjadi semakin meningkat.

2. Manfaat Bagi Masyarakat/Wisatawan :

Bagi masyarakat, nantinya jika video promosi ini disebarluaskan maka diharapkan informatif dan persuasif yang detail tentang objek wisata Pantai Kelingking *Beach* di Kecamatan Nusa Penida, Klungkung, Bali.

3. Manfaat Bagi Perancang :

Bagi perancang, dapat dijadikan pengalaman untuk membuat video promosi yang lain karena mengetahui kekurangan dan kelebihan karya video Pantai Kelingking *Beach* yang telah dibuat.

### 1.6 Sasaran/ Target Perancangan

1. Target secara geografis perancangan video promosi ini adalah wisatawan yang berkunjung ke pulau Nusa Penida baik wisatawan lokal maupun mancanegara. Biasanya wisatawan lokal yang datang ke Pantai Kelingking *Beach* tidak hanya berasal dari Nusa Penida atau dari pulau Bali saja, tapi juga ada yang berasal dari wilayah Indonesia yang lain, tidak hanya itu saja banyak juga wisatawan dari berbagai negara yang berkunjung kesini.
2. Target market secara demografis yaitu semua kalangan umur dari yang muda sampai tua, dari anak-anak, remaja, sampa dewasa, semua golongan umur yang fisiknya masih prima. Karena objek wisata Pantai Kelingking *Beach* ini sangat cocok dijadikan tempat untuk menghabiskan waktu liburan setelah menjalani aktivitas panjang yang sangat melelahkan dan membutuhkan hiburan untuk *refreshing*.

### 1.7 Pengertian Judul

Judul : Perancangan Video Promosi Media Sosial untuk Objek Wisata Pantai Kelingking, Nusa Penida, Bali

Menurut Jogiyanto, 2005 dalam artikel “Perancangan Sistem Informasi Pemesanan Dan Pembayaran Lapangan Futsal Pada De Centro Futsal” di <http://repository.unama.ac.id/432/> yang diakses pada tanggal 22 Januari 2022 perancangan didefinisikan sebagai penggambaran, perencanaan dan pembuatan sketsa atau pengaturan dari beberapa elemen yang terpisah dari satu kesatuan yang utuh dan berfungsi.

Menurut Arief S. Sadiman (2009: 74) dalam artikel “Pengertian dan Kelebihan-kelemahan Media Video Menurut Para Ahli” yang diakses pada tanggal 28 Januari 2022 menjelaskan bahwa video adalah media audio visual yang menampilkan gambar dan suara. Pesan yang disajikan bisa berupa fakta (kejadian, peristiwa penting, berita) maupun fiktif (seperti misalnya cerita), bisa bersifat informatif, edukatif maupun instruksional

Promosi menurut (Vio Athal Arif Fadhil 2020 : 14) dalam jurnal studi “Perancangan Desain Brosur Sebagai Media Promosi Museum Mpu Tantular” di <https://repository.dinamika.ac.id/id/eprint/3952/> yang diakses pada tanggal 22 Januari 2022, menerangkan bahwa promosi dipandang sebagai arus informasi atau persuasi satu arah yang di buat untuk mempengaruhi seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran. Jadi promosi merupakan usaha perusahaan untuk menciptakan kesadaran, memberi tahukan membujuk dan mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian terhadap produk yang di tawarkan perusahaan.

Menurut Van Dijk (2013), media sosial adalah platform media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktivitas maupun berkolaborasi. Karena itu, media sosial dapat dilihat sebagai medium (fasilitator) online yang menguatkan hubungan antarpengguna sekaligus sebagai sebuah ikatan sosial.

Menurut SK Menspasportel No. KM 98 PW. 102 MPPT-87 menjelaskan yaitu “Objek Wisata adalah suatu tempat atau keadaan alam yang memiliki sumber daya alam yang dibangun dan juga dikembangkan sehingga bisa mempunyai daya tarik yang diusahakan sebagai tempat yang dikunjungi para wisatawan”.

Menurut artikel website dari Gotravela Indonesia (2018). *Kelingking Beach Surga Yang Tersembunyi di Nusa Penida*, diakses tanggal 29 oktober 2021. Kelingking Beach merupakan salah satu destinasi wisata favorit yang mendapat perhatian para wisatawan, baik lokal maupun mancanegara. Pantai ini memiliki pemandangan yang luar biasa indah. Tidak hanya menyuguhkan kawasan pantai berpasir putih, tapi juga samudera luas yang dapat dilihat dari area atas tebing. Warna laut yang biru, bisa terlihat dari kejauhan pantai yang berbentuk jari kelingking (yang menjadi asal mula pengambilan namanya).

Menurut artikel website Wikipedia (2021) yang diakses pada tanggal 29 Oktober 2021, Nusa Penida adalah sebuah pulau bagian dari negara Republik Indonesia yang terletak di sebelah tenggara Bali yang dipisahkan oleh Selat Badung. Nusa Penida adalah salah satu kecamatan yang termasuk bagian dari Kabupaten Klungkung. Di dekat pulau ini terdapat juga pulau-pulau kecil lainnya yaitu Nusa Ceningan dan Nusa Lembongan. Infrastruktur wisata dan pengembangan akses ke lokasi destinasi wisata sudah mulai tumbuh di tiga wilayah nusa ini.

Jadi pengertian dari judul “Perancangan Video Promosi Media Sosial untuk Objek Wisata Pantai Kelingking, Nusa Penida, Bali” adalah Perancangan untuk membantu mempromosikan objek wisata Pantai Kelingking Beach, Nusa Penida agar semakin dikenal luas oleh masyarakat dan diharapkan bisa menambah wisatawan yang berkunjung kesana menggunakan media berupa video promosi yang akan diunggah ke media sosial sebagai media utama.

