

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Mojokerto merupakan salah satu kabupaten di Jawa Timur yang terkenal dengan wisata dari daerahnya. Khususnya wisata alam yang sudah familiar di daerah tersebut. Banyak wisatawan yang datang ke Mojokerto dengan tujuan untuk berwisata mencari hiburan dan bersenang senang. Manusia membutuhkan waktu untuk beristirahat dan relaksasi dari kejenuhan akibat aktivitas kesehariannya bisa disebut dengan kesehatan fisik dan mental atau yang disebut dengan stres. Wisatawan yang datang mulai dari kalangan usia anak-anak, remaja, hingga dewasa. Wisata di Mojokerto seringkali dijadikan sebagai wisata hiburan keluarga.

Berdasarkan dari hasil survey yang telah dilakukan oleh peneliti wisatawan dari luar kota belum pernah berkunjung bahkan tidak mengetahui Wisata Sawah Sumber Gempong.

Hal ini dikarenakan kurangnya media promosi di sosial media. Sehingga wisatawan dari luar kota kurang mengetahui tempat wisata yang ada di Mojokerto. Di Desa Ketapanrame Kecamatan Trawas, kepala desa setempat mengetahui bahwa kawasan desa yang terletak di pegunungan ini berpotensi menjadi desa wisata (Muhaimin, 2019)

Desa wisata merupakan aset kepariwisataan yang berpotensi di pedesaan yang memiliki lokasi strategis dekat dengan sirkulasi udara alam yang masih asri dan sejuk karena terletak di kaki gunung Penanggungan, Welirang, dan Arjuno yang memiliki suhu udara yang sejuk dan pemandangan alam yang indah. Wisata Sawah Sumber Gempong adalah salah satu wisata alam yang ada di Mojokerto. Selain lokasinya berada di kaki gunung, wisata ini juga dikelilingi oleh persawahan yang berundak atau yang disebut dengan terasering. Adanya sungai sungai kecil yang mengalir dengan jernih juga merupakan pemandangan keindahan alam yang ada di tempat wisata. Fahima dan Yuliani (2023) dalam penelitiannya menjelaskan bahwa destinasi wisata Sumber Gempong mempunyai beberapa keunikan dan daya tarik yang membuatnya menarik bagi wisatawan, antara lain; 1) Keindahan alam Desa Wisata Sumber Gempong dikelilingi pemandangan alam, seperti pegunungan, persawahan, sawah bertingkat, sungai sungai kecil dan sumber mata air yang jernih, 2) Wahana Desa Wisata Sumber Gempong menawarkan berbagai wahana antara lain bebek air, ayunan, jantra, sepeda layang, becak terbang, ATV, dan satu lagi yang sedang viral di media sosial yaitu kereta sawah, 3) Adanya kuliner yang khas, sehingga pengunjung dapat menikmati makanan kuliner yang ada

di Wisata Sawah Sumber Gempong, 4) Penginapan nyaman dengan gaya tradisional, 5) Kesehatan. Desa wisata Sumber Gempong juga memiliki kolam untuk terapi ikan yang terakhir adalah suasana pedesaan yang damai. Suasananya yang jauh dari hiruk pikuk kota mampu memberikan pengalaman untuk bersantai dari kehidupan perkotaan.

Kerjasama antara pemerintah dan masyarakat semakin diperlukan untuk mencapai pengelolaan yang lebih efektif dalam kehidupan sosial yang kompleks. Kajian mengenai kerjasama antara pemerintah dan masyarakat salah satunya dapat dilihat melalui konsep *Collaborative Governance*. Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Ketapanrame Kabupaten Mojokerto menjadi salah satu contoh bagaimana mengelola kerjasama dengan baik antara pemerintah dan masyarakat. Hasilnya, BUMDES ini mampu meraih juara 1 BUMDes tingkat Jawa Timur Tahun 2020, juara 1 tingkat nasional Desa Sejahtera Astra (DSA) Tahun 2020 dan terbaik IV tingkat nasional lomba gotong royong tahun 2019. BUMDes ini memiliki 5 unit usaha antara lain : unit jasa pengelolaan air minum, unit jasa pengelolaan sampah, dan kebersihan lingkungan, wisata desa, pengelolaan kios, kandang ternak, pengelolaan simpan pinjam, dan kemitraan (Subekti & Ulfah, 2023). Wisata Desa Sawah Sumber Gempong termasuk pengelola wisata desa yang dikelola oleh BUMDes Ketapanrame. Dari hasil wawancara yang dilakukan oleh (Subekti & Ulfah, 2023) dengan bapak Arifin & Bapak Herwanto menyatakan pada tahun 2015 BUMDes mulai mengembangkan usaha ke sektor pariwisata hingga mampu mendapatkan keuntungan ekonomi yang besar.

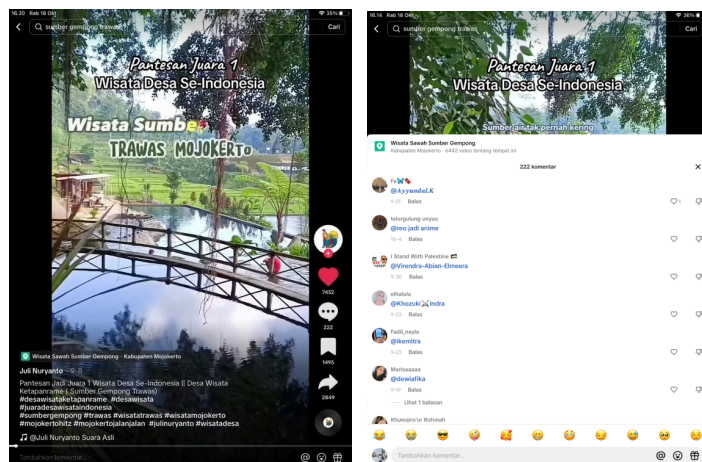
BUMDes Ketapanrame adalah contoh betapa keterlibatannya masyarakat sangat penting bagi keberhasilan BUMDes. Pemerintah Desa Ketapanrame berhasil menjadikan masyarakat sebagai motor penggerak BUMDes dan bukan sekedar objek pembangunan. Pencapaian partisipasi dicapai melalui pelibatan masyarakat dalam perencanaan pembangunan BUMDes, pelibatan masyarakat dalam pengelolaan, penyertaan modal, dan evaluasi BUMDes. Semua terwujud melalui kerjasama dan kemitraan saling menguntungkan. Setiap unit usaha memiliki departemen dan tugasnya masing masing, departemen tersebut dibagi menjadi 6 departemen, yaitu ; departemen parkir, departemen kuliner, departemen wahana, departemen sarana dan prasarana, departemen keamanan, dan departemen kemitraan yang saling menguntungkan.

Ada tiga wisata desa di Ketapanrame yang sudah dikelola oleh BUMDes, diantaranya Air Terjun Dlundung yang ditemukan pada tahun 1980 an (faktualnews.co, 2022), Wisata Taman Ghanjaran yang diresmikan oleh bupati Mojokerto pada tanggal 8 Desember 2018 (Muhaimin, 2019), dan Desa Wisata Sumber Gempong berada di bawah pengawasan unit

wisata badan usaha milik desa dan diresmikan oleh bupati Mojokerto pada 18 Desember 2021 (Fahima & Yuliani, 2023). Alasan penulis mengangkat media promosi digital Wisata Desa Sumber Gempong karena wisata ini baru didirikan, sehingga banyak orang yang belum mengenal Wisata Desa Sawah Sumber Gempong tersebut. Terkait dengan promosi bisnis yang saat ini banyak digunakan oleh para pebisnis untuk menyukseskan misinya melalui media promosi. Seperti yang dikatakan oleh Anindita, dkk (2022) keberhasilan mempromosikan bisnis pariwisata di jejaring media sosial ditunjukkan melalui postingan video dan update perkembangan destinasi wisata.

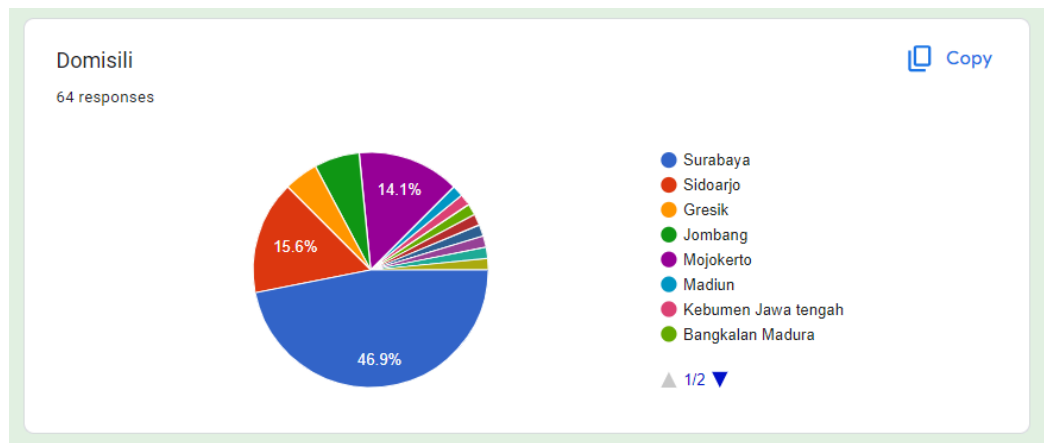
Saat ini, siapapun yang sedang berkunjung ke suatu objek wisata tidak lupa untuk memposting pengalaman berwisatanya melalui jejaring media sosial. Di era digital saat ini, melalui kegiatan publikasi dapat mempengaruhi tempat wisata agar viral dan menarik perhatian wisatawan lain untuk mengunjungi destinasi wisata tersebut. Dari segi bisnis, fenomena tersebut menjadi hal yang efektif karena objek wisata tidak perlu mengeluarkan anggaran untuk promosi melalui iklan bahkan media cetak. Maka dari itu pemanfaatan media digital seperti TikTok menjadi salah satu alternatif untuk membantu mempromosikan bisnis objek wisata tersebut.

Terlihat dari salah satu akun tiktok @july_nuryanto salah satu *content creator* tiktok yang mengunggah postingan wisata desa sawah sumber gempong dengan 397,0K, 7.452 *like*, dan 222 komentar. Dalam postingan tersebut bertuliskan “Pantesan Juara 1 Wisata Desa Se-Indonesia, Desa Wisata Ketapanrame (Sumber Gempong Trawas). Terdapat banyak akun tiktok yang berkomentar *mention* temannya untuk mengajak mengunjungi tempat wisata tersebut.



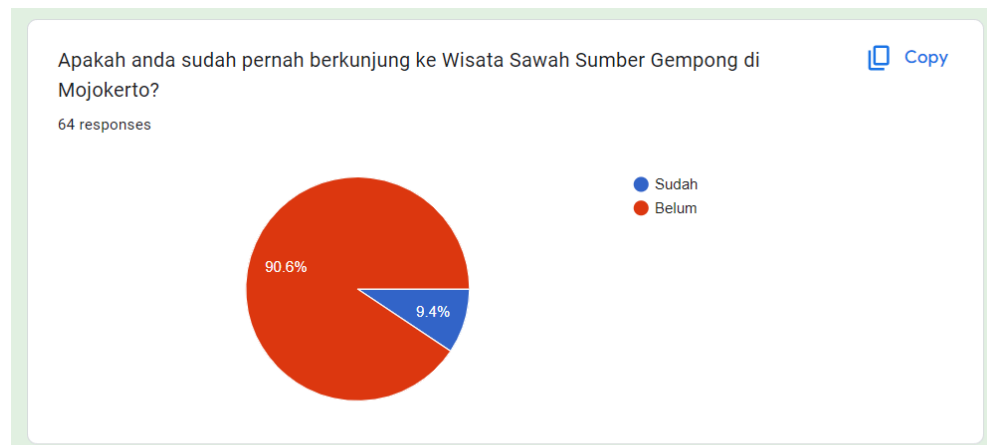
Gambar 1. 1 Minat Pengunjung
(Sumber: Dokumen Pribadi)

Penelitian yang sebelumnya dilakukan oleh (Fahima & Yuliani, 2023) tentang Membangun Identitas Desa Wisata Melalui *Content Marketing* : Strategi untuk Meningkatkan Kunjungan wisatawan dengan hasil yang menyatakan bahwa tidak adanya pengaruh yang signifikan antara *content marketing* pada keputusan berkunjung. Artinya meskipun *content marketing* pada akun instagram @sumbergempong.id mudah dipahami belum mampu mempengaruhi terciptanya keputusan berkunjung calon wisatawan pada desa wisata sumber gempong. Berdasarkan hal tersebut dibuktikan dengan adanya data kuesioner yang dibuat oleh penulis sebagai berikut :



Gambar 1. 2 Data Kuesioner Domisili Responden

(Sumber : Dokumen Pribadi)

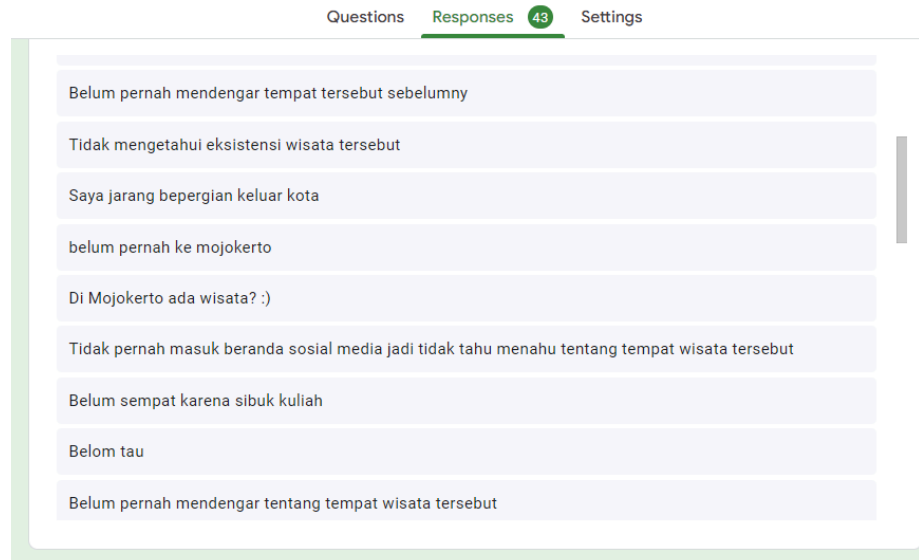


Gambar 1. 3 Data Kuesioner Kunjungan Wisata Sawah Sumber Gempong

(Sumber : Dokumen Pribadi)

Berdasarkan hal tersebut dapat di analisa bahwa responden sebesar 90,6% belum pernah mengunjungi Wisata Sawah Sumber Gempong. Sebesar 9,4% responden yang berasal dari luar kota kebanyakan belum mengetahui dan mengenal adanya tempat wisata tersebut..

Alasan responden tidak mengunjungi tempat wisata Sawah Sumber Gempong dapat dibuktikan melalui responden berikut :



Gambar 1. 4 Data Kuesioner Kunjungan Wisata Sawah Sumber Gempong

(Sumber : Dokumen Pribadi)

Hal ini terjadi karena *content marketing* yang dibuat oleh desa wisata sumber gempong kurang maksimal. Hasil penelitian yang menunjukkan adanya hubungan yang signifikan antara *content marketing* pada minat berkunjung. Adapun beberapa wisatawan yang mengunjunginya mendapatkan informasi dari akun instagram @sumbergempong.id yang menampilkan beberapa spot keindahan alamnya dan wahananya pada point yang sangat menarik yaitu pada harga tiket dan fasilitas yang diperoleh wisatawan secara lengkap, sehingga menimbulkan terciptanya minat berkunjung wisatawan ke desa wisata Sumber Gempong. Penelitian ini menunjukkan hasil bahwa ada hubungan yang signifikan antara minat berkunjung pada keputusan berkunjung. Artinya indikator minat eksploratif dimana wisatawan memiliki minat untuk mencari informasi yang lebih detail terkait desa wisata Sumber Gempong melalui akun instagram @sumbergempong.id mempengaruhi timbulnya keputusan berkunjung.

Jika destinasi wisata ini di kembangkan di sosial media melalui platform Tiktok dan Instagram yang postingannya efektif, maka akan meningkatkan jumlah pengunjung untuk datang ke Wisata Desa Sawah Sumber Gempong untuk audiens yang dituju oleh penulis

berasal dari luar kota. Dengan adanya media promosi digital melalui platform media sosial Tiktok dan adanya Content Plan, diharapkan Desa Wisata ini dapat menarik minat pengunjung dari luar kota agar berminat untuk berkunjung dan menikmati destinasi wisata alam yang ada di Mojokerto. Terlihat dari analisis perancang, media promosi digital tersebut upload contentnya tidak teratur. Terlihat dari data berikut ini :



Gambar 1. 5 Analisis Konten
(Sumber : Dokumen TikTok)

Terkait observasi dari penulis terkait postingan yang diunggah, konten tersebut tidak konsisten. Seperti memposting konten upload 10 hari sekali, terkadang seminggu sekali. Hal ini dikarenakan tidak adanya content plan, sehingga jadwal uploadnya tidak efisien. Sehingga menyebabkan kurangnya interaksi audiens dan audiens yang berasumsi bahwa akun tersebut sudah tidak aktif lagi. Maka dari itu dibutuhkannya *Content Planner*. Dari penelitian yang dilakukan oleh penulis, penulis menyimpulkan *insight* jumlah suka, viewer dan akun yang berinteraksi tidak selalu banyak. Tujuan perancang adalah mengangkat konten wisata ini agar menjadi for you page (fyp) sehingga minat berkunjung wisatawan semakin meningkat.

Visual Konten video yang kurang menarik, seperti konten yang hanya berisi 1 frame video di isi dengan 1 musik sound saja, tidak menetapkan color grading, pengambilan video yang tidak menerapkan teknik pengambilan video. Seperti pada konten berikut ini:

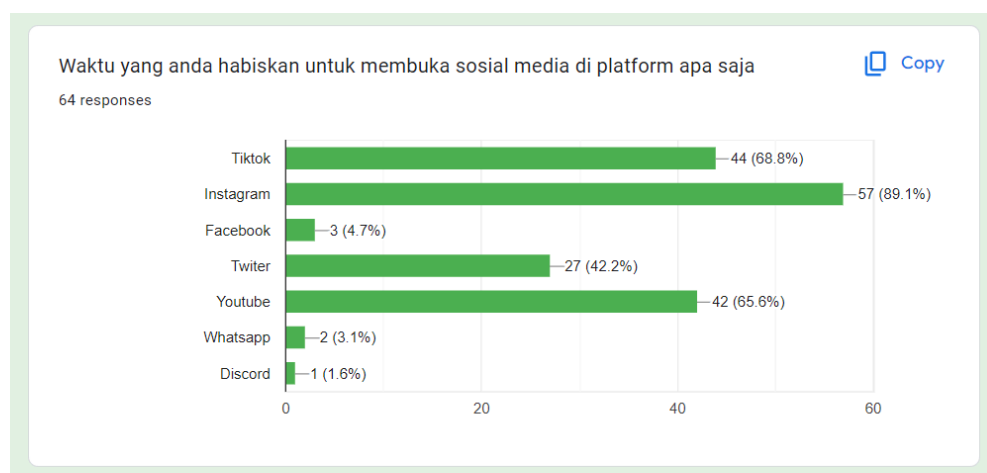
<https://vt.tiktok.com/ZSNMSFesv/>



Gambar 1. 6 Tiktok Sumber gempong

(Sumber: Sumbergempong.id)

Mempromosikan destinasi wisata melalui sebuah media sosial berupa konten video merupakan salah satu cara paling mudah untuk memviralkannya. Media sosial adalah saluran komunikasi massa yang berkesinambungan, terhubung, dan memiliki basis internet yang memfasilitasi persepsi interaksi antar pengguna. Terutama untuk nilai dari sebuah konten yang dibuat. Media sosial mencakup berbagai platform berbasis pengguna yang memfasilitasi distribusi konten yang menarik, menciptakan sebuah dialog, dan berkomunikasi dengan khalayak yang lebih luas. Media sosial pada dasarnya adalah ruang digital yang diciptakan untuk berinteraksi kepada masyarakat. Kemudahan akses publik pada media sosial juga turut meningkatkan fenomena jurnalisme warga (citizen journalism). Hal ini karena masyarakat mempercayai media massa sebagai saluran informasi yang independen (Wahyudi, 2021, p15).



Gambar 1. 7 Diagram Sosial Media

(Sumber : Dokumen Pribadi)

Platform Instagram seringkali dijangkau oleh segmen usia 18-40 tahun. Sementara itu platform TikTok juga selisih 14 % dengan Instagram. Dapat diartikan bahwa Instagram menjadi platform terbanyak yang sering digunakan. Pada dasarnya Tiktok merupakan media sosial yang baru dikenal oleh masyarakat. Selama dua tahun terakhir, platform ini mengalami peningkatan yang cukup besar. TikTok tidak hanya berisi tentang konten lucu atau sekedar hiburan joget joget saja, namun bisa memberikan sumber informasi kepada *audiens*. Seperti halnya video konten TikTok bisa menjadi *for you page* (FYP) jika konten yang dibuat menggunakan hastag yang tepat, algoritma jam posting, dan *sound* yang sedang trending.

Berdasarkan penjabaran diatas maka penulis bermaksud ingin Merancang Media Promosi Digital Wisata Sawah Sumber Gempong Mojokerto Sebagai *BrandAwerenees* untuk meningkatkan minat pengunjung melalui platform media sosial yang bertujuan untuk meningkatkan daya tarik wisatawan di luar kota bahkan luar provinsi untuk mengunjungi wisata tersebut.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan hasil wawancara, observasi, dan pengumpulan data melalui kuesioner maka dalam penelitian didapat identifikasi masalah sebagai berikut :

1. Tidak adanya *Content Plan* sehingga jadwal postingan tidak efektif yang menyebabkan media promosi tidak optimal. Hal tersebut dibuktikan berdasarkan hasil observasi melalui postingan yang telah dibuat oleh akun instagram @sumbergempong.id dan akun Tik Tok @sumbergempong.id dan wawancara dengan pengelola sosial media akun wisata sawah sumber gempong.
2. Visual *editing content* video yang sederhana di reels Instagram dan TikTok yang kurang menarik wisatawan untuk melihat konten yang dibuat. Hal tersebut berdasarkan data kuesioner telah diisi oleh responden.
3. Berdasarkan hasil kuesioner yang disebar oleh penulis terdapat 64 responden, 90,6% responden belum pernah berkunjung ke wisata tersebut karena tidak mengetahui wisata tersebut dan media promosi wisata tersebut tidak pernah muncul di beranda sosial media responden.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan Latar Belakang dan identifikasi masalah, maka rumusan masalah dalam penelitian ini berdasarkan uraian - uraian sebelumnya adalah : Bagaimana merancang media

promosi digital Desa Wisata Sawah Sumber Gempong agar wisata ini bisa menarik perhatian wisatawan luar kota untuk berkunjung ke Wisata Sawah Sumber Gempong melalui platform TikTok, Instagram, facebook, dan youtube?

1.4 Batasan Masalah

Berdasarkan uraian Latar Belakang, identifikasi masalah, dan rumusan masalah diatas, maka batasan masalah yang dibahas dalam tugas akhir ini yaitu :

1. Perancangan ini difokuskan hanya pada video konten dan desain feed instagram.
2. Perancangan ini hanya untuk promosi melalui media sosial berbasis desain, fotografi, dan video konten di platform TikTok, Instagram, Facebook, dan Youtube.
3. Perancangan ini hanya mencakup tentang promosi digital Desa Wisata Sawah Sumber Gempong.

1.5 Tujuan Perancangan

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dibuatnya perancangan ini adalah sebagai berikut :

1. Meningkatnya daya tarik wisatawan dari luar kota untuk berkunjung ke Desa Wisata Sawah Sumber Gempong melalui platform TikTok.
2. Adanya *Content* Plan untuk pembuatan media promosi digital agar akun sosial media terlihat selalu aktif.
3. Video Editing yang menarik agar wisatawan tertarik dengan destinasi Wisata Sawah Sumber Gempong.

1.6 Manfaat Hasil Perancangan

Setelah mengetahui identifikasi masalah, rumusan masalah, batasan masalah, hingga didapat tujuan dari perancangan ini. Maka manfaat hasil perancangan media promosi digital destinasi wisata Sawah Sumber Gempong adalah sebagai berikut :

1. Wisatawan yang berkunjung ke destinasi wisata desa Sawah Sumber Gempong semakin meningkat.
2. Teraturnya jadwal content di sosial media, sehingga akun wisata di Instagram dan TikTok tidak seperti akun mati.
3. Melalui visual *content* videografi wisatawan luar kota dapat tertarik untuk mengunjungi destinasi wisata Sawah Sumber Gempong.

4. Lebih memperkenalkan content videografi sebagai media promosi destinasi wisata Sawah Sumber Gempong.
5. Content Video di sosial media menjadi menarik dan menjadi *for you page* (fyp) sehingga lebih banyak yang mengenal wisata tersebut.

1.6.1 Manfaat bagi masyarakat :

Dengan adanya Perancangan Media Promosi Digital Wisata Sawah Sumber Gempong, masyarakat yang berkolaborasi sebagai UMKM di Wisata Sawah Sumber Gempong akan mendapatkan penghasilan yang meningkat.

1.6.2 Manfaat bagi Sumber Gempong :

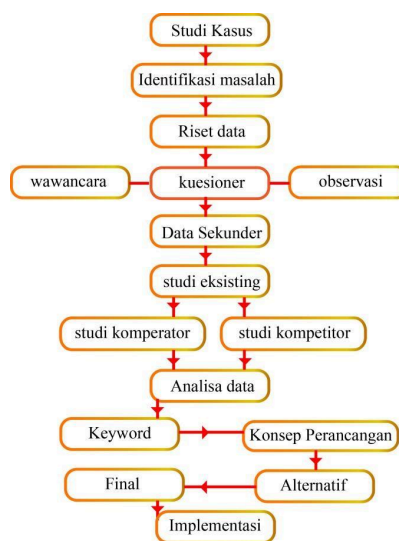
Perancangan Media Promosi Digital Wisata Sawah Sumber Gempong Diharapkan minat pengunjung untuk berwisata meningkat.

1.6.3 Manfaat akademis :

Perancangan tugas akhir ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi dan bahan referensi di bidang Visual Marketing khususnya media promosi.

1.7 Kerangka Perancangan

Rencana konsep perancangan ini akan mengangkat sebuah konten konten visual yang memperlihatkan suasana di lokasi wisata, suasana perasaan pengunjung yang ada di wisata, objek objek wahana yang ada di wisata tersebut, informasi terkait destinasi wisata sawah sumber gempong, dan postingan fun fact agar audiens tidak bosan dengan konten yang telah perancang buat.



Gambar 1. 8 Kerangka Perancangan

(Sumber : Dokumen Pribadi)