

BAB I

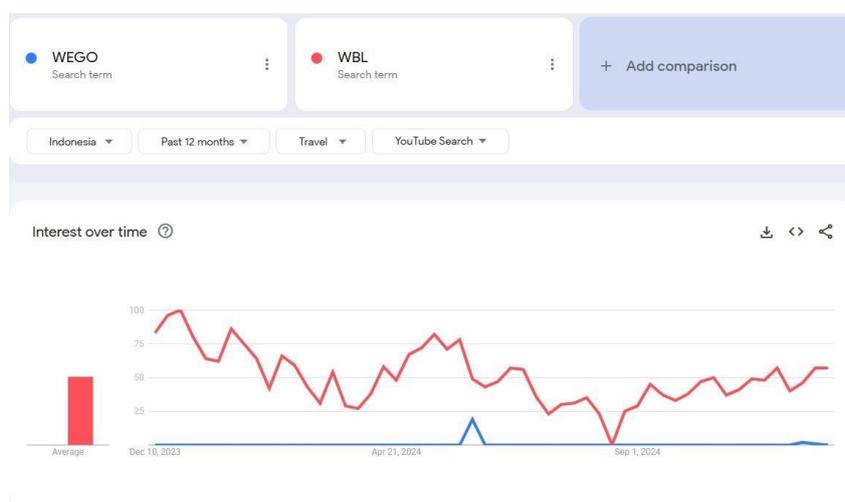
PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Salah satu sektor yang berdampak ekonomi daerah adalah pariwisata. Lamongan merupakan salah satu kabupaten yang berada di provinsi Jawa Timur, Indonesia yang mempunyai berbagai keindahan alam maupun budaya. Sebagai daerah tujuan wisata, Lamongan dapat menyajikan berbagai pengalaman tak terlupakan bagi para pengunjungnya, baik wisatawan domestik maupun mancanegara. Hal yang ditawarkan dapat cakup keberagaman, mulai dari keindahan alam, nilai-nilai sejarah hingga kuliner yang mempesona. Dalam beberapa tahun terakhir, perhatian daerah Lamongan terhadap sektor pariwisata meningkat signifikan. Dalam beberapa tahun terakhir, jumlah kunjungan wisatawan ke Lamongan mengalami peningkatan yang signifikan, dengan pertumbuhan rata-rata mencapai 10% setiap tahunnya, sebagaimana diungkapkan oleh (Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Lamongan, 2021).

Meskipun Lamongan memiliki potensi wisata yang besar, masih banyak wilayah yang belum sepenuhnya dimanfaatkan, seperti Kecamatan Gondang. Wilayah ini memiliki keindahan alam yang tak kalah menarik dan beragam atraksi yang bisa dikembangkan lebih lanjut. Salah satu tempat wisata edukasi yang patut diperhatikan di Gondang adalah *Wisata Edukasi Gondang Outbond (WEGO)*. WEGO menawarkan berbagai aktivitas luar ruangan yang tidak hanya menyenangkan tetapi juga mendidik. Aktivitas seperti flying fox, jembatan gantung, dan permainan tim lainnya dirancang untuk meningkatkan kepercayaan diri, kepemimpinan, dan kemampuan kerja sama di antara peserta. Dengan lingkungan yang alami dan suasana yang mendukung, hasil wawancara dengan duta pariwisata berbakat jawa timur 2023 delegasi Lamongan dan pengelola WEGO menyimpulkan bahwa WEGO menjadi tempat yang ideal untuk keluarga dan anak-anak belajar sambil bermain. Survei yang dilakukan oleh Tim Peneliti Universitas Airlangga pada tahun 2022 menunjukkan bahwa 85% pengunjung WEGO merasa puas dengan pengalaman mereka. Mereka mengungkapkan bahwa kegiatan yang dilakukan di WEGO tidak hanya menghibur, tetapi juga memberikan pelajaran berharga tentang pentingnya kerja sama tim dalam mencapai tujuan bersama. Misalnya, dalam permainan yang melibatkan kerja sama, peserta diharuskan untuk berkomunikasi dan saling mendukung agar bisa menyelesaikan tantangan yang ada. Hal ini menciptakan pengalaman yang mendidik sekaligus menyenangkan, yang dapat mempererat hubungan antar anggota keluarga atau teman.

Namun, berdasarkan hasil wawancara dengan masyarakat sekitar dan dari data kemenpar, ditemukan bahwa meskipun WEGO memiliki daya tarik edukatif dan rekreasi, tingkat kunjungan masih tergolong rendah. Salah satu faktor yang memengaruhi rendahnya jumlah pengunjung adalah kurangnya promosi yang efektif, terutama dalam bentuk konten visual yang menarik. (Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Lamongan, 2021), menunjukkan bahwa jumlah kunjungan ke WEGO hanya mencapai sekitar 1.500 pengunjung per bulan, angka yang jauh lebih rendah dibandingkan destinasi wisata lainnya di Lamongan. Berdasarkan data dari situs web Google trend jika dibandingkan dengan WBL, dalam 12 bulan terakhir WEGO sangat tertinggal jauh.



Gambar 1. 1Komparasi WBL dengan WEGO

(sumber : google trend)

Hasil kuisioner yang disebarakan kepada masyarakat menunjukkan bahwa lebih dari 75% responden belum tau bhkan belum pernah mengunjungi WEGO. Selain itu, mereka juga menyatakan bahwa promosi WEGO melalui media sosial masih kurang menarik. Padahal, berdasarkan laporan (IDN Times, 2024) konten video menjadi jenis konten yang paling banyak diakses dibandingkan dengan konten teks atau gambar statis. Observasi virtual yang dilakukan oleh penulis di platform YouTube serta hasil wawancara dengan masyarakat sekitar WEGO juga mengungkapkan bahwa masih sedikit video promosi yang berkualitas tinggi dan mampu menarik perhatian calon pengunjung akibatnya WEGO termasuk dalam golongan kalah saing dengan wisata lain di Lamongan.

Berdasaarkan wawancara dengan Duta Pariwisata Berbakat Jawa Timur 2023, Ananda Cindy, juga mengungkapkan bahwa WEGO memiliki potensi besar sebagai destinasi wisata edukatif, terutama bagi anak-anak. Menurut data Badan Pusat Statistik (2023), sekitar 70% orang tua cenderung memilih destinasi wisata yang memiliki nilai edukatif bagi anak-anak

mereka. Oleh karena itu, promosi yang efektif sangat dibutuhkan agar WEGO dapat dikenal lebih luas dan menarik lebih banyak pengunjung.

Salah satu strategi yang dapat diterapkan untuk meningkatkan daya tarik WEGO adalah dengan menggunakan video promosi menggunakan pendekatan sinematik. Sinematik memiliki keunggulan dalam menyajikan visual yang menarik, pengambilan gambar yang berkualitas tinggi, serta mampu menyampaikan pesan secara emosional dan mendalam (Mahendra Pratama & Ariffudin Islam, 2022).. Teknik videografi yang tepat, termasuk penggunaan color grading, komposisi visual, serta teknik moving camera yang sesuai, dapat menciptakan video promosi yang lebih efektif (Fakhriyan Noor et al., n.d.).

Untuk mencapai tujuan promosi yang lebih luas, media publikasi utama yang dipilih adalah YouTube dan Instagram. Menurut laporan Hootsuite: Data Digital Indonesia (2024), YouTube merupakan salah satu platform yang paling sering dikunjungi oleh masyarakat Indonesia. Selain itu, keunggulan YouTube dalam hal durasi video yang tidak terbatas serta aksesibilitasnya yang mudah menjadikannya platform yang ideal untuk promosi WEGO. Instagram juga dapat dimanfaatkan untuk membagikan teaser atau highlight video promosi dalam format yang lebih pendek dan menarik (Andi Dwi Riyanto, 2024)..

Berdasarkan permasalahan yang telah diidentifikasi, solusi yang diusulkan dalam penelitian ini adalah merancang video promosi WEGO Lamongan. Video promosi adalah media komunikasi visual berbentuk video yang bertujuan menyampaikan pesan ke orang yang melihatnya. Menurut ahli videografi aji, video promosi juga lebih menarik masyarakat umum karena dari video mereka dapat mengetahui atau memiliki gambaran terkait WEGO serta lebih fleksibel menjangkau masyarakat umum karena bisa ditonton melalui berbagai platform. Video ini akan menampilkan berbagai aktivitas edukatif dan rekreasi yang dapat dilakukan di WEGO, dengan menargetkan audiens utama yaitu keluarga serta lembaga pendidikan yang mencari destinasi wisata edukatif bagi peserta didiknya. Dengan adanya video promosi yang menarik dan informatif, diharapkan masyarakat dapat lebih mengenal WEGO, tertarik untuk berkunjung, serta mendukung perkembangan pariwisata di Kabupaten Lamongan.

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan penjabaran latar belakang permasalahan diatas maka dapat didapati identifikasi masalah-masalah yang ada sebagai berikut.

1. Berdasarkan Data Kemenpar Kabupaten Lamongan dapat diambil kesimpulan bahwa Kurangnya kunjungan masyarakat terhadap WEGO Lamongan Berdasarkan data dari

Dinas Pariwisata dan Kebudayaan (2021), WEGO hanya menerima sekitar 1.500 pengunjung sebulan, jauh lebih sedikit daripada Wisata lain di Lamongan.

2. Berdasarkan analisis data google Tren, WEGO sangat kurang diminati bahkan kurang dijangkau di media social serta masih tertinggal jauh dengan WBL
3. Berdasarkan observasi virtual penulis pada *platform* youtube, dan wawancara dengan pengunjung WEGO dapat disimpulkan bahwa, WEGO ini sangat bagus dan direkomendasikan untuk destinasi wisata pilihan namun sedikitnya promosi WEGO Lamongan dalam wujud video promosi yang memadai mengakibatkan kurangnya daya Tarik untuk masyarakat terhadap WEGO

1.3. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam perancangan ini adalah Bagaimana merancang video promosi WEGO Lamongan dengan gaya sinematik?

1.4. Batasan Masalah

Batasan masalah dalam perancangan ini adalah target audiens primer dari anak-anak hingga dewasa dalam basis keluarga dan target audiens sekunder Lembaga Pendidikan. Video ini terdapat 2 series yang masing-masing series berdurasi kurang lebih 4 menit. Dalam video ini penulis akan lebih berfokus pada wisata edukasi.

1.5. Tujuan Perancangan

Tujuan dalam perancangan ini adalah Merancang video promosi WEGO Lamongan agar WEGO Lamongan semakin dikenal masyarakat serta semakin bertambah pengunjung.

1.6. Manfaat Perancangan

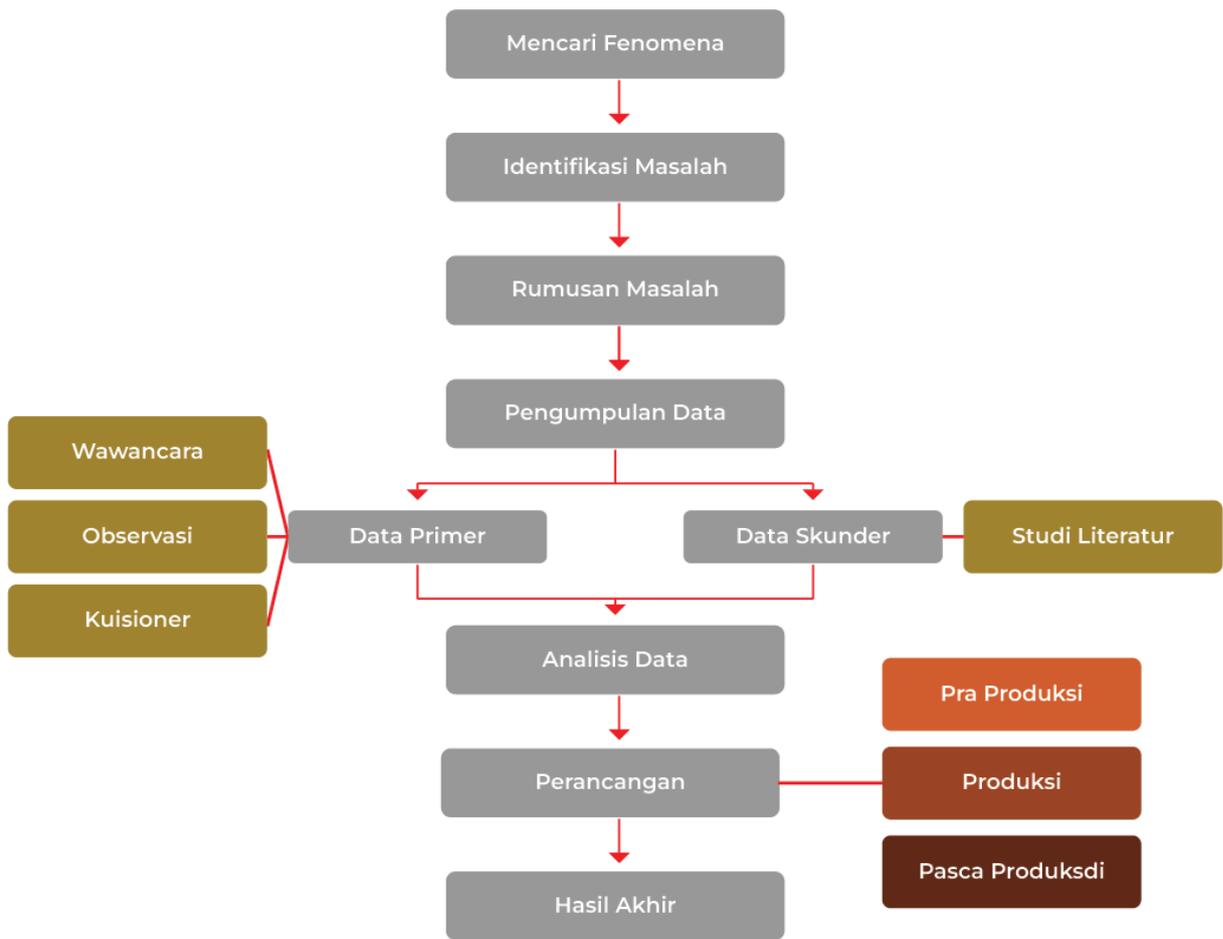
1.6.1. Manfaat Akademis

1. Memberikan kontribusi terhadap penelitian dalam bidang promosi pariwisata berbasis media kreatif, khususnya penggunaan video promosi melalui pendekatan sinematik sebagai alat komunikasi visual.
2. Menjadi referensi bagi mahasiswa atau akademisi lainnya yang ingin mengembangkan karya ilmiah di bidang seni digital, media promosi, atau pariwisata.
3. Memberikan model aplikasi video promosi melalui pendekatan sinematik sebagai media pembelajaran kreatif untuk mahasiswa di bidang komunikasi, desain, dan multimedia.

1.6.2. Manfaat Praktis

1. Membantu meningkatkan daya tarik wisata Gondang Outbound (WEGO) dengan menyampaikan pesan promosi melalui media video promosi
2. Meningkatkan jumlah pengunjung ke WEGO Lamongan dengan memberikan gambaran visual yang menginspirasi dan mendukung branding destinasi wisata
3. Memberikan informasi tentang aktivitas edukatif di WEGO sehingga menarik segmen pasar yang mencari pengalaman wisata yang memberikan nilai tambah pembelajaran.

1.7 Kerangka Perancangan



Gambar 1. 2 Mindmap

(Sumber : Dokumen Pribadi 2024)