

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Indonesia memiliki beragam kekayaan alam dan budaya seperti pulau-pulau yang eksotis, cagar alam, warisan budaya, dan berbagai destinasi wisata menarik lainnya. Di Indonesia pariwisata merupakan salah satu sektor yang memiliki peran dalam pertumbuhan ekonomi serta perluasan ekonomi dan penciptaan lapangan kerja. Begitupun dengan Kabupaten Kebumen, terlebih Kabupaten tersebut didukung dengan topografi yang beragam [1]. Kebumen, sebuah daerah di Provinsi Jawa Tengah, memiliki potensi wisata lokal yang sangat beragam. Kombinasi kekayaan alam dan sejarah yang unik menjadikan Kebumen sebagai destinasi menarik bagi wisatawan. Untuk mengoptimalkan potensi pariwisata ini, Pemerintah Kabupaten Kebumen telah merumuskan rencana strategis melalui Dinas Pariwisata dan Kebudayaan.

Dikutip dari dokumen RENSTRA (Rencana Strategis) Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kebumen tahun 2021-2026, terdapat beberapa poin mengenai permasalahan pada manajemen pariwisata. Poin pertama berbunyi “Belum efektifnya dan sinerginya pemasaran pariwisata untuk meningkatkan kunjungan wisatawan nusantara dan mancanegara” dan poin kedua berbunyi “Peningkatan kualitas sarana prasarana informasi dan promosi pariwisata” serta poin ketiga berbunyi “Promosi-promosi dilakukan hanya ketika diadakannya event” [2]. Berdasarkan ketiga poin tersebut, dapat disimpulkan bahwasannya pemerintah Kabupaten Kebumen masih belum mengoptimalkan pemasaran dan penyebaran informasi mengenai potensi pariwisata yang ada di Kabupaten Kebumen.

Pemanfaatan teknologi dalam menyebarkan informasi, khususnya melalui video, menjadi sangat populer. Video adalah medium berisi frame-frame gambar yang direkam atau diproyeksikan untuk menciptakan ilusi gerakan [4]. Video sangat berperan dalam berbagai bidang, terutama dalam penyampaian

informasi, karena aplikasi media sosial saat ini lebih fokus pada format video. Hal ini mengubah perilaku pengguna media sosial dan mendorong platform-platform lain untuk menyesuaikan algoritma mereka sesuai dengan preferensi audiens.

Hasil riset dari lembaga riset Wyhzowl pada November 2022 menyimpulkan bahwasannya Youtube menduduki peringkat pertama dalam kanal yang efektif untuk promosi video produk dengan 78% responden, dan disusul oleh kanal-kanal lainnya [5]. Hal ini menunjukkan bahwa platform ini memiliki daya tarik yang sangat kuat bagi para pemasar, dan oleh karena itu, menggarisbawahi pentingnya Youtube dalam strategi pemasaran video. Dalam dunia yang semakin didominasi oleh video, Youtube tetap menjadi pilihan yang tak tergantikan untuk mencapai khalayak luas dan mempromosikan produk dengan efektif.

Dalam era teknologi, video digunakan untuk mempromosikan berbagai objek, seperti company profile, iklan, video animasi, dan video musik. Video musik memiliki dua fungsi, yaitu sebagai media promosi dan ekspresi artistik yang berkaitan dengan lagu [6]. Penggunaan video dalam berbagai bentuk telah menjadi inti dari strategi pemasaran di era teknologi saat ini. Video musik, selain berfungsi sebagai media promosi, juga menyediakan sarana ekspresi artistik yang melengkapi pesan dalam lagu. Awalnya, video musik lebih mengikuti alur cerita musik, sementara video klip terdiri dari potongan gambar yang tidak mengikuti alur cerita. Namun, dalam perkembangan terkini, istilah "video klip" lebih umum digunakan di Indonesia untuk menggambarkan video musik. Ini mencerminkan pergeseran persepsi masyarakat terhadap perbedaan antara keduanya, menunjukkan pentingnya video dalam menyampaikan pesan dan menjelaskan mengapa video musik tetap menjadi alat promosi yang efektif.

Sebuah video musik dapat dibuat dengan atau tanpa efek khusus, disesuaikan dengan ritme, nada, lirik, instrument, dan penampilan grup musik,

sehingga menciptakan visual yang menggambarkan dan mempromosikan karya koleksi lagu mereka agar dikenal oleh publik. Banyaknya kawula muda yang justru lebih senang dan mampu menghafal lagu-lagu dari band yang digandrunginya [7]. Pemilihan video musik sebagai media *awarness* pariwisata lokal Kabupaten Kebumen dikarenakan video musik dapat membawa pesan yang berulang dan repetisi dengan dibarengi musik yang mendukung. Adanya repetisi ini mendukung pemahaman pesan dalam video musik, yang semakin mendalam dalam pikiran penonton berkat pengungkapan pesan dari lirik lagu dan elemen visual dalam videonya [4]. Adanya pesan yang dibalut dengan lirik lagu dan alunan musik, memungkinkan para audiens tidak merasa bosan, karena mereka menerima pesan informasi bukan secara mentah secara verbal, melainkan diselipkan dengan iringan lagu dan musik yang secara tidak sadar diulang-ulang dari awal musik video dimulai.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Dari latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka rumusan masalah dalam penelitian yaitu :

Bagaimana perancangan video musik digunakan sebagai media *awarness* mengenai pariwisata Kabupaten Kebumen?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan Penelitian ini adalah sebagai berikut:

Untuk mempromosikan pariwisata lokal Kabupaten Kebumen melalui video musik yang menarik sebagai bentuk *awareness* mengenai Pariwisata lokal Kebumen.

## **1.4 Batasan Perancangan**

Batasan-batasan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Merancang informasi visual berupa video;
2. Media utama perancangan ini adalah video musik;

3. Video musik hanya berisi 6 spot pariwisata yang ada di Kebumen, dan juga karena keterbatasan waktu dalam produksi video musik;
4. Media pendukung berupa sosial media seperti *Reels* dan Tiktok, *Teaser*, Poster *Thumbnail Youtube* dan *Instagram*, Sticker dan Totebag. Pada sticker dan Totebag berisikan *tagline* “Yuh Plesir Kebumen”.

### **1.5 Manfaat penelitian**

#### **1. Manfaat bagi keilmuan DKV**

Dalam perancangan video musik ini, bertujuan untuk memberikan inspirasi dan wawasan teruntuk mahasiswa di bidangnya. Harapannya, video musik ini dapat dijadikan sebuah sumber inspirasi bagi mahasiswa untuk mengembangkan penelitiannya di masa depan, bahkan merancang sebuah perbaikan serta melanjutkan penelitian yang terus ditingkatkan.

#### **2. Manfaat bagi Institusi**

Perancangan video musik sebagai promosi wisata lokal yang ada di Kabupaten Kebumen ini bertujuan untuk memajukan dan memperkenalkan sektor *Tourism* di daerah Kebumen. Hal tersebut juga sesuai dengan salah satu visi dan misi Institut Teknologi Telkom Purwokerto pada bidang *Tourism*.

#### **3. Manfaat bagi Masyarakat**

Perancangan video musik ini bertujuan untuk menyebarluaskan penyebaran informasi mengenai pariwisata lokal di Kabupaten Kebumen, dengan harapan dapat meningkatkan minat masyarakat lokal maupun luar daerah untuk datang mengunjungi Kabupaten Kebumen, serta menyampaikan informasi bahwasannya daerah ini memiliki potensi pariwisata yang besar.