

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Studi Pustaka

2.1.1 Penelitian “Perancangan Buku Fotografi Wisata Karst Di Kabupaten Maros Sulawesi Selatan “

Penelitian yang disusun oleh Farhan Fachriansyah dan Yanuar Rahman dari Universitas Telkom pada tahun 2018[5]. Permasalahan penulis mengambil tiga wisata yang di Kabupaten Maros yaitu wisata Kars. Program ini berisi aktivitas tamasya alam dan pembelajaran pengetahuan alam serta sejarah yang ada pada 3 wisata karst, yaitu Rammang- Rammang, Leang- Leang, serta Bantimurung. Bersumber pada data di atas, diperlukan suatu media buku yang lebih kontekstual serta mempunyai konten informasi dan tampilan visual yang representatif serta informatif buat memenuhi yang telah di riset. Riset ini memakai tata cara kualitatif, dalam pengumpulan informasi serta analisis, setelah itu dilakukan wawancara pada pihak yang berkepentingan serta observasi lapangan.

Persamaan dalam jurnal ini adalah mengaplikasikan dalam bentuk buku dan perbedaan terdapat pada jurnal ini, penulis akan membuat buku katalog yang lebih spesifik ke wisata curug Baturraden bertujuan agar wisatawan lebih mengetahui informasi mengenai curug di Baturraden, Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah.

2.2.1 Penelitian “Perancangan Buku Wisata Sedati Dengan Teknik Fotografi Sebagai Upaya Destinasi Wisata Sidoarjo”

Penelitian ini disusun oleh Windy Virmadika dari Universitas Dinamika pada tahun 2017[5]. Tujuan riset ini bertujuan buat mengenalkan wisata yang terdapat di Kecamatan Sedati sebagaimana data hasil wawancara Kecamatan Sedati mempunyai lumayan banyak potensi wisata tetapi hanya wisata pancing saja yang populer. Analisis yang digunakan pada peneliti

menggunakan dua analisis yaitu analisis STP (*Segmentasi, Targetting, Positioning*) dan analisis SWOT (*Strength, Weakens, Opportunity, Threat*).

Persamaan penelitian ini dengan yang penulis lakukan adalah pada metode analisisnya, yaitu analisis SWOT yang tujuannya untuk menemukan kekurangan sehingga mengatasi kekurangan itu dan juga menemukan kelebihan maupun keunikan tempat wisata tersebut. Sedangkan perbedaan pada penelitian ini adalah pemilihan target audience yang dimana dalam jurnal ini memiliki target audience masyarakat Surabaya dan berwisata dengan keluarga pada perancangan buku fotografi.

2.3.1 Penelitian “Perancangan Buku Fotografi 10 Destinasi Wisata Unggulan Di Garut Jawa Barat”

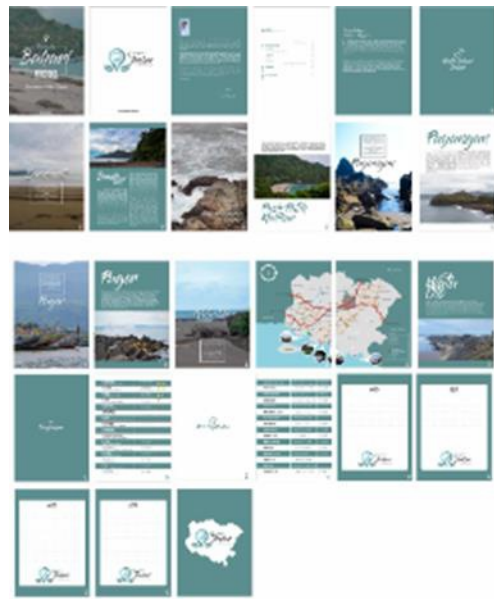
Penelitian ini disusun oleh Citra Erdwin Arum dari Universitas Telkom pada tahun 2019[6]. Penelitian ini membahas informasi tentang 10 destinasi wisata terfavorit di Garut dengan menggunakan dokumentasi fotografi dalam bentuk buku dalam 10 destinasi wisata yang kurang diketahui oleh masyarakat luar. Sehingga, perancang melakukan dokumentasi dan informasi melalui fotografi untuk penyebaran informasi. Pada jurnal ini menggunakan pengumpulan data kualitatif dan analisis matriks perbandingan. Persamaan dalam jurnal ini adalah perancangan buku fotografi *landscape* untuk wisata daerah, upaya meningkatkan jumlah wisatawan di daerah dan analisis menggunakan metode kualitatif dengan wawancara.

Persamaan dalam penelitian ini memvisualkan wisata dengan fotografi sedangkan perbedaan peneliti dengan jurnal ini yaitu metode analisis yang digunakan oleh peneliti adalah SWOT, tetapi dalam jurnal ini menggunakan analisis matriks.

2.2 Referensi Karya

2.2.1 Penelitian berjudul “Perancangan Buku Panduan Wisata Untuk Objek Wisata Bahari Kabupaten Jember”

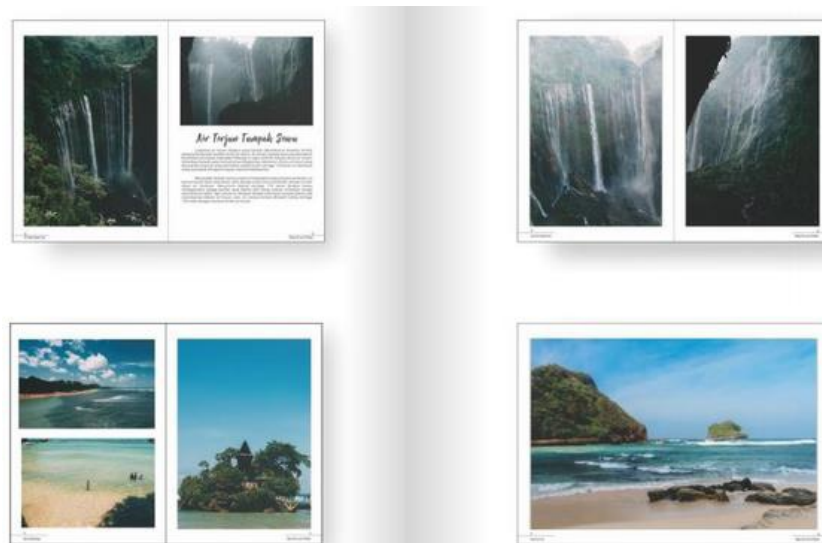
Penelitian yang berjudul “Perancangan Buku Panduan Wisata Objek Wisata Bahari Kabupaten Jember” karya Irwan Ardiansyah Putra mahasiswa Universitas Telkom Bandung prodi S1 Desain Komunikasi Visual fakultas Industri Kreatif dibuat pada tahun 2017[7]. Dari hasil referensi penempatan suatu foto menggunakan *layout multi-columm grid* dan *single-columm grid* menjadi referensi penulis untuk penempatan foto buku yang akan dibuat.



Gambar 2. 1 Buku Panduan Wisata Jember
Sumber : Jurnal Arya Ardiansyah Putra

2.2.2 Penelitian berjudul “Perancangan buku fotografi wisata alam Kabupaten Malang”

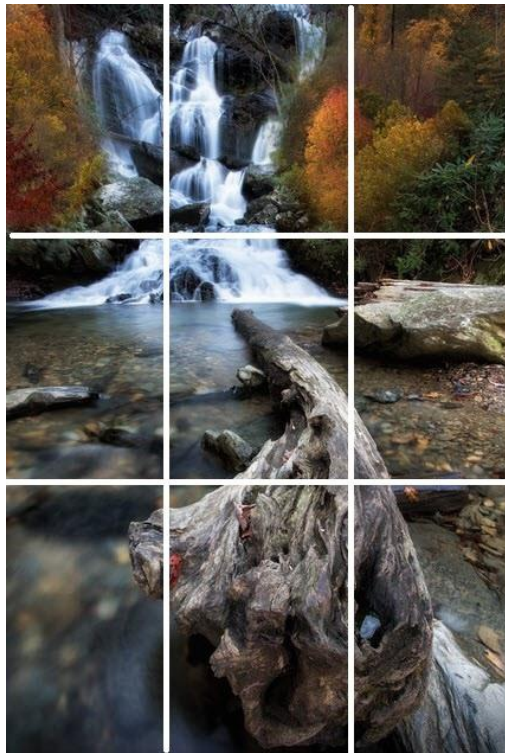
Penelitian yang berjudul “Perancangan buku fotografi wisata alam Kabupaten Malang” karya Kukuh Nur Setyonugroho mahasiswa Program Studi Desain Komunikasi Visual Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom Bandung dibuat pada tahun 2018[8]. Dari hasil referensi foto yang digunakan adalah *landscape* yang memperlihatkan keindahan alam dan memberikan informasi yang jujur, agar mempengaruhi masyarakat untuk datang ke destinasi tersebut. Fotografi yang dipaparkan terlihat natural. Peneliti mengambil referensi ini untuk dijadikan bahan referensi untuk pengambilan foto.



Gambar 2. 2 Buku Fotografi Wisata Alam Malang
Sumber: Jurnal Karya Kukuh Nur Setyonugroho

2.2.3 Karya Foto Dari Todd Wall

Karya foto ini menggunakan komposisi *rule of third* sehingga dapat menciptakan penempatan *horizon*, dengan bantuan garis 3x3 pada kamera. Ditempatkan di dataran *horizon* dan mendapatkan hasil yang fokus. Dengan menggunakan teknik *long exposure* metode yang mengkombinasikan antara objek diam dengan bergerak ditambah memakai shutter speed yang rendah untuk memperoleh efek pergerakan (atau jejak) dari objek yang bergerak. Komposisi ini memberikan keseimbangan pada foto agar elemen yang dihasilkan tidak membuat mata jauh dari titik fokus. Referensi yang diambil dalam karya ini yaitu dalam teknik dan juga komposisi fotografi.



Gambar 2. 3 Foto Todd Wall

Sumber: <http://digitalfotografi.net/komposisi-fotografi-landscape/>

2.2.4 Karya Foto Drone Tribun-Timur.com

Karya foto ini menggunakan alat drone yang dimana alat ini mengambil foto view landscape, karya foto yang ditampilkan oleh tribun ini pengambilan melalui high angle foto. Dengan pengambilan foto dari atas frame yang masuk dalam foto ini kehijauan pohon dan juga aliran curug yang mengalir, sehingga menjadi referensi foto yang akan digunakan oleh penulis yang akan ditampilkan dalam buku.



Gambar 2. 4 Foto Drone Tribun-Timur

Sumber: <https://makassar.tribunnews.com/2017/11/07/foto-drone-cantiknya-air-terjun-simoko-bantaeng-keren-banget?page=all>

2.3 Dasar Teori

2.3.1 Katalog

Katalog secara umum benda atau daftar yang didapatkan secara umum dengan penyusunan daftar yang memudahkan seorang mendapatkan informasi yang diinginkan. Menurut Jauhari Katalog adalah sekelompok daftar nama, judul dan barang memegang fungsi antara lain menyerahkan informasi mengenai sesuatu produk yang sedang dipromosikan dan memudahkan konsumen menemukan

petunjuk yang diinginkan.[9]

Katalog juga dapat diartikan sebagai media promosi produk konsumen terdiri dari gambar dari individu maupun kelompok jual. Dengan setiap gambar, ada deskripsi produk, karakteristik. Beberapa tujuan katalog yaitu [10]:

1. Memudahkan seseorang untuk menemukan sebuah karya yang telah diketahui pengarang, judul atau subjeknya.
2. Memperlihatkan apa yang dimiliki perpustakaan melalui nama pengarang, subjek dan jenis artikel.
3. Membantu pemilihan sebuah karya seperti dalam hal edisi nya secara bibliografis dan karakternya (topik).
4. Memperkenalkan sebuah produk dengan spesifikasi dan rincian dari produk itu sendiri.

Dari teori diatas penulis mengumpulkan informasi curug di Baturraden, membuat buku katalog curug tersebut sehingga memudahkan memperkenalkan curug yang berada di Baturraden bagi pengunjung yang ingin berwisata.

2.3.2 Layout buku

Layout pada umumnya dapat digambarkan sebagai tata letak elemen-elemen Desain terhadap suatu bidang dalam media desain tertentu untuk membantu konsep atau pesan yang terkandung dalam media tersebut.

Tujuan *layout* ialah konsumen dapat menerima informasi yang ingin disampaikan dalam media agar medianya sesuai dengan urutan yang benar, sehingga konsumen tidak akan bingung ketika menerima informasi pada media tersebut. Menurut Suriyanto Rustan dalam buku *layout*, dasar & Penerapannya dalam penggunaan *layout* terdapat prinsip dasar yang harus diketahui yaitu [11] :

1. *Sequence*

Sequence adalah urutan, tetapi banyak orang juga menyebutnya hierarki atau aliran. Saat membuat *layout*, *sequence* digunakan untuk mengurutkan dan membuat prioritas utama dari urutan informasi yang dibaca pertama kali sampai dengan urutan yang terakhir.

2. *Emphasis*

Emphasis atau penekanan dapat di desain dengan cara menjadikan elemen menjadi *point of interest*. ada beberapa fokus yg dapat dilakukan yaitu menyampaikan berukuran yang besar dibandingkan dengan elemen lain yg dipergunakan di halaman tersebut. lalu menggunakan warna perbedaan nyata menggunakan *background* dan elemen lain , bisa juga dengan meletakkan elemen di posisi yang menjadi menarik perhatian serta dapat memakai bentuk yang tidak sama atau unik.

3. *Balance*

Prinsip keseimbangan ini adalah pembagian berat yg bisa membuat kesan seimbang ketika mencantumkan elemen – elemen serta meletakkannya pada daerah yang tepat. *Balance* atau keseimbangan terbagi menjadi dua, yaitu keseimbangan yang simetris serta keseimbangan asimetris.

4. *Unity*

Unity atau kesatuan pada prinsipnya memiliki kesatuan pada menggunakan elemen – elemen Desain, elemen wajib memiliki keterkaitan satu sama lain dan peletakan yang sempurna sehingga memiliki keselarasan di layout.

5. *Grid system*

Grid system digunakan sebagai perpecahan masalah untuk mengatasi penempatan elemen-elemen visual dalam sebuah ruang desain. Menurut Danto Sihombing melalui *grid system* seorang desainer grafis dapat membuat sebuah sistem perencanaan dan hirarki visual guna menjaga konsistensi rancangan. Menurut Danto

Sihombing dalam buku tipografi dalam Desain terdapat beberapa jenis *grid* yang dapat digunakan yaitu [12] :

- a. *Singel-colum grid*, *Grid* yang digunakan menggunakan satu kolom dengan susunan kolom yang ditengah sebagai penentunya
- b. *Multi colum-grid*, *Grid* yang mempunyai struktur yang formatnya satu kolom atau lebih.
- c. *Modular grid*, *Grid* yang menambahkan devisi horizontal dengan penggunaan devisi horizontal *grid* ini dapat terlihat selaras dalam pembagiannya.

Pada bagian ini, menggunakan penerapan *sequence*, *emphasis*, *balance*, *unity*, *grid system* sehingga yang digunakan oleh peneliti yaitu *layout multi-columm grid* dan *single-columm grid* bertujuan membuat pembaca nyaman, tidak bosan saat membaca teks, memudahkan pembaca mendapatkan informasi yang diperlukan sehingga menjadi media efektif dalam mencapai pesan dan informasi.

2.3.3 Tipografi

Tipografi merupakan ilmu dalam memilih dan menyusun huruf sehingga dapat sesuai dengan pengaturan yang diagunkan pada ruang yang tersedia. Fungsi menciptakan kesan agar dapat membantu pembaca merasa nyaman saat membaca semaksimal mungkin. [12]

Mengenal lebih dalam tentang tipografi dapat dimulai dengan buku yang berjudul Desain Komunikasi Visual dikutip dari Lia Anggraini S. & Kirana Natahlia, yaitu [13]:

1. Serif

Serif merupakan jenis huruf yang memiliki kaki atau sirip pada ujung huruf berbentuk lancip. Pada garis – garis huruf nya memiliki ketebalan dan tipis yang kontras sehingga huruf memiliki keterbacaan yang cukup tinggi Kesan yang ditampilkan saat

menggunakan serif yaitu kesan klasik, resmi dan elegan jika digunakan dalam suatu karya Desain atau media. Umumnya digunakan dalam surat – surat kabar, buku dan media cetak lainnya.

2. Sans Serif

Sans Serif merupakan kebalikan dari serif, jenis huruf ini tidak mempunyai sirip pada ujung hurufnya. Untuk ketebalan, sans serif memiliki kesamaan atau hampir sama di setiap hurufnya. Sans serif dapat memberi kesan kesederhanaan, lugas, “masa kini” serta futuristik. Desain yang memiliki kesan modern serasi jika didampingi oleh jenis huruf sans serif. Sans serif umumnya digunakan pada media digital atau pada layar komputer. Bentuk dari jenis huruf sans serif lebih sederhana sehingga membuat lebih mudah untuk dibaca.

3. Script

Huruf Script memiliki kemiripan dengan goresan tangan yang dibuat menggunakan pena, kuas dan pensil tajam. Huruf ini memiliki ciri yaitu tulisan yang dimiringkan kekanan. Huruf script terbagi atas dua tipe yaitu:

- a. Formal script, adalah huruf yang serupa dengan tulisan tangan menggunakan pena klasik. Jenis scrip ini menggunakan lengkungan garis-garis yang memiliki kesan serta sifat yang formal.
- b. Casual script, adalah scrip yang memiliki pesan sebaliknya dengan formal script yang bersifat santai atau kurang formal, serta bersifat pribadi dan akrab. Jenis huruf ini serupa dengan tulisan yang ditulis tangan menggunakan pensil atau kuas.

4. Dekoratif

Merupakan huruf yang telah ada sebelumnya, namun dikembangkan dengan menambah ornamen atau bisa kedalam bentuk huruf tersebut. Maka dari itu kesan yang dimiliki dari jenis ini adalah ornamental dan dekoratif. Umumnya hana untuk judul atau

heading yang memakai jenis huruf dekoratif, dikarenakan huruf memiliki keterbacaan yang rendah. [13]

Penggunaan pada font menggunakan script dan serif. Dalam buku tipografi menurut Danto Sihombing serif dapat membantu kerja mata menjadi lebih ringan ketika membaca naskah, surat kabar, dan buku dengan jumlah kata yang banyak sedangkan script sebagai dekoratif yang menampilkan kesan elegan dan lembut seperti desain logo, label produk, judul buku, hingga menu hidangan.

2.3.4 Fotografi

2.3.4.1 Pengertian Fotografi

Richard Garvey-Willian dalam bukunya *Mastering Composition* menyatakan bahwa memotret adalah cara mengekspresikan dan menangkap keindahan suatu pemandangan atau subjek, atau untuk menyampaikan reaksi emosional pada sebuah aspek yang ada di sekeliling kita. Tujuan fotografi ialah membentuk suatu yang indah dan menyampaikan kedamaian serta ketenangan bagi ruang hidup seseorang [14].

2.3.4.2 Teknik Dasar Fotografi

Fotografi memiliki teknik dasar untuk dapat menghasilkan sebuah karya yang baik maka perlu menguasai teknik-teknik yang ada di dalam fotografi berikut adalah teknik-teknik dasar fotografi yang berkaitan dengan fitur penting dalam sebuah kamera yaitu [15] :

1. Diafragma atau bukaan lensa

Bukaan lensa, atau yang selanjutnya akan disebut dengan *diafragma*, adalah bagian dari lensa yang merupakan bagian masuknya cahaya menuju kamera. Diafragma dapat diatur besar kecil lubangnyanya sehingga dapat mengatur banyak atau sedikit cahaya yang masuk ke kamera. Pada bagian inilah akan diatur seberapa besar atau seberapa banyak jumlah cahaya yang masuk dalam kamera. Bila bukaan lensa ini diatur dengan lubang yang kecil, cahaya yang akan

masuk harus melewati bagian sebesar lubang tersebut. Jika bukaan lensa dibuka lebih lebar, cahaya juga akan masuk lebih banyak dari posisi sebelumnya.

2. *Shutter speed* atau kecepatan tirai rana

shutter speed mengatur banyaknya cahaya berdasarkan cepat atau lambatnya cahaya tersebut melewati *shutter* atau tirai rana saat terbuka. Sedangkan *diafragma* mengatur banyak sedikitnya cahaya yang masuk mengenai film berdasarkan besar kecilnya bukaan *diafragma* lensa.[15]

3. ISO atau kepekaan film terhadap cahaya

ISO adalah international standard organization, yaitu dalam fotografi semakin tinggi angka ISO nya hasil pemotretan akan tampak lebih kasar atau lebih sering disebut istilah grain seperti bintik-bintik pada karya foto, sehingga foto menjadi kasar dibandingkan dengan memakai iso rendah. Jika berada dalam ruangan tertutup maka perlu iso tinggi diantara angka ISO 800 atau 1600, tetapi bila di ruangan terbuka maka memerlukan ISO rendah diantara angka ISO 100 sampai 500 sehingga foto yang ditampilkan lebih tajam dan halus.[15]

2.3.4.3 Komposisi fotografi

Komposisi merupakan penempatan objek yang diatur untuk mendapatkan keseimbangan dalam foto tersebut. Konsep komposisi merupakan tahap awal dalam fotografi[16] :

1. *Golden Mean*

Golden mean merupakan komposisi foto dan menentukan pembagian area komposisi bujur sangkar dengan menarik garis diagonal dan sisi kanan atas ke pojok kanan. Sehingga objek foto yang diambil mendapatkan garis-garis diagonal membentuk segitiga yang akhirnya membentuk persegi panjang.

2. *Rule Of Trid*

Komposisi yang menggunakan persegi panjang menjadi tiga bagian, yang menghasilkan titik kuat pada pertemuan garis vertikal dan horisontal

3. *Framing*

Merupakan teknik yang memanfaatkan objek pada sisi foreground untuk membuat bingkai gambar secara imajiner mengelilingi objek

4. *Point Of Interes*

Memiliki sifat *eye-catching* atau menarik perhatian agar mata terpaksa melihat bagian tersebut. *eye-catching* dapat berupa objek yang paling besar, paling cerah, paling tajam, atau paling menarik.

Pada teori diatas peneliti menggunakan *rule of trid* yang dapat membentuk struktur komposisi ruang gambar yang lebih baik dalam foto. Bahkan sekarang setiap di layar kamera ataupun *display* terdapat garis bantu *rule of trid* untuk membantu fotografer membentuk komposisi dalam sebuah foto lebih baik

2.3.4.4 Genre fotografi

Genre fotografi merupakan pengelompokan untuk mempermudah pemilahan berdasarkan objek. Beberapa pengelompokan genre fotografi sebagai berikut [17] :

1. Fotografi jurnalistik adalah bentuk khusus dari jurnalisme yang membuat gambar agar bisa menceritakan sebuah kisah yang melengkapi sebuah berita, biasanya foto jurnalistik yang baik sudah dapat menceritakan banyak hal hanya dari visual fotonya. Kadang bisa bersifat objektif kadang bersifat subjektif.
2. Fotografi *commercial advertising* merupakan foto yang diambil untuk kebutuhan promosi, biasanya diatur saat pengambilan gambar agar tampil lebih menarik dengan bantuan *editing* dan *digital imaging* di komputer grafik, dengan tujuan untuk mempromosikan suatu produk, atau mempromosikan ide.

3. Fotografi *Landscape*; salah satu genre yang sudah lama dikenal dalam zona fotografi yang dalam karyanya mendokumentasikan alam yang ada, dengan segala kelebihannya yang umumnya menampilkan bagian yang cukup luas dari suatu lokasi.
4. Fotografi Makanan (*Food*); sesuai dengan istilahnya fotografi makanan ini menampilkan objek foto makanan pada aneka macam jenis, serta kadang juga termasuk aliran *food and beverages*. Pada awalnya aliran atau genre fotografi makanan ini adalah bagian dari fotografi *stillife*, yang akhirnya berkembang untuk kebutuhan komersial, menggunakan tujuan untuk menghasilkan foto makanan yang nampak lezat dan juga menarik, tujuan *advertising* untuk dijadikan bagian dari Desain kemasan, atau sebagai visual penunjang dalam buku hidangan, atau poster.

Dari teori ini penulis menggunakan genre fotografi *landscape* sebagai landasan pengambilan gambar yang disesuaikan dengan target audiens, mendapatkan hasil foto yang sesuai dengan pesan yang ingin disampaikan dan komposisi yang gambar yang baik sehingga pembaca dapat dengan mudah memahami foto yang dibuat dalam buku tersebut.

2.3.4.5 Teknik dalam fotografi

Untuk mendapatkan hasil yang baik maka memerlukan teknik dalam pengambilan foto agar mendapatkan pengambilan foto objek yang baik maka diperlukan teknik agar menguasai dalam pengambilan foto. Teknik-teknik fotografi sebagai berikut[18]:

1. Zooming

Zooming adalah sebuah Teknik yang menghasilkan objek utama terlihat jelas, sementara background terlihat kabur. Teknik ini berfungsi buat mempertegas objek serta membuatnya makin mencolok. Perubahan panjang fokus hanya dapat dilakukan dengan lensa zoom, gunakan

kecepatan rana tidak lebih dari 1/30 detik untuk membuat hasil gerak, sebaiknya pakailah tripod.

2. Teknik *Long Exposure*

Di teknik ini objek yang mengkombinasikan antara target objek diam dengan target objek bergerak ditambah menggunakan shutter speed yang lambat untuk mendapatkan efek pergerakan (atau jejak) dari benda yang bergerak.

3. Teknik *Freezing*

Teknik ini adalah teknik memotret benda bergerak yang menggunakan kecepatan sangat tinggi. Teknik ini seolah membekukan objek gerakan benda tersebut. Hasil dari teknik ini berupa objek yang terlihat tajam ketika ia sedang bergerak.

4. Teknik *Siluet*

Siluet ialah Bayangan. Seperti sebutannya foto siluet hanya berupa Bayangan. Siluet artinya objek yang menutupi cahaya sebagai akibat diterangi dari belakang secara total. Aturan dasar dari foto siluet adalah objek harus benar-benar terlihat hitam. Ini artinya tidak ada berkas cahaya pun yang menerobos masuk.

Penggunaan dalam teknik ini untuk menentukan apa yang ingin ditampilkan dan menentukan titik lokasi indah. Sehingga teknik fotografi yang akan menambahkan variasi dan keindahan foto sehingga menari dan tidak monoton. Teknik dalam fotografi dilakukan sebelum komposisi untuk mendapatkan komposisi yang baik maka diperlukan teknik dalam mengambil foto tersebut.

2.3.5 Media promosi

Media promosi menurut KKBI istilah Periklanan Indonesia merupakan sarana ruang dan waktu digunakan di media cetak dan iklan di media sosial. Media memiliki peran strategis yang penting dalam aspek-aspek berikut Promosi dan kampanye iklan. Melalui media, sebuah pesan Dapat dicapai dan disampaikan sehingga dapat Tertangkap oleh indera

konsumen. Pada media promosi terdapat dua media penyampaian yang efektif yaitu[19] :

1. Media lini atas (*Above the line media*)

Media ini memakai biro iklan organisasi buat membantu mempublikasikan pesan atau iklan yang disampaikan pada sasaran. Sedangkan media perancangan ini terbagi menjadi:

a. Media cetak

Media yang penyebarannya mendeskripsikan menggunakan teknik cetak (*printing*) antara lain, poster, surat, brosur, x-banner serta sebagainya.

b. Media luar ruang

Media yang penyebarannya memakai teknik cetak (*printing*), diantara lain billboard, baliho, mobile dan, spanduk sebagainya.

2. Media lini bawah (*bellow the line media*)

Suatu rancangan periklanan yang tidak menyangkut pesan iklan melalui media komunikasi massa dan tidak memberikan komisi kepada perusahaan advertensi. Yakni jenis-jenis pada pameran, brosur, *direct mail*, *leaflet*, *point of purchase* dan lain-lain.[19]

Media untuk menyampaikan informasi wisata-wisata ini adalah cetak, yaitu buku fotografi. Buku data memberikan informasi lebih valid, dengan dijadikan referensi dan tidak cepat membuat mata lelah karena tidak memancarkan sinar radiasi serta tidak akan pernah mati karena tidak membutuhkan sumber energi.

2.3.6 Promosi

Menurut Teti Denora Rosati Br Sianturi promosi adalah komunikasi yang menyampaikan suatu penjelasan buat meyakinkan calon pembeli serta mengetahui barang atau jasa yang bertujuan buat memperoleh suatu perhatian[20]. Setiap promosi yang dilakukan oleh perusahaan diharapkan bisa memberi info yang lengkap dan jelas kepada warga sebagai akibatnya dapat mempengaruhi minat beli

masyarakat.. Tujuan promosi menurut simamora (2000) adalah sebagai berikut [20]:

1. Memberikan informasi pada masyarakat tentang barang atau jasa
2. Menaikkan permintaan buat jasa atau barang
3. Menyampaikan perbedaan (diferensiasi) suatu produk dengan produk yang lain
4. Pengenalan produk yang baru untuk memicu suatu kebutuhan
5. Membantu pembeli untuk mengkaji produk serta jasa
6. Membantu para pembeli dalam mengevaluasi produk dan merek alternatif.

Promosi untuk menyampaikan pesan secara visual dan atensi, sehingga pesan tersebut mudah diingat oleh konsumen. Penggunaan kata-kata dan visual bertujuan untuk menjual suatu produk atau jasa.

2.3.7 Wisata

Wisata adalah kegiatan perjalanan atau kunjungan yang dilakukan secara penuh dan berpindah-pindah untuk sementara waktu dengan tujuan menambah penghasilan akan tetap untuk menikmati keindahan dan mencari kesenangan[1]. Menurut Fendeli menyatakan daya tarik daerah wisata dibedakan menjadi tiga bagian yaitu[21] :

1. Wisata alam seperti daerah wisata memiliki keunikan daya tarik alamnya seperti, air laut, pesisir pantai, gunung, lembah, air terjun, hutan dan objek wisata yang masih alami
2. Wisata budaya yaitu daerah-daerah atau tempat-tempat yang dikunjungi dengan memilik keunikan atau kekhasan budaya
3. Wisata minat khusus, adalah tempat wisata dengan daya tarik objek wisata dengan minat seperti wisata olahraga, wisata rohani, wisata kuliner, wisata belanja, dan wisata jenis-jenis kegiatan lainnya

Menurut Melntosh, Goeldner dan Ritchie (1995) dalam buku Strategi Bisnis Pariwisata, seorang melakukan motivasi yang mendorong seorang untuk melakukan wisata adalah sebagai berikut [1]:

1. *Pleasure* (bersenang-senang)
2. *Relaxation, rest and recreations* (beristirahat untuk menghilangkan stress),
3. *Health* (kesehatan)
4. *Participation in sport* (olahraga yang bersifat rekreasi)
5. *Curiosity and culture* (ingin mengetahui dan motivasi yang berkaitan dengan kebudayaan)
6. *Ethnic and family* (kesamaan etnik dan kunjungan kepada keluarga)
7. *Spiritual and religious* (sesuatu yang bersifat spiritual dan keagamaan)
8. *Status and religious* (menunjukkan status sosial dan gengsi)
9. *Professional or business* (melakukan aktifitas yang berkaitan dengan profesi/pekerjaan)

Dari teori di atas daya tarik wisata dalam penelitian ini adalah wisata alam yaitu curug Baturraden. Sehingga seorang termotivasi melakukan wisata yang tergolong dalam penelitian ini *Relaxation, rest and recreations* (beristirahat untuk menghilangkan stress), dan juga *Participation in sport* (olahraga yang bersifat rekreasi) .