

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar belakang**

Tempat wisata adalah lokasi atau area yang dirancang untuk menarik pengunjung dengan menawarkan berbagai atraksi, pengalaman, dan kegiatan yang menyenangkan. Tempat wisata dapat berupa alam, budaya, sejarah, atau hiburan, dan sering kali dilengkapi dengan fasilitas yang mendukung kenyamanan pengunjung, seperti akomodasi, restoran, dan layanan informasi. Tujuan utama dari tempat wisata adalah untuk memberikan pengalaman yang menarik dan berkesan bagi para pengunjung, sehingga mereka dapat menikmati keindahan dan keunikan suatu daerah. Berwisata merupakan hal penting yang harus dilakukan oleh manusia untuk rehat sejenak dari berbagai rutinitas aktifitas sehari-hari. Banyak tempat berpotensi baik secara alami maupun buatan yang dapat dikembangkan untuk menjadi suatu produk wisata. Wisata alam maupun buatan tersebut dapat dijadikan alternatif untuk berwisata.[1]

Desa batumarta II memiliki tempat wisata yang pernah ramai diperincangkan yaitu Wisata Taman Jodoh. Wisata taman jodoh adalah tempat yang bersuasana tenang dengan keindahan pepohonan dan berbagai fasilitas dan aktivitas menarik. Dengan latar belakang kebun yang hijau, Taman Jodoh tidak hanya menarik pengunjung lokal, tetapi juga wisatawan dari berbagai daerah oku. Keberadaan taman ini mencerminkan potensi pariwisata yang dapat dikembangkan untuk meningkatkan perekonomian desa dan memberikan manfaat sosial bagi masyarakat setempat.



Gambar 1.1 Grafik pengunjung

(Sumber : Pengurus Wisata Taman Jodoh, 2025)

Pengelola taman jodoh menceritakan tentang wisata taman jodoh yang mengalami naik turun pengunjung pertahun. Hal ini menyebabkan pemasukan dan pendapatan tempat wisata tersebut berkurang.

Tempat wisata memerlukan media promosi yang efektif untuk meningkatkan visibilitas dan daya tarik mereka bagi calon wisatawan. Promosi memainkan peran penting dalam industri pariwisata karena memberikan informasi dan persuasi kepada pelanggan untuk memilih dan mengunjungi tempat yang spesifik. Promosi membantu destinasi wisata menjadi lebih dikenal oleh wisatawan. Tempat wisata dapat menarik perhatian pengunjung dengan memberi tahu mereka tentang keindahan, atraksi, dan aktivitas yang ditawarkan. Keputusan wisatawan dapat dipengaruhi oleh sarana promosi salah satunya seperti video. Mereka memberikan informasi yang dibutuhkan untuk membuat keputusan

tentang mengunjungi atau tidak mengunjungi tempat tersebut. Media promosi adalah alat penting dalam komunikasi pemasaran untuk memperkenalkan tempat wisata tersebut kepada masyarakat lebih luas.

Di era globalisasi saat ini video yang menarik dan informatif menjadi sangat penting bagi taman wisata. Promosi berfungsi sebagai alat komunikasi yang memperkenalkan identitas, nilai, dan layanan yang ditawarkan oleh taman wisata kepada calon pengunjung. Salah satunya yaitu promosi berbentuk pembuatan video. Di era yang semakin berkembang, penggunaan video sebagai media komunikasi telah menjadi salah satu cara paling efektif untuk menyampaikan informasi kepada audiens. Bagi taman wisata, melakukan promosi dalam bentuk video sangat penting untuk menarik perhatian pengunjung potensial. Video memungkinkan penyampaian informasi yang lebih dinamis dan menarik, sehingga pengunjung dapat merasakan keindahan tempat wisata tersebut secara langsung. Dengan visual yang menarik, taman wisata dapat menunjukkan berbagai fasilitas, aktivitas, dan keunikan yang ditawarkan, yang sulit dicapai hanya dengan teks atau gambar statis[2].

Selain itu, video memiliki kekuatan untuk membangun keterhubungan emosional dengan audiens. Melalui narasi yang baik dan elemen visual yang kuat, video dapat menggugah perasaan dan minat penonton, membuat mereka lebih tertarik untuk mengunjungi taman wisata tersebut. Dalam dunia yang penuh dengan informasi, video yang menarik dapat dengan mudah dibagikan di berbagai platform media sosial, sehingga meningkatkan jangkauan dan visibilitas taman wisata. Dengan demikian, Promosi dalam bentuk video tidak hanya berfungsi

sebagai alat promosi tetapi juga sebagai sarana untuk membangun citra positif dan kepercayaan pada pengunjung.

Pentingnya video juga terletak pada kemampuan untuk menjangkau audiens yang lebih luas dengan cara yang lebih efisien. Dengan semakin banyaknya orang yang menghabiskan waktu di platform digital, video menjadi konten yang lebih mudah dicerna dan lebih menarik perhatian. Taman wisata yang memiliki video yang menarik dan strategi pemasaran digital untuk menarik lebih banyak pengunjung. Dengan cara ini, taman wisata tidak hanya dapat meningkatkan jumlah pengunjung tetapi juga mengembangkan komunitas yang setia, yang akan berkontribusi pada keberlanjutan dan pertumbuhan jangka panjang[3].

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang disampaikan, Penelitian yang dirancang bertujuan untuk meningkatkan pengunjung dengan cara membuat video promosi yang dapat dinikmati oleh banyak orang.

Dari permasalahan diatas, maka peneliti menangkat tugas akhir ini dengan judul “ Pembuatan Video Promosi Wisata Taman Jodoh Batumarta II Untuk Meningkatkan Pengunjung” dengan harapan agar wisata taman jodoh dapat menjadi ramai dan banyak dikunjungi oleh para wisatawan.

## **1.2 Rumusan masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka rumusan masalah yang akan

dibahas adalah Bagaimana membuat video promosi tempat wisata taman jodoh untuk meningkatkan pengunjung dengan menggunakan sosial media

### **1.3 Tujuan masalah**

Adapun tujuan penelitian ini adalah :

1. Membuat video promosi tempat wisata taman jodoh untuk meningkatkan pengunjung
2. Membantu memperkenalkan salah satu tempat wisata yang ada di batumarta II yaitu Taman Jodoh dengan sosial media.

### **1.4 Manfaat penelitian**

Adapun penelitian ini dapat memberikan beberapa manfaat bagi berbagai pihak terkait, antara lain :

1. Manfaat bagi masyarakat
  - a. Membantu mempromosikan tempat wisata serta meningkatkan kesadaran masyarakat pentingnya melestarikannya.
  - b. Masyarakat dapat mendapatkan akses terhadap informasi yang lebih akurat tentang tempat wisata
2. Manfaat bagi universitas
  - a. Penelitian ini dapat menjadi contoh penerapan teori komunikasi dan media dalam praktik, menjembatani teori dengan kenyataan di lapangan.
  - b. Dapat membuka peluang untuk kolaborasi antara universitas dan industri pariwisata, serta memperkuat hubungan antara akademisi dan

praktisi.

- c. Hasil penelitian dapat digunakan untuk memperkaya kurikulum di bidang komunikasi, media, atau pariwisata dengan material yang relevan dan terkini.

### 3. Manfaat bagi mahasiswa

- a. Mahasiswa dapat mengembangkan keterampilannya yang sangat berharga di dunia kerja.
- b. Penelitian ini dapat dijadikan proyek praktis, memberikan pengalaman nyata dalam penelitian dan pengembangan media untuk tujuan pemasaran.

## **1.5 Batasan penelitian**

Agar penelitian dapat dilaksanakan dengan lebih terarah dan terfokus maka ditetapkan beberapa batasan masalahnya yaitu:

1. Video promosi ini merupakan penyampaian tentang tempat wisata taman jodoh.
2. Video ini salah satu sarana agar masyarakat sekitar mengetahui tentang wisata taman jodoh

## **1.6 Sistematika penulisan**

Uraian singkat mengenai struktur penulisan pada masing-masing bab adalah sebagai berikut :

## **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini berfungsi untuk memperkenalkan topik, menjelaskan pentingnya

penelitian, serta merumuskan masalah dan tujuan yang ingin dicapai. Berikut adalah elemen-elemen utama dalam Bab 1 Pendahuluan: latar belakang permasalahan, rumusan masalah, hipotesis (bila ada), tujuan, dan manfaat penelitian.

## **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini adalah bagian yang menyajikan kajian literatur yang relevan dengan topik yang diteliti. Tujuan utama dari bab ini adalah untuk memberikan landasan teoritis yang mendukung penelitian, serta menunjukkan pemahaman peneliti tentang penelitian sebelumnya dan konsep-konsep yang relevan.

## **BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ini adalah bagian yang menjelaskan secara rinci tentang pendekatan, teknik, dan prosedur yang akan digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis data. Bab ini sangat penting karena memberikan pemahaman tentang bagaimana penelitian akan dilakukan dan memastikan bahwa prosesnya dapat diulang dan diverifikasi

## **BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN**

Bab ini berisi hasil penelitian dan pembahasan yang disusun secara sistematis untuk menjawab rumusan masalah dan mencapai tujuan penelitian. Sistematika penulisannya mencakup penyajian data yang diperoleh selama proses penelitian, analisis terhadap data tersebut dengan metode yang telah ditentukan, serta pembahasan yang mengaitkan hasil penelitian dengan teori, temuan sebelumnya, atau konteks aktual. Bab ini menjadi inti dari skripsi karena menunjukkan kontribusi nyata dari penelitian yang dilakukan.

#### **BAB IV PENUTUP**

Bab ini merupakan bagian penutup yang berisi kesimpulan dan saran dari hasil penelitian yang telah dilakukan. Kesimpulan ditulis secara ringkas, padat, dan langsung menjawab rumusan masalah berdasarkan hasil dari pembahasan pada bab sebelumnya. Setelah itu, bagian saran disampaikan berdasarkan temuan penelitian, ditunjukkan kepada pihak-pihak terkait, seperti penelitian selanjutnya, lembaga, atau pengguna hasil penelitian, agar dapat memberikan manfaat praktis maupun pengembangan penelitian lanjutan. Bab ini menjadi penegas akhir dari keseluruhan isi skripsi.