

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

1.1 Wisata

Wisata adalah kegiatan yang melibatkan perjalanan seseorang atau sekelompok orang ke tempat-tempat di luar lingkungan sehari-hari mereka, dengan tujuan untuk menikmati pengalaman baru, baik itu dalam bentuk rekreasi, pendidikan, atau eksplorasi budaya. Wisata dapat didefinisikan sebagai perjalanan yang dilakukan secara sukarela dan bersifat sementara untuk menikmati objek dan daya tarik wisata. Menurut Undang-Undang Republik Indonesia No. 9 Tahun 1990 tentang Kepariwisata, pariwisata mencakup segala sesuatu yang berhubungan dengan kegiatan perjalanan, termasuk perusahaan objek dan daya tarik wisata serta usaha-usaha yang terkait di bidang tersebut [4].

Wisata adalah aspek penting dalam kehidupan manusia yang tidak hanya memberikan kesempatan untuk bersenang-senang, tetapi juga memperkaya pengetahuan dan pengalaman. Dengan pengelolaan yang baik, wisata dapat memberikan manfaat yang besar bagi individu dan masyarakat, sambil menjaga keseimbangan antara kebutuhan wisatawan dan pelestarian lingkungan serta budaya lokal.

Wisata dapat dikategorikan dalam berbagai jenis, antara lain:

1. Wisata Alam: Mengunjungi tempat-tempat dengan keindahan alam, seperti pantai, gunung, dan taman nasional. Ini juga mencakup kegiatan seperti hiking, camping, dan ekowisata.

2. Wisata Budaya: Menjelajahi dan memahami budaya setempat melalui acara, festival, seni, dan kuliner. Contoh: mengunjungi pasar tradisional atau mengikuti festival lokal.
3. Wisata Sejarah: Mengunjungi situs-situs bersejarah yang memiliki nilai sejarah, seperti candi, benteng, dan monumen. Ini memberikan pemahaman lebih dalam tentang sejarah suatu daerah.
4. Wisata Petualangan: Aktivitas yang mengedepankan tantangan fisik dan keberanian, seperti arung jeram, panjat tebing, atau scuba diving.
5. Wisata Religi: Kunjungan ke tempat-tempat ibadah atau situs-situs suci untuk tujuan spiritual, seperti masjid, gereja, atau kuil.
6. Wisata Kuliner: Menikmati dan mencoba berbagai makanan khas dari suatu daerah, termasuk mengikuti kelas memasak atau mengunjungi pasar makanan.

1.2 Batumarta II

Batumarta II adalah sebuah desa yang terletak dikecamatan lubuk raja, kabupaten ogan komering ulu, Sumatra selatan. Dulunya, Batumarta II merupakan bagian dari desa batumarta, namun kemudian dimekarkan menjadi tiga desa yaitu, batumarta II, Desa marta jaya, dan desa batu raden. Desa wisata batumarta II, yang memanfaatkan embung taman jodoh sebagai daya tarik utama, menjadi salah satu desa wisata yang populer diwilayah tersebut.

1.3 Promosi

a. Pengertian promosi

Promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh individu atau perusahaan untuk memberitahukan, membujuk, dan mengingatkan konsumen tentang produk, layanan, merek, atau ide yang ditawarkan. Tujuannya adalah untuk mempengaruhi opini dan perilaku konsumen, sehingga mereka bersedia membeli atau menggunakan apa yang dipromosikan. Promosi bukan hanya tentang menginformasikan, tetapi juga tentang menciptakan nilai dan membangun hubungan dengan pelanggan. Dalam dunia pemasaran yang kompetitif, promosi yang efektif sangat penting untuk membedakan diri dari pesaing dan mencapai tujuan bisnis.

Promosi melibatkan penggunaan berbagai alat komunikasi, seperti iklan, promosi penjualan, hubungan masyarakat, pemasaran langsung, dan penjualan pribadi. Setiap alat memiliki karakteristik dan keunggulan yang berbeda, sehingga pemasar perlu memilih kombinasi yang tepat untuk mencapai target audiens mereka. Iklan, misalnya, efektif untuk menjangkau audiens yang luas, sementara penjualan pribadi lebih cocok untuk membangun hubungan yang mendalam dengan pelanggan. Promosi penjualan dapat memberikan insentif jangka pendek untuk mendorong pembelian segera, sedangkan hubungan masyarakat berfokus pada membangun citra merek yang positif.

Keberhasilan promosi tergantung pada pemahaman yang mendalam tentang target pasar, pesan yang relevan dan menarik, serta pemilihan saluran komunikasi

yang tepat. Pemasar perlu mengukur efektivitas kampanye promosi mereka dengan melacak metrik seperti kesadaran merek, penjualan, dan loyalitas pelanggan. Dengan menganalisis data ini, pemasar dapat mengidentifikasi apa yang berhasil dan apa yang tidak, serta membuat penyesuaian untuk meningkatkan kinerja kampanye di masa depan. Promosi yang efektif dapat membantu merek membangun citra yang kuat, meningkatkan kesadaran merek, menghasilkan prospek berkualitas, dan meningkatkan penjualan. [5]

b. Jenis-jenis promosi

Promosi adalah bagian penting dari strategi pemasaran yang melibatkan komunikasi antara penjual dan pembeli untuk mempengaruhi dan meyakinkan pembeli agar membeli produk atau jasa mereka. Promosi membantu menyebarkan informasi tentang produk, layanan, atau perusahaan kepada masyarakat, meningkatkan citra publik, dan menciptakan minat pada produk yang ditawarkan

Berikut adalah beberapa jenis promosi yang umum digunakan:

1. **Iklan (*Advertising*):** Iklan adalah bentuk promosi berbayar yang menggunakan media massa seperti televisi, radio, surat kabar, majalah, dan internet untuk menjangkau audiens yang luas. Tujuannya adalah untuk meningkatkan kesadaran merek, menginformasikan konsumen tentang produk atau layanan baru, atau membujuk mereka untuk melakukan pembelian

2. **Promosi Penjualan (*Sales Promotion*):** Promosi penjualan adalah insentif jangka pendek yang dirancang untuk mendorong pembelian segera atau meningkatkan penjualan produk atau layanan. Ini dapat mencakup kupon, diskon, kontes, undian, hadiah, sampel gratis, dan demonstrasi produk .
3. **Hubungan Masyarakat (*Public Relations*):** Hubungan masyarakat adalah upaya untuk membangun dan memelihara hubungan positif antara organisasi dan publiknya. Ini melibatkan penggunaan berbagai taktik komunikasi, seperti siaran pers, konferensi pers, acara khusus, dan media sosial, untuk menyampaikan pesan yang positif tentang organisasi dan produk atau layanannya.
4. **Pemasaran Langsung (*Direct Marketing*):** Pemasaran langsung adalah komunikasi langsung dengan konsumen individu untuk mendapatkan respons langsung atau membangun hubungan yang berkelanjutan. Ini dapat mencakup surat langsung, email marketing, telemarketing, dan pemasaran katalog.
5. **Penjualan Pribadi (*Personal Selling*):** Penjualan pribadi adalah interaksi langsung antara penjual dan calon pelanggan untuk melakukan penjualan atau membangun hubungan. Ini melibatkan penggunaan keterampilan komunikasi, persuasi, dan negosiasi untuk meyakinkan pelanggan untuk membeli produk atau layanan.
6. **Pemasaran Digital (*Digital Marketing*):** Pemasaran digital melibatkan penggunaan saluran dan alat digital untuk mempromosikan produk atau

layanan. Ini dapat mencakup pemasaran media sosial, optimisasi mesin pencari, pemasaran konten, pemasaran email, dan iklan berbayar.[6]

1.4 Video

1. Pengertian Video

Video adalah media yang menggabungkan gambar bergerak dan suara, menciptakan pengalaman audiovisual yang dapat dinikmati oleh penonton. Dalam konteks teknologi, video dapat direkam, disimpan, dan diputar menggunakan berbagai perangkat, seperti kamera, smartphone, dan komputer. Video telah menjadi salah satu bentuk komunikasi yang paling populer di era digital ini, digunakan dalam berbagai bidang, termasuk pendidikan, hiburan, dan pemasaran. Dengan kemajuan teknologi, video kini dapat diakses dengan mudah melalui internet, memungkinkan siapa saja untuk membuat dan membagikan konten video mereka sendiri [7]

2. Fungsi Video

Fungsi video sangat beragam dan penting dalam kehidupan sehari-hari. Salah satu fungsi utama video adalah sebagai alat pendidikan. Video pendidikan memungkinkan pengajar untuk menyampaikan materi pelajaran dengan cara yang lebih menarik dan interaktif. Dengan visualisasi yang jelas, siswa dapat lebih mudah memahami konsep yang diajarkan. Selain itu, video juga dapat digunakan untuk pelatihan dan pengembangan keterampilan, memberikan demonstrasi langsung tentang cara melakukan suatu tugas atau pekerjaan.

Selain pendidikan, video juga berfungsi sebagai sarana hiburan. Film, acara

televisi, dan video musik adalah beberapa contoh konten video yang dirancang untuk menghibur penonton. Dalam industri hiburan, video memainkan peran penting dalam menyampaikan cerita dan emosi kepada audiens. Dengan berbagai genre yang tersedia, video dapat memenuhi selera dan preferensi yang berbeda dari setiap individu .

Fungsi lain dari video adalah sebagai media informasi. Berita dan dokumentasi sering disampaikan dalam bentuk video, memberikan informasi terkini kepada masyarakat. Video berita memungkinkan penonton untuk melihat dan mendengar peristiwa yang terjadi secara langsung, menjadikannya lebih mendalam dan informatif. Selain itu, video dokumenter memberikan wawasan tentang berbagai topik, mulai dari sejarah hingga isu-isu sosial, dengan cara yang menarik dan mendidik

Terakhir, video juga berfungsi sebagai alat pemasaran yang efektif. Banyak perusahaan menggunakan video untuk mempromosikan produk dan layanan mereka. Dengan video, perusahaan dapat menjelaskan fitur dan manfaat produk dengan cara yang lebih menarik, serta membangun hubungan emosional dengan konsumen. Video iklan yang kreatif dan informatif dapat meningkatkan kesadaran merek dan menarik perhatian calon pelanggan [8]

1.5 Editing

Editing adalah proses sistematis yang dilakukan untuk memperbaiki, mengorganisir, dan meningkatkan kualitas suatu karya, yang bisa berupa teks, gambar, audio, atau video. Dalam konteks teks, editing mencakup pemeriksaan

ejaan, tata bahasa, dan struktur kalimat untuk memastikan bahwa pesan yang ingin disampaikan jelas dan mudah dipahami. Pada media lainnya, seperti video dan audio, editing melibatkan pemotongan, penyusunan ulang, dan penambahan elemen tambahan, seperti efek visual atau suara, untuk menciptakan pengalaman yang lebih menarik bagi audiens.

Proses *editing* sangat penting dalam produksi konten karena dapat mempengaruhi cara audiens menerima dan memahami informasi. Dengan editing yang baik, sebuah karya tidak hanya menjadi lebih profesional, tetapi juga mampu menjangkau dan mempengaruhi audiens dengan lebih efektif. Melalui langkah-langkah editing yang cermat, konten yang dihasilkan bisa lebih akurat, menarik, dan tepat sasaran, sehingga dapat memberikan dampak yang lebih besar dalam menyampaikan pesan yang diinginkan.[9]

Table 2.1 Jenis-jenis editing

Editing teks	<ul style="list-style-type: none"> a) Memperbaiki tata bahasa, ejaan, dan tanda baca b) Meningkatkan alur dan struktur kalimat. c) Meninggalkan kata-kata yang tidak perlu dan memperjelas ide utama. d) Menyesuaikan gaya penulisan dengan audiens yang dituju
Video editing	<ul style="list-style-type: none"> a) Memotong dan menyusun klip video untuk menciptakan alur cerita yang kohesif. b) Menambahkan efek visual, transisi, dan teks untuk meningkatkan estetika. c) Mengatur suara dan musik latar untuk menciptakan suasana yang diinginkan. d) Memastikan kualitas gambar dan suara yang optimal.
Audio editing	<ul style="list-style-type: none"> a) Menghapus gangguan atau noise dari rekaman audio. b) Mengatur level suara dan menambahkan efek suara atau musik latar. c) Memotong bagian yang tidak diperlukan untuk menjaga fokus kepada konten utama

Photo editing	<ul style="list-style-type: none"> a) Mengubah kecerahan, kontras, dan warna untuk meningkatkan kualitas gambar. b) Menghapus objek yang mengganggu atau memperbaiki blemishes. c) Menambahkan elentuk meningkatkan kualitas audio. d) Menyusun kembali trek audio untuk alur yang lebih baik e) Menambahkan efek suara atau musik latar untuk meningkatkan pengalaman pendengar.
---------------	--

1.6 *Davinci Resolve*

Davinci Resolve adalah perangkat lunak penyuntingan video yang sangat populer, terkenal karena kemampuannya dalam color grading dan penyuntingan non-linear. Dikembangkan oleh Blackmagic Design, aplikasi ini menawarkan berbagai fitur canggih yang digunakan oleh profesional di industri film dan televisi. Selain menyunting video, *DaVinci Resolve* juga menyediakan alat untuk efek visual, audio post-production, dan kolaborasi tim, menjadikannya solusi all-in-one yang ideal untuk proyek multimedia.

Salah satu keunggulan utama *DaVinci Resolve* adalah antarmukanya yang intuitif dan fleksibilitasnya. Pengguna dapat melakukan penyuntingan dasar hingga kompleks dengan mudah, berkat berbagai alat yang tersedia. Aplikasi ini juga menawarkan versi gratis yang sangat kuat, memungkinkan pengguna pemula untuk belajar dan mengeksplorasi tanpa biaya. Dengan dukungan untuk berbagai format video dan integrasi hardware yang baik,

DaVinci Resolve menjadi pilihan utama bagi banyak kreator konten dan pembuat film di seluruh dunia.

1.7 Internet

a. Pengertian internet

Internet adalah jaringan komunikasi global yang menghubungkan berbagai perangkat komputer di seluruh dunia, memungkinkan pertukaran informasi dan komunikasi secara real-time. Istilah "internet" berasal dari "*interconnected network*," yang berarti jaringan yang saling terhubung. Internet menggunakan protokol komunikasi standar yang dikenal sebagai *Transmission Control Protocol Internet Protocol* (TCP/IP) untuk mengatur cara data ditransfer antara perangkat [11]

Internet memiliki sejarah yang panjang, dimulai dari proyek ARPANET yang dikembangkan oleh Departemen Pertahanan Amerika Serikat pada tahun 1960-an. ARPANET menjadi cikal bakal internet modern. Pada tahun 1982, protokol TCP/IP mulai diterapkan secara luas, dan pada tahun 1990-an, internet mulai berkembang pesat dengan munculnya *World Wide Web* (WWW)

Beberapa definisi internet menurut para ahli adalah sebagai berikut:

1. Onno W. Purbo: Internet adalah media yang memungkinkan proses komunikasi yang efisien dengan menghubungkan berbagai aplikasi.
2. Allan: Internet merupakan kumpulan jaringan komputer yang terhubung satu sama lain dan dapat membaca berbagai protokol komunikasi.
3. Turban, Potter, dan Rainer: Internet adalah jaringan besar yang menghubungkan komputer dari berbagai organisasi, termasuk sekolah,

pemerintah, dan bisnis [12]

b. Manfaat Internet

Internet memberikan banyak manfaat dalam berbagai aspek kehidupan, antara lain:

1. Internet menyediakan akses ke berbagai informasi dari seluruh dunia, memudahkan pengguna untuk mencari dan mendapatkan data yang dibutuhkan
2. Internet mendukung kegiatan belajar mengajar dengan menyediakan akses ke materi pendidikan dan sumber daya online
3. Internet menjadi platform untuk berbagai bentuk hiburan, seperti streaming film, musik, dan permainan
4. Ekonomi: Internet memfasilitasi transaksi bisnis secara online, memungkinkan pengusaha untuk menjangkau pasar yang lebih luas

c. Dampak Negatif Internet

Meskipun banyak manfaatnya, internet juga memiliki dampak negatif, seperti:

1. Kemudahan dalam berbagi informasi dapat disalahgunakan untuk menyebarkan kebencian dan informasi palsu.
2. Internet menjadi tempat bagi berbagai konten ilegal, termasuk pornografi dan pelanggaran hak cipta.
3. Tindak kejahatan di dunia maya, seperti hacking dan penipuan, semakin meningkat seiring dengan penggunaan internet yang meluas.

Dengan demikian, internet adalah alat yang sangat berharga dalam

kehidupan modern, meskipun penggunaannya harus disertai dengan kesadaran akan risiko dan tanggung jawab

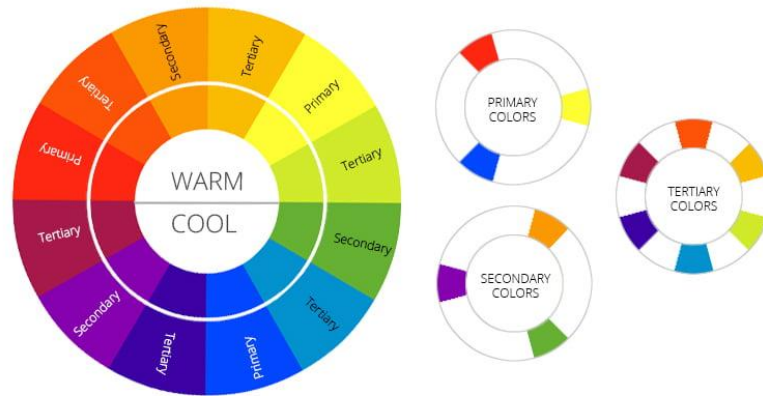
1.8 *Storyboard*

Storyboard adalah alat visual yang digunakan untuk merencanakan dan menggambarkan alur cerita dalam bentuk serangkaian gambar atau sketsa, yang disusun dalam urutan yang menunjukkan perkembangan cerita. Setiap panel biasanya dilengkapi dengan deskripsi yang menjelaskan aksi, dialog, dan elemen teknis lainnya, sehingga memudahkan tim kreatif, seperti sutradara dan penulis, untuk berkomunikasi dan memahami visi bersama. Dengan menggunakan storyboard, proses produksi, baik dalam film, animasi, maupun game, menjadi lebih terstruktur dan efisien, membantu mengidentifikasi potensi masalah sebelum produksi dimulai[13]

1.9 Warna

Warna adalah persepsi visual yang dihasilkan oleh cahaya yang dipantulkan dari objek, dan memiliki dampak yang signifikan dalam kehidupan sehari-hari serta dalam berbagai bidang seperti seni, desain, dan psikologi. Warna terbagi dalam beberapa kategori, termasuk warna primer (merah, biru, kuning), warna sekunder (hijau, oranye, ungu), serta warna tersier, yang dihasilkan dari kombinasi warna primer dan sekunder. Setiap warna dapat mempengaruhi emosi dan perilaku, misalnya, warna biru sering diasosiasikan dengan ketenangan, sedangkan merah dapat menimbulkan rasa gairah atau urgensi. Pemilihan warna yang tepat dalam desain dapat meningkatkan komunikasi visual dan menciptakan pengalaman yang lebih mendalam bagi audiens.

COLOR THEORY



Gambar 2.1 Warna

1.10. Penelitian Terdahulu

Untuk melakukan penelitian ini penulis membuat referensi penelitian terdahulu :

Table 2.2 Penelitian Terdahulu

No	Judul penelitian	Deskripsi singkat	Tahun	Metode yang digunakan
1.	Perancangan video cinematic menampilkan keunikan destinasi pariwisata brakseng kota batu.	Wisata alam bukit brakseng merupakan salah satu wisata alam yang berada dikota batu yang keindahan alamnya masih alami dan belum banyak diketahui keunikan, suasana, keindahan dan potensi yang terdapat pada bukit brakseng terhadap para wisatawan non lokal dari luar daerah kota batu	2022	Metode analisis deskriptif kuantitatif

2.	Pembuatan Video Profil Objek Wisata Rawatirta untuk Meningkatkan Kunjungan Wisatawan di Desa Sumber kedawung Leces Probolinggo	Pemerintah Desa Sumberkedawung sudah berupaya agar keberadaan Rawatirta di desa tersebut dapat dimanfaatkan sebagai objek wisata, karena terdapat potensi alami dan buatan yang dapat menarik wisatawan untuk mengunjunginya. Dalam perkembangannya, kunjungan ke objek wisata tersebut belum mencapai sasaran	2021	Terapan
3.	Perancangan Video Promosi Perahu Wisata Di Pantai Penimbangan, Singaraja, Bali	Proses merancang karya desain komunikasi visual ini diawali dengan riset data tentang keberadaan perahu dengan observasi langsung ke objek wisata Pantai penimbangan dan wawancara dengan nelayan di sana daerah	2020	Terapan