

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia dikenal sebagai Negara dengan seribu pulau atau Negara kepulauan dikarenakan Indonesia terletak diantara samudra hindia dan samudra pasifik. Indonesia memiliki banyak sekali pulau kecil maupun besar, salah satu pulau terbesarnya adalah Pulau Jawa. Pulau Jawa termasuk pulau yang makmur dan kaya akan wisata alamnya.

Jawa Timur merupakan provinsi yang memiliki banyak sekali destinasi wisata disetiap daerahnya, salah satu daerah yang memiliki destinasi wisata menarik yaitu Kabupaten Blitar. Jika dilihat dengan seksama potensi wisata Kabupaten Blitar merupakan miniatur kawasan wisata Indonesia dengan banyak keunggulan wisata Nusantara, mulai dari wisata bahari, religi, agro, maupun situs purbakala, yang dari keseluruhan memiliki nilai sejarah dan kelebihan masing-masing. Akan tetapi potensi tersebut belum tersentuh konsep dengan baik. Terbukti dengan beberapa tempat wisata yang terabaikan, padahal jika diolah dengan baik potensi wisata dapat menjadi ikon dan menambah pendapatan masyarakat asli daerah tersebut terutama dibidang pariwisata.

Selama ini orang hanya mengenal Kota Blitar dengan wisata Candi Penataran, Kampung Coklat dan Makam Bung Karno Presiden Indonesia yang pertama, yang juga mampu menyedot perhatian wisatawan domestik maupun mancanegara. Sedangkan di Kabupaten Blitar, tepatnya Blitar bagian selatan lebih dikenal dengan wisata Pantai *Serang* dan Pantai *Tambak Rejo*. Menurut masyarakat pantai ini kurang diminati karena terlalu alami atau belum banyak dijamah orang. Padahal jika di lihat dengan baik potensi yang dimiliki pantai Tambak Rejo tidak kalah menarik dari pada pantai daerah lain seperti : penyewaan tikar dan payung pantai, perahu hingga kulinernya. Karena selama ini wisatawan dari luar daerah lebih mengenal wisata pantai didaerah lain sehingga jika mendengar Tambak Rejo masih banyak yang tidak tahu atau merasa asing di telinga.

Pantai Tambak Rejo dirasa kurang dikenalnya maka dibutuhkan media promosi yang informatif dengan jangkauan luas sehingga target audien mampu menangkap kesan positif dari media promosi yang di tampilkan.

Instagram merupakan sebuah aplikasi berbagi foto yang dapat dilihat oleh *followers* dari meng-*upload* foto tersebut dan dapat saling berkomentar bahkan memberi *like* ke sesama pengguna. Namun, semakin kesini Instagram semakin berkembang, dulu Instagram dikenal sebagai media sosial berbasis foto kini ada yang namanya reels video pendek berdurasi 1 menit dimana user dapat membuat video kreatif untuk dibagikan

Menurut Rizaty dalam laporan *We Are Social*, pengguna aktif bulanan Instagram didunia mencapai 1,45 miliar. Sedangkan di Indonesia menjadi peringkat keempat dengan pengguna sebanyak 99,9 juta orang yang artinya hampir seluruh pengguna *smartphone* di Indonesia menggunakan Instagram. Oleh sebab itu media sosial ini dimanfaatkan menjadi media sosial yang efektif untuk menyebarkan sebuah informasi dan promosi.

Sedangkan jika membahas tentang media promosi yang informatif, maka media *audio visual* merupakan media yang paling cepat memberikan kesan positif kepada target audien. Karena informasi dapat langsung didengar dan dilihat sekaligus, sehingga dapat memudahkan audien menerima kesan dan pesan yang ditampilkan. Media *audio visual* yang sesuai dengan karakteristik tersebut adalah video promosi. Dengan video promosi mampu merepresentasikan daya tarik dan keindahan wisata Pantai Tambak Rejo di Kabupaten Blitar.

Dengan penyebaran informasi yang tepat dan jenis konten yang beragam. Instagram merupakan media promosi yang cocok untuk mempromosikan video promosi yang berbentuk audio visual, diharapkan dengan penggunaan media Instagram dapat menarik target audien terkait dengan pantai Tambak Rejo, baik mengetahui informasi tentang pantai Tambak Rejo maupun kunjungan untuk berkunjung kepantai Tambak Rejo.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas maka rumusan masalah yang ditemukan adalah bagaimana cara merancang video promosi yang informatif dan komunikatif serta menarik guna mengenalkan wisata Pantai Tambak Rejo di Kabupaten Blitar

C. Batasan Masalah

1. Hanya berupa video promosi 1 menit 18 detik yang akan diunggah di *Reels* Instagram.
2. Fokus menampilkan video promosi yang berisi keindahan pantai, hiburan dan kuliner yang ada di pantai tambak rejo.

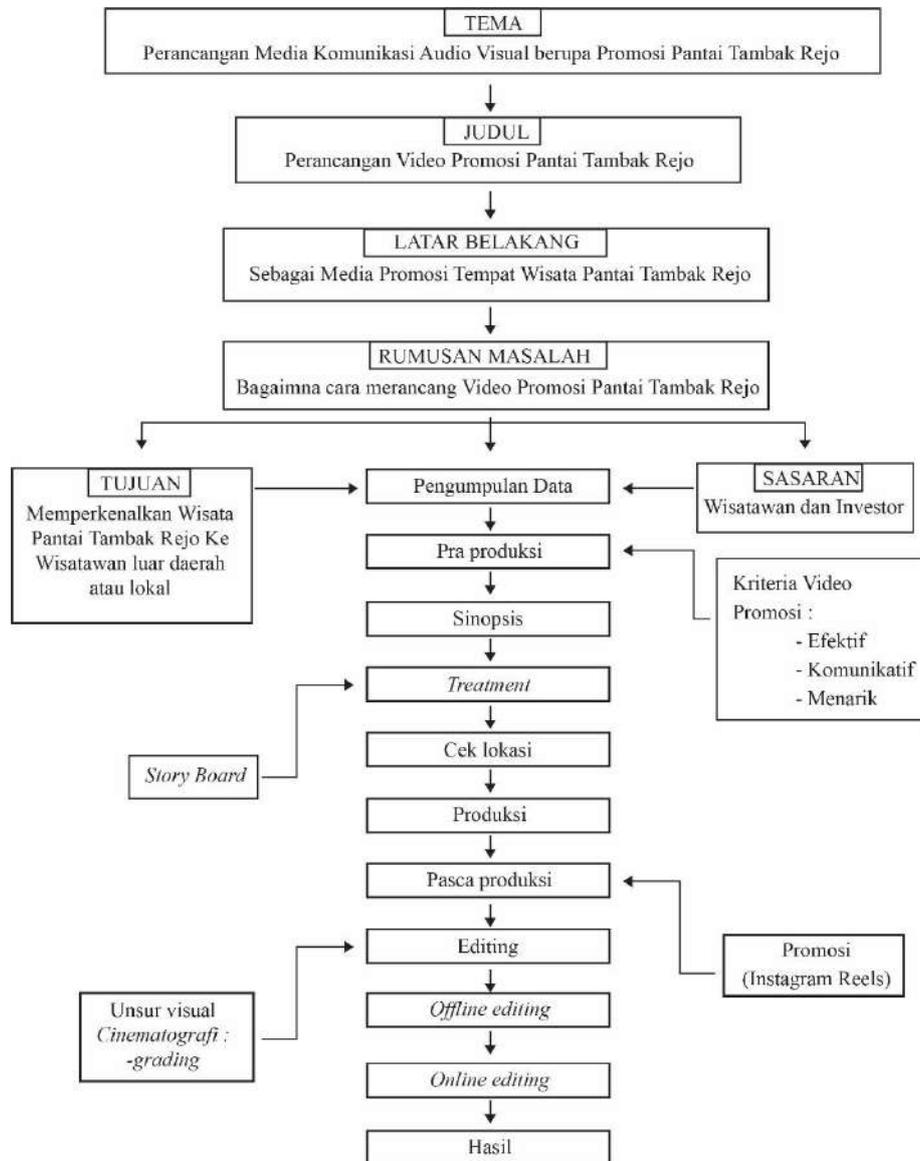
D. Tujuan Perancangan

Memperkenalkan Wisata Pantai Tambak Rejo dengan cara menampilkan pemandangan, jasa, hiburan dan produk yang dijual diarea pantai tersebut guna meningkatkan jumlah pengunjung sehingga dapat menunjang perekonomian masyarakat di sekitar pantai tersebut.

E. Manfaat Perancangan

1. Karya video promosi ini dapat membantu mempromosikan wisata pantai Tambak Rejo Blitar agar lebih dikenal masyarakat luas.
2. Meningkatkan pengunjung
3. Meningkatkan perekonomian
4. Memberikan informasi tentang apa saja yang ada di wisata tersebut

F. Skema Perancangan



Gambar 1 Skema Perancangan