

BAB 1

Pendahuluan

1.1 Latar Belakang

Kata pariwisata merupakan berasal dari bahasa Sansekerta, "pari" berarti banyak berkali-kali, berputar-putar dan "wisata" yang berarti perjalanan atau bepergian. Pariwisata dapat didefinisikan sebagai perjalanan yang dilakukan berkali-kali atau berputar-putar dari satu tempat ke tempat lain dengan dengan maksud dan tujuan tertentu (Simanjutak et al., 2017)

Pariwisata juga memiliki banyak jenisnya seperti pariwisata alam, cagar budaya, cagar alam, permainan/hiburan dan edukasi. Dari sekian banyak jenis pariwisata ada muncul jenis pariwisata yang paling diminati oleh wisatawan mancanegara maupun domestik adalah wisata alam dan cagar budaya. Menurut data Google Trends (2019) tentang Pariwisata, pencarian tentang wisata domestik di Indonesia naik hingga 20%. Pariwisata yang dicari di Google untuk wisata alam seperti gunung Dieng, gunung Bromo, gunung Semeru dan Nusa Penida, Bali. Wisata cagar budaya yang paling banyak dicari di Google tahun 2019 antara lain Kota Tua Jakarta, Candi Prambanan, Candi Borobudur dan Garuda Wisni Kencana (travelagent, 2020)

Menurut data BPS(2019), Jumlah kunjungan wisman ke Indonesia Desember 2019 mencapai 1,38 juta kunjungan. Jumlah kunjungan wisatawan mancanegara atau wisman ke Indonesia Desember 2019 mengalami penurunan 2,03 persen dibanding jumlah kunjungan pada Desember 2018. Sementara itu, jika dibandingkan dengan November 2019, jumlah kunjungan wisman pada Desember 2019 mengalami kenaikan sebesar 7,52 persen

Pariwisata saat ini tidak hanya terpaku pada wisata alam dan cagar budaya saja, wisata lokal juga menjadi pilihan untuk melakukan rekreasi dan harga untuk masuk ke tempat tersebut relatif murah. Wisata lokal merupakan destinasi pariwisata yang berada di dalam kota dan wisatawannya didominasi oleh warga

lokal/setempat. Salah satu kota yang memiliki wisata lokal yang sudah terkenal di ranah nasional maupun Internasional adalah kota Malang. Wisatanya adalah Kampung Warna Warni dan Kampung Tridi yang sempat menjadi lokasi syuting film *Yowis Ben* oleh Bayu Skak dan musisi musik elektronik asal Amerika yaitu Krewella. Kampung Warna Warni dan Kampung Tridi menjadi salah satu wisata lokal ikonik asal Malang yang wisatawannya tidak hanya dari warga lokal saja, tetapi juga wisatawan domestik dan mancanegara. Sudah banyak sekali yang *mereview* dan memberi *rating* di Google Maps dengan rata-rata bintang 4 (Google Maps, 2020).

Selain dua kampung wisata tersebut, juga terdapat wisata Kampung Biru yang berdekatan dengan Kampung Tridi dan Kampung *Heritage* beradadi daerah Kayutangan. Biasanya yang datang kesana adalah anak muda yang penasaran dengan wisatanya dan ingin mengabadikan momen dengan foto maupun *swafoto*.

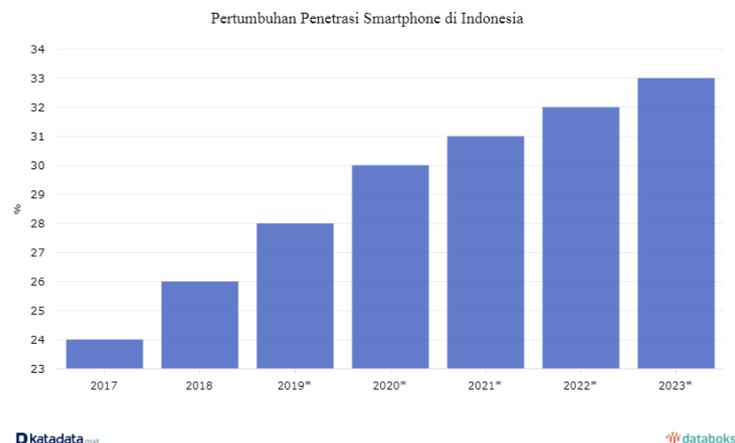
Kampung *Heritage* menawarkan wisata yang cukup unik yaitu bangunan yang berada di kampung tersebut masih bergaya kolonial dan terdapat barang-barang antik yang masih terjaga dengan baik seperti sepeda *pancal*, kamera analog dan motor. Namun sayangnya Kampung *Heritage* tidak banyak diketahui oleh masyarakat kota Malang karena lokasinya tidak langsung terlihat dari tepi jalan dan harus masuk kedalam gang-gang kecil.

Di era digital sekarang hampir semua orang bisa mendapat banyak sekali informasi yang didapat dengan mudah dari internet melalui *smartphone*, *computer* dan gadget lainnya seperti berita politik, daftar harga kamera, tempat kedai kopi, tempat wisata terbaik, hingga lokasi wisata di berbagai negara. Salah satu *platform* videoterbesar dan populer di dunia adalah YouTube. Di platform YouTube memungkinkan seseorang untuk membagikan video yang buat keseluruhan dunia tanpa minimal durasi. Selain itu Youtube bisa menampilkan video sebanyak apapun yang kita unggah dan tidak akan hilang selamanya, kecuali dihapus oleh pengguna itu sendiri. YouTube menyediakan berbagai macam konten video seperti

tutorial memasak, review, gaming, travelling, daily vlog, dll. Jenis-jenis konten tersebut termasuk dalam kategori Vlog.

Vlog merupakan singkatan dari Video-Blog. Corbuzier(2018) mengatakan bahwa membuat sebuah Vlog sama halnya dengan menulis Blog atau seperti menulis buku diari. Vlog tidak memiliki sebuah tema atau genre khusus, maka setiap orang yang membuat Vlog bebas untuk menentukan tema dan gayanya sendiri (Kaminsky,2010)

Sebelum Vlog, media yang digunakan untuk berbagi kisah, pengalaman dan informasi sebuah produk adalah Blog yang berbentuk text disertai gambar pendukung. Perbedaan Vlog dan Blog hanyalah di medianya saja. Di Indonesia konten-konten Vlog mulai populer di kalangan muda sekitar tahun 2015-2016. Beberapa YouTuber asal Indonesia yang membuat konten Vlog yaitu Chandra Liow - Tim2One dengan konten "tipe-tipe", Reza Oktovian dengan konten Gaming, dan Laurentius Rando dengan konten Daily Vlog. Tak hanya digunakan untuk membuat konten kreatif, vlog bisa dimanfaatkan untuk mempromosikan suatu jasa, produk, hingga sebuah destinasi liburan untuk meningkatkan penjualan dan *traffic* atau *insight* di media sosial seperti Youtube.



Gambar 1.1 Data pertumbuhan penetrasi smartphone di Indonesia

(Sumber :databoks.katadata.co.id)

Di era Revolusi Industri 4.0 saat ini sangat memudahkan manusia melakukan segala sesuatu melalui *smartphone*. Indonesia merupakan negara ke-4 yang paling aktif dalam menggunakan *smartphone*. Berdasarkan data dari Statista(2019),

pengguna *smartphone* diproyeksikan baru mencapai 28% dari total penduduk Indonesia pada 2019, naik 2% dari tahun sebelumnya. Angka ini akan merayap pelan hingga empat tahun ke depan yang diramal sekitar 33% dari total penduduk Indonesia.

Saat ini banyak konten kreator yang memanfaatkan *smartphone* mereka untuk membuat Vlog dibanding menggunakan kamera digital seperti DSLR maupun Mirrorless karena lebih praktis untuk dibawa dan kualitas kamera *smartphone* bisa dikatakan bagus seiring berkembangnya teknologi. Beberapa orang merasa takut dan minder jika membuat video dengan *smartphone* mereka. Alasannya bervariasi mulai dari kualitas kameranya jelek hingga minder melihat kualitas video milik kreator lain sangat bagus. Youtube ingin membedakan diri dengan TV yang memiliki standar kualitas karena Youtube ingin manusia membuat video dan tentunya sudah memikirkan bahwa semua manusia memiliki alat-alat perekam yang canggih (Corbuzier,2018).

Salah satunya *youtuber* asal Indonesia, Air Michelle Saragih, memulai karirnya dengan bermodalkan *smartphone* di *platform* Youtube sejak 2017 hingga sekarang. Berkat itu, Michelle populer di Youtube dan bisa menginjakkan kak di Markas Youtube California, Amerika Serikat dan bertemu dengan *youtuber* sukses lainnya. Salah satu *smartphone* yang memiliki keunggulan pada kameranya yaitu OPPO R 17 Pro. *Smartphone* ini memiliki kamera belakang 20 megapiksel (f/2.6) Sony IMX 362 + 12 megapiksel (f/1.5, f/2.6) + kamera TOF 3D, kamera depan 25 megapiksel (f/2.0) Sony IMX 576, dan kapasitas penyimpanan 8GB. Spesifikasi ini memungkinkan merekam sebuah video dengan jernih dan tidak kalah dengan kamera digital pada umumnya (cnbcindonesia, 2019).

Untuk membuat Kampung Heritage dikenal oleh masyarakat luas kota Malang, diperlukan sebuah promosi dengan konten video berupa Vlog dengan memanfaatkan alat seadanya seperti *smartphone* yang hampir dimiliki oleh semua kalangan, tidak sulit untuk digunakan, serta kualitas kamera yang sudah mumpuni untuk merekam video.

1.2 Identifikasi Masalah

Terdapat beberapa masalah yang bisa diambil antara lain :

- Minimnya masyarakat kota Malang mengetahui adanya Kampung *Heritage* sebagai destinasi wisata selain Kampung Warna-Warni dan Kampung Tridi.
- Kampung *Heritage* tidak memiliki media dan konten untuk mempromosikan wisatanya.
- Beberapa orang takut dan minder untuk membuat video dengan keterbatasan alat yang ada.
- Akibat yang berdampak adalah sedikit wisatawan yang berkunjung ke Kampung *Heritage* karena minim informasi tentang wisata ini dan tidak memiliki media dan kontennya sendiri.

1.3 Batasan Masalah

Minimnya masyarakat kota Malang mengetahui adanya Kampung *Heritage* sebagai destinasi wisata selain Kampung Warna-Warni dan Kampung Tridi. Kampung *Heritage* tidak memiliki media dan konten untuk mempromosikan wisatanya.

1.4 Rumusan Masalah

Bagaimana merancang Konten video Kampung Heritage di Kawasan Kayutangan kota Malang sebagai media penunjang pariwisata yang informatif dan menarik untuk calon pengunjung dari usia 15 tahun hingga 24 tahun melalui platform YouTube?

1.5 Tujuan dan Target Perancangan

Tujuan dari perancangan video ini untuk membuat wisata Kampung Heritage menjadi lebih ramai dan tentunya tetap melestarikan barang-barang kuno yang terdapat di Kampung Heritage dengan media utamanya berupa video vlog dan media pendukung *merchandise* berupa kaos dan *postcard*.

1.6 Manfaat

Berdasarkan tujuan perancangan yang hendak dicapai, maka perancangan ini diharapkan mempunyai manfaat dalam pendidikan baik secara langsung maupun tidak langsung. Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat teoritis

Secara teoritis hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat yaitu:

- a. Memberikan *insight*/pengetahuan dalam perancangan konten vlog yang biasa dilakukan oleh Youtuber atau konten kreator
- b. Sebagai sumber referensi untuk perancangan-perancangan selanjutnya yang masih berhubungan dengan konten kreatif dan videografi

2. Manfaat praktis

Secara praktis penelitian ini dapat bermanfaat sebagai berikut :

- a. Bagi penulis
Menambah kreativitas dan pengalaman dalam pembuatan konten vlog untuk memajukan sebuah bisnis baik jasa, produk, maupun lokasi Bagi pendidik dan calon pendidik
- b. Bagi Kampung *Heritage*
Mendapat konten vlog yang bisa mempromosikan Kampung *Heritage* melalui media sosial di platform Youtube
- c. Bagi Universitas
Menambah pengetahuan yang bisa didapat dalam perancangan dan pembuatan konten kreatif seperti konten vlog yang sering dijumpai di platform Youtube.