

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kabupaten Magelang sebagai suatu kabupaten di Provinsi Jawa tengah terletak di antara beberapa kabupaten dan kota, yaitu di sebelah utara: Kabupaten Temanggung dan Kabupaten Semarang, di sebelah Timur: Kabupaten Semarang dan Kabupaten Boyolali, di sebelah selatan: Kabupaten Purworejo dan Provinsi DIY, dan di sebelah Barat: Kabupaten Temanggung dan Kabupaten Wonosobo, di bagian tengah: Kota Magelang. Luas wilayah Kabupaten Magelang sekitar 108.573 ha atau sekitar 3,34% dari luas Provinsi Jawa Tengah. Suhu rata-rata Kabupaten Magelang 25,62⁰c, kelembaban udara 82%. Curah hujan rata-rata 2.589 mm/th, rata-rata hari hujan 121, kecepatan angin 1,8 knot. Sebagai daerah yang dikeilingi gunung sebagai daerah tangkapan air hujan, wilayah Kabupaten Magelang kaya dengan cadangan air tanah yang keluar sebagai mata air di permukaan tanah. Wilayah Kabupaten Magelang terletak di daerah aliran sungai (DAS) Sungai Progo dan (DAS) Bogowonto dan mempunyai 10 sungai besar/sedang dengan jumlah debit air yang maksimum.

Selama revolusi kemerdekaan masih berlangsung, posisi Pemerintah Kabupaten berpindah-pindah dari tempat pengungsian satu ke tempat yang lain. Berdasarkan UU No. 13 tahun 1950 Kota Magelang yang karena memang dahulu Kota Magelang adalah ibukota dari Kabupaten Magelang yang sebelumnya mendapat kebijakan untuk mengurus semua keperluan sebagai sebuah kota baru yang berdiri, Magelang mempunyai posisi yang strategis. Kota Magelang berada di tengah-tengah jalur utama Kota Semarang-Yogyakarta, Magelang menjadi salah satu kota yang bisa dikunjungi. Kota Magelang berada di 15 km sebelah utara Kota Mungkid, 75 km sebelah selatan Kota Semarang, dan 43 km sebelah utara Kota Yogyakarta.

Dalam perekonomiannya Kabupaten Magelang tidak kalah dari wilayah-wilayah yang lain, dengan sumber daya alam yang ada disekitarnya. Bermodal dari kondisi keadaan dan geografisnya, letak Kabupaten Magelang dapat menciptakan sarana yang dapat menyediakan pelayanan jasa untuk masyarakat kabupaten. Dengan mencakupnya *sandang*, *pangan*, pelayanan kesehatan, pendidikan dan lapangan kerja yang selanjutnya akan memberikan peningkatan kesejahteraan masyarakat. Kabupaten Magelang saat ini juga bisa berkembang melalui perekonomian yang sangat baik. Keadaan sekitarnya yang subur dan masih hijau bisa dimanfaatkan oleh para petani untuk bercocok tanam, dan sebagian lagi bisa dimanfaatkan untuk tempat pariwisata yang menjual keindahan panorama alam yang hijau.

Kabupaten Magelang merupakan kabupaten yang mempunyai banyak tempat pariwisata, yang memanfaatkan keindahan alam yang ada, ada juga tempat-tempat bersejarah yang masih dipelihara hingga saat ini dan dijadikan tempat wisata bagi para wisatawan yang berkunjung ke Kabupaten Magelang seperti wisata candi yaitu: Candi Borobudur, Candi Mendut, Candi Pawon dan Candi Ngawen. Wisata Ziarah yaitu: Wisata Ziarah Gunungpring dan Makam Sunan Geseng. Wisata Air Terjun yaitu: Air Terjun Kedung Kayang, Air Terjun Curug Silawe dan Air Terjun Sekar Langit. Ada Desa Wisata Candirejo dan Desa Wisata Wanurejo dan yang terakhir Gardu Pandang Gunung Merapi Ketep Pass, dimana para pengunjung bisa melihat keindahan alam gunung merapi dari sana.

Salah satu yang paling terkenal hingga manca negara adalah Candi Borobudur, pesona Candi Borobudur dapat menarik perhatian khalayak hingga ke luar negeri, tidak hanya keindahan Candi Borobudur yang disuguhkan, pasar seni dan beberapa pertunjukan dengan panggung terbuka yang biasanya diadakan setiap tahun juga meramaikan Obyek Wiasata Candi Borobudur. Candi Borobudur yang terletak di Kecamatan Borobudur, Kabupaten Magelang, Provinsi Jawa Tengah ini selain menjadi obyek wisata juga menjadi

pusat peribadatan bagi penganut Budha di Indonesia, terutama saat perayaan Waisak.

Keberadaan Candi Borobudur juga berpengaruh besar terhadap perekonomian masyarakat di sekitarnya, terutama di industri pariwisata adalah salah satu dalam peningkatan perekonomian, selain itu juga masih banyaknya keluarga miskin yang tinggal di sekitar Obyek Wisata Candi Borobudur. Dapat terlihat jelas bahwa keberadaan Obyek Wisata Candi Borobudur berdampak positif pada kesejahteraan sosial masyarakat Borobudur, kemudian hal ini mendorong terjadinya kerjasama antara masyarakat sekitar dengan pengelola PT. Taman Wisata Candi Borobudur dalam menjaga lingkungan di daerah sekitar mereka.

Bisa dilihat kesejahteraan ekonomi, daya tarik Candi Borobudur bisa mensejahterakan perekonomian masyarakat yang tinggal di sekitar Candi Borobudur. Tidak berlaku untuk masyarakat yang tinggal jauh dari Candi Borobudur, karena letak tempat tinggalnya yang jauh mereka tidak mampu untuk memanfaatkan potensi yang ada di sekitar mereka. Beberapa tempat yang bisa dimanfaatkan juga ada, yang letaknya tidak terlalu jauh dari kawasan sekitar daya tarik. Biasanya banyak yang memanfaatkan lahan kosong untuk hotel atau tempat peristirahatan. Tidak hanya itu, biasanya juga dimanfaatkan untuk rumah makan, tempat perbelanjaan, *art shop* dan karena hotel di daerah sekitar daya tarik lebih banyak tamu dibandingkan tempat yang terlalu jauh dan sulit dijangkau. Transportasi yang ada di daerah Borobudur seperti ojek motor, becak atau andong yang masih bertahan di sana. Para wisatawan juga menggunakannya untuk berkeliling di daerah Borobudur atau mengantarkan ke tempat tujuan.

Salah satu tempat peristirahatan yang biasanya disinggahi untuk beberapa saat seperti *homestay* menjadi salah satu pilihan, dengan memanfaatkan suasana pedesaan yang ada dan tempat yang strategis dapat menarik banyak wisatawan mulai dari dalam maupun luar negeri. Seperti *homestay* yang ada di Dusun Djowahan, Wanurejo Borobudur, Magelang ini

menjadi salah satu tujuan para wisatawan. *Homestay* “Omahe Simbok” yang dikelola oleh bapak Agus Anggoro Murti (alm) belum lama ini dibangun dengan mengambil tema rumah panggung dengan material kayu yang didesain dengan suasana rumah kuno jaman dahulu.

Omah dalam bahasa Jawa adalah rumah dan *simbok* dalam bahasa Jawa adalah Ibu, *Omahe Simbok* yang mempunyai arti rumah ibu ini seperti merasakan kehangatan seorang ibu yang penuh kasih sayang dan perhatiannya, suasana yang diambil adalah suasana pedesaan yang masih kental dirasakan, bapak Agus memilih *homestay*-nya dengan nama “Omahe Simbok” karena suasana yang dibangun didalam rumah dibuat menyerupai rumah ibu dari bapak Agus pada jaman dahulu sewaktu bapak Agus masih kecil. Belum ada televisi dan radio pada saat itu, suasana ini yang sekarang diciptakan untuk tamu yang menginap agar menikmati suasana tenang dan nyaman tanpa adanya alat-alat modern.

Homestay “Omahe Simbok” menyediakan tiga ruangan kamar yang terletak dilantai bawah, satu ruangan yang memiliki dua kamar tidur, ruangan kedua memiliki satu kamar tidur dan ruangan ketiga memiliki satu kamar tidur. Kemudian di lantai atas ada dua kamar, salah satunya menghadap kearah bukit, pemandangan yang disajikan di lantai atas sangat indah dan cocok untuk bersantai. Sajian makanan yang disuguhkan di *Homestay* “Omahe Simbok” ini juga masih tradisional, karena tidak menyediakan makanan modern seperti saat ini. Menu yang biasanya disajikan seperti sayur lodeh, sayur tumis, tempe, lalapan, dan makanan tradisional ala masakan *simbok* jaman dahulu menjadi andalan di *homestay* ini.

Namun dengan keterbatasan media yang digunakan untuk mempromosikan *Homestay* “Omahe Simbok”, belum banyak yang mengetahui tentang *Homestay* “Omahe Simbok”, karena terletak di daerah pedesaan dan tidak jauh dari tempat wisata Candi Borobudur. Jalanan yang masih belum terlalu bagus juga menjadi salah satu kendala karena terlalu sulit untuk dilewati.

Tamu yang biasanya menginap di *Homestay*“Omahe Simbok” biasanya kerabat dari bapak Agus sendiri. Media yang digunakan untuk mempromosikan *homestay* ini masih sebatas media sosial seperti *Facebook* dan *website* yang apa adanya, banyak yang belum mengetahui secara detail bagaimana keadaan yang sebenarnya tentang *Homestay*“Omahe Simbok”. Wisatawan yang pernah menginap disana mengetahuinya melalui *Facebook* yang dibuat secara apa adanya dengan beberapa testimoni yang menanyakan kebenaran tentang keadaan *homestay* tersebut. Karena *Facebook* yang digunakan juga bukan dari pihak *homestay* sendiri, jawaban-jawaban yang diberikan di *Facebook* itu dan akun *Facebook* itu menjadi percuma, dan membuat bingung karena tidak begitu jelas informasi yang didapat.

Dengan minimnya media yang digunakan sehingga wisatawan ingin mengunjungi *Homestay*“Omahe Simbok”, dalam perancangan ini akan membangun citra atau karakter dari *Homestay*“Omahe Simbok” dengan media yang lebih mudah dan jelas untuk orang-orang mengenal *Homestay*“Omahe Simbok”. Muncul ide gagasan *Video Profile* yang akan digunakan untuk memperkenalkan *Homestay*“Omahe Simbok” ke masyarakat. Dengan *video profile* ini akan mudah di kenal oleh masyarakat untuk bisa menikmati *Homestay*“Omahe Simbok”.

B. Rumusan Masalah

Bedasarkan latar belakang masalah yang telah disebutkan diatas maka rumusan masalahnya adalah:

Bagaimana merancang multimedia promosi berupa *Video Profile* yang memperkenalkan *Homestay*“Omahe Simbok” secara menarik?

C. Tujuan Perancangan

Perancangan *video profile* bermaksud bahwa dengan adanya *video profile* ini diharapkan agar masyarakat timbul suatu ketertarikan terhadap keberadaan *Homestay*“Omahe Simbok”, untuk dapat menikmati suasana rumah

simbok dengan suasana dipedesaan dan merancang *video profile* yang mampu menarik minat masyarakat untuk mengenal *Homestay* “Omahe Simbok”.

D. Batasan Lingkup Perancangan

Perancangan berupa *video profile* pada *Homestay* “Omahe Simbok” yang ada di Borobudur Magelang yang memberikan informasi mulai dari jalan menuju *homestay*, lokasi dimana *homestay* ini berada, area *homestay*, fasilitas yang disediakan *homestay*, dan suasana kenyamanan yang bisa dirasakan di *homestay* dan beserta media pendukung lainnya. Hanya menampilkan hal-hal yang sekiranya menjadi gambaran untuk menarik wisatawan untuk berkunjung. Dalam perancangan ini hanya membahas dan mengerjakan bentuk *output* berupa *video profile Homestay* “Omahe Simbok” untuk mempromosikan *homestay* dan tidak merubah logo *homestay* yang sudah ada.

E. Manfaat Perancangan

1. Bagi Mahasiswa

Agar mahasiswa mengetahui bagaimana cara merancang *video profile* dengan baik dan kreatif.

2. Bagi Institusi

Dapat merancang *video profile* yang komunikatif bagi masyarakat.

3. Bagi Masyarakat

Dapat mengetahui bagaimana menciptakan *video profile* agar bisa mengenal *Homestay* “Omahe Simbok” di Borobudur, Magelang.

F. Definisi Operasional

1. *Homestay* itu sendiri memiliki pengertian sebagai berikut:

Homestay adalah tempat singgah sementara, yang biasanya mengangkat suasana kekeluargaan, kebersamaan, dengan suasana tradisional sehingga mampu membawa penghuni rumah merasakan lingkungan yang ada seperti di Indonesia biasanya di lingkungan pedesaan

atau alam untuk bisa lebih rileks dan santai. Saat ini di Indonesia, *homestay* menjadi pariwisata yang sudah banyak diminati oleh wisatawan.

Saat ini sudah banyak *homestay* yang memiliki fasilitas yang menarik, di sini para pemilik *homestay* berlomba untuk mendapatkan perhatian para wisatawan asing maupun dalam negeri. *Homestay* ini memiliki magnet yang kuat sehingga para wisatawan mau untuk bermalam di sini. Yaitu:

- a. Fasilitas
- b. Tempat yang bersih
- c. Suasana yang nyaman dan bersih
- d. Pelayanan yang baik
- e. Harga dan proposi nilai

2. *Video Profile*

Video Profile adalah sebuah media yang memberikan informasi mengenai sebuah perusahaan yang mencakup mulai dari profil hingga sejarahnya yang bertujuan untuk mendapatkan perhatian dari *audience* agar mau mencoba atau menggunakan jasa yang disediakan. *Video profile* juga sering digunakan untuk mempromosikan sebuah perusahaan untuk mendapatkan investor dan tentu saja dibuat semenarik mungkin sehingga menarik di mata masyarakat yang kemudian mencobanya.

G. Metode Perancangan

1. Sumber Data

Melakukan pengumpulan data tentang aspek-aspek yang sesuai dengan topik perancangan.

a. Data Verbal

Data verbal merupakan data tentang segala hal tentang teori, kajian pustaka, buku-buku multimedia dan pariwisata *homestay*.

b. Data Visual

Data visual merupakan data yang memuat dokumentasi tentang *video profile* dalam berbagai obyek wisata yang berkaitan dengan hal yang ingin digunakan untuk karya sebagai referensi.

2. Metode Pengumpulan Data

a. Dokumentasi

Dokumentasi dibutuhkan untuk proses pengumpulan data, baik data verbal maupun data visual.

b. Pengamatan/observasi

Pengamatan secara langsung dapat mengetahui bagaimana keadaan tempat, suasana di *Homestay* “Omahe Simbok”.

c. Wawancara

Wawancara adalah cara mendapatkan informasi dengan bertanya langsung kepada narasumber yang bersangkutan seperti pemilik *homestay*, dengan cara ini dapat langsung mengetahui apa yang terjadi dan dialami.

3. Instrumen/Alat Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam tugas ini menggunakan cara observasi secara langsung, dimana langsung terjun dalam lingkup guna memperoleh data yang dibutuhkan untuk perancangan *video profile Homestay* “Omahe Simbok” yang baik untuk target *audience*.