BAB II
VIDEO PROMOSI OBJEK WISATA CIBULAN

II.1 Video

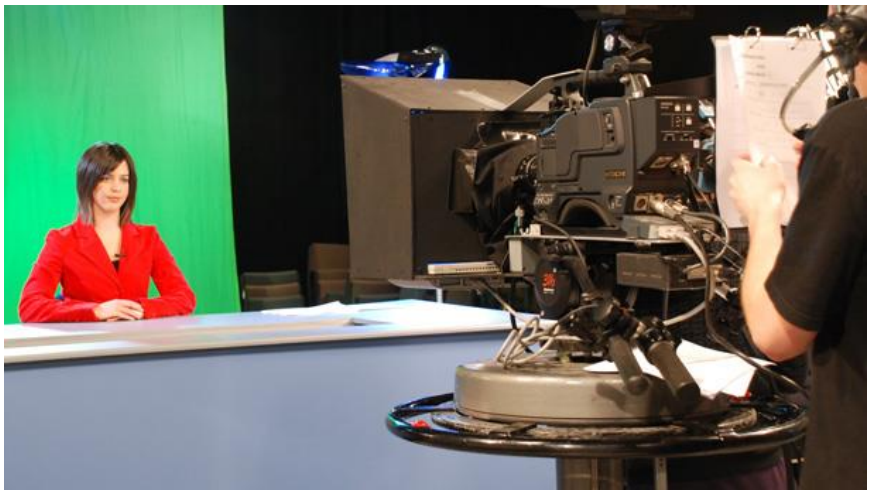
II.1.1 Definisi Video

Dalam kamus bahasa Indonesia video adalah teknologi pengiriman sinyal elektronik dari suatu gambar gerak. Dalam bahasa latin video diartikan “saya lihat” , Video pada awalnya ialah perkembangan dari dunia fotografi yang merupakan citra diam atau gambar diam kemudian terus berkembang dengan menampilkan citra gerak (*stop motion*), gambar-gambar yang digabung tersebut dinamakan *frame* dan kecepatan pembacaan gambar disebut dengan *frame rate*, dengan satuan fps (*frame per second*), karena dimainkan dalam kecepatan yang tinggi maka tercipta ilusi gerak yang halus, semakin besar nilai frame rate maka akan semakin halus pergerakan yang ditampilkan. Video merupakan seperangkat komponen atau media yang mampu menampilkan gambar sekaligus suara secara bersamaan dikarenakan terjadinya gambar secara optis dan juga elektronis. (Baksin, 2009, hal 23)

Perkembangan itu tidak terlepas dari kemajuan teknologi yang mampu menggabungkan unsur gambar gerak dengan suara, dan terciptalah video seperti yang kita kenal pada saat ini, video dibagi menjadi 2 jenis.

a) **Video Analog**

   Video analog merupakan produk dari industri pertelevisian dan oleh sebab itu dijadikan sebagai standar televisi, sistem kerja video analog adalah gambar dan suara yang direkam dalam bentuk sinyal magnetik dan disimpan pada pita magnetik



Gambar 1.1 Gambar perekaman video analog pada pertelevisian
(http://cmsstatic1.cpit.ac.nz/assets/image/0008/113579/broadcasting.jpg)
(22 januari 2015)

b) Video Digital

Video digital adalah jenis video yang direkam mengunakan sistem digital dan biasanya video digital direkam menggunakan *tape*, *camcorder* dan lain lain, kemudian didistribusikan melalui *optical disk*, misalnya VCD dan DVD



Gambar 1.2 Gambar perekam video digital
(http://www.hitechreview.com/img/brand-new-handycam/sony-handycam-04.jpg)
(22 januari 2015)

II.1.2 Video Promosi

Pada dasarnya sebuah video menurut beberapa praktisi terdiri dari elemen naratif dan elemen videografi, kedua elemen tersebut akan berinteraksi satu sama lain untuk membentuk sebuah film atau video yang dapat bercerita.

- **Elemen Naratif**

  Elemen naritif meliputi berbagai hal yang berhubungan mengenai jalan cerita sebuah video. Berikut adalah aspek yang diterapkan pada elemen naratif sebuah video. Beberapa elemen tersebut adalah: tema, cerita, plot, dan karakter.

- **Elemen Videografi**

  Elemen Videografi berhubungan dengan visualisasi video seperti: komposisi video, tonal warna, *framing, angle video,* dan sebagainya

II.1.2.1 Aspek Kamera dan Film

a. Jenis kamera dan film

Pada penggunaan kamera dan film akan meliputi jenis kamera dan film. Jenis kamera yang digunakan pada film dikelompokan dua jenis yaitu kamera film dan kamera digital. Kamera film menggunakan format seluloid sementara kamera digital menggunakan format video (Pratista, 2008, hal.90).

b. Tonalitas

Tonalitas merupakan pengaturan kualiatas dari gambar dan warna, melalui pengaturan kontras, *brigthness*, *color*, dan lainnya sehingga gambar bisa diatur lebih gelap atau terang serta warna dapat diatur lebih muda atau tua (Pratista,hal.91).

c. Kecepatan gerak gambar

Pada kecepatan gerak gambar akan dikenal dengan istilah *slow motion* serta *fast motion* yakni, kecepatan gerak yang lebih cepat serta lebih lambat dari kecepatan gerak normal. Kamera dan proyektor film memiliki kecepatan normal 24 *frame* per detik (*fps*). Jika hendak merekam sebuah adegan dengan kecepatan cepat berarti harus kurang dari 24*fps*. Sebaliknya kalau ingin mendapatkan adegan dengan kecepatan lambat maka harus lebih dari 24*fps* (Pratista, 2008, hal.93). Biasanya teknik ini memiliki kegunaan masing-masing sebagai berikut:

- ***Slow motion***

  Fungsi dari *slow motion* ini beragam namun pada umumnya digunakan untuk member efek dramatik pada sebuah momen atau peristiwa .

- ***Fast motion***

  Teknik ini juga memiliki fingsi serta motif yang beragam. Pada umumnya teknik ini digunakan untuk menunjukkan aktifitas rutin pada sebuah ruang publik, seperti suasana jalan raya yang ramai, para pejalan kaki, stasiun, dan sebagainya.

- ***Reverse motion***

  Teknik ini tidak sepopuler teknik *slow motion* dan *fast motion*. Teknik ini membalikkan kembali sebuah shot atau berjalan mundur dengan menggunakan kecepatan normal, lebih cepat, atau lebih lambat.

d. Pengunaan Lensa

Perana lensa dalam pengambilan sebuah video juga akan terasa. Lensa bekerja hampir sama seperti mata manusia, lensa juga mampu memberikan efek kedalaman, ukuran, serta dimensi suatu objek atau ruang. “Setiap lensa akan memberikan efek perspektif

yang berbeda karena memiliki *focal legth* (panjang titik api) yang berbeda. Secara umum lensa dikelompokkan menjadi tiga jenis berdasarkan titik apinya, yakni *short focal legth*, normal *focal legth*, dan *long focal legth*. Sementara lensa zoom merupakan jenis lensa yang mampu mengubah panjang titik apinya ketika gambar diambil (Pratista, 2008, hal.95)

II.1.3 Promosi Kepariwisataan

Promosi merupakan bagian dari proses pemasaran yang termasuk salah satu aspek dalam bauran pemasaran (*marketing mix*), aktivitas promosi kepariwisataan secara perinsip merupakan kegiatan komunikasi, yang dilakukan oleh organisasi penyelenggara pariwisata yang berusaha mempengaruhi khalayak atau pasar wisatawan yang merupakan tumpuan atau sasaran dari penjualan produk wisatanya.(Sunaryo, Hal 177)

Tahapan promosi pariwisata biasanya diawali dengan melakukan analisis pasar yang kegiatanya meliputi paling tidak tahapan tahapan aktivitas sebagai berikut :

a. Penetapan tujuan promosi
b. Menetapkan beberapa statemen alternatif berkaitan dengan perbedaan strategi bauran promosi kepariwisataan yang memungkinkan untuk mencapai tujuan.
c. Tahapan tadi harus mempertimbangkan beberapa hal, dianntaranya; menganalisis seluruh kemungkinan metode promosi pariwisata yang tersedia,biaya yang tersedia, posisi kompetitif destinasi dan produk wisata yang ada, evaluasi dari program promosi wisata sebelumnya, sikap dan perilaku wisatawan

terhadap produk wisata yang akan dijual, serta asumsi menenai kegiatan promosi apa yang efektif.

d. Membuat solusi dalam bentuk serangkaian tujuan promosi pariwisata yang terukur dengan memperhitungkan target audience.
e. Penilaian dari rencana promosi wisata agar sesuai dengan anggaran yang tersedia, sumber daya manusia yang ada, dan waktu yang diperlukan.
f. Jika perlu, tujuan promosi wisata dan alternative pencapaian bias ditinjau kembali.

Berdasarkan Undang undang No. 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan, diberikan batasan mengenai pemasaran kepariwisataan Indonesia , sebagai :

"Pemasaran Pariwisata bersama, terpadu dan berkesinambungan dengan melibatkan seluruh pemangku kepentingan serta pemasaran yang bertanggung jawab dalam membangun Indonesia sebagai destinasi pariwisata yang berdaya saing."

II.2 Objek Wisata

II.2.1 Definisi Objek Wisata

Wisata dalam kamus besar bahasa Indonesia diartikan sebagai bepergianuntuk memperluas pengetahuan, bersenang-senang, dan yang lainnya. Sedangkan seseorang atau kelompok orang yang melakukan kegiatan perjalanan seperti yang dimaksudkan dalam batasan pengertian tentang wisata tadi, disebut sebagai wisatawan.

Seperti yang tercantum dalam UU No.10 Tahun 2009, tentang kepariwisataan, Pengertian tentang wisata diberikan batasan sebagai : kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang

dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara. Sunaryo (2013:1)

Secara lebih luas masih tercantum dalam undang undang diatas juga diterangkan mengenai pengertian kepariwisataan adalah, keseluruhan kegiatan yang terkait dengan pariwisata dan bersifat multidimensi dan multidisiplin yang muncul sebagai wujud kebutuhan setiap orang dan Negara serta interaksi antara wisatawan, Pemerintah, Pemerintah Daerah dan Pengusaha. (Sunaryo .2013:2) yang berarti bahwa pariwisata bersifat berkembang dan memiliki banyak kemungkinan yang berkaitan dengan peranan orang orang yang terlibat didalamnya.

Sudah dijelaskan pula pada SK. MENPARPOSTEL No : KM. 98 / PW.102 / MPPT-87, Obyek Wisata adalah semua tempat atau keadaan alam yang memiliki sumber daya wisata yang dibangun dan dikembangkan sehingga mempunyai daya tarik dan diusahakan sebagai tempat yang dikunjungi wisatawan.

II.2.2 Objek wisata Cibulan

Sejarah Cibulan

Nama Cibulan berasal dari kata *Cai Katimbulan* yang berarti air yang timbul, *Cai Katimbulan* merupakan tempat hilangnya Putri Buyut Manis yang akan dijodohkan dengan Putra Buyut Talaga yang kemudian menghilang di tempat ini karena ketidaksetujuan Kepada Putra Buyut Talaga**.**
http://www.wisatacibulan.com/sejarahcibulan (13 Desember 2013)

Objek Wisata Cibulan merupakan Objek Wisata hutan air yang banyak ditumbuhi pepohonan besar, tinggi dan rindang serta merupakan

sumber air yang sangat jernih yang terletak di Desa Maniskidul, Kec.Jalaksana, atau sekitar 7KM dari Kota Kuningan.

Obyek Wisata Cibulan merupakan salah satu Obyek Wisata tertua di Kab. Kuningan, diresmikan pada 27 Agustus 1939 oleh Bupati Kuningan yang saat itu dijabat oleh R.A.A Muhammad Achmad, kolam Cibulan yang banyak dihuni oleh ikan sejenis Kancra, lebih tepatnya bernama Kancra Bodas (Putih) yang disebut juga sebagai ikan dewa, ikan tersebut mempunyai misteri tersendiri dan menjadi salah satu daya tarik karena ikan tersebut tergolong ikan yang sangat langka.



Gambar 2.1 Ikan Dewa/ Kancra Bodas

(Dokumentasi Pribadi 2014)

Objek Wisata Cibulan adalah salah satu tempat bersejarah, yang menurut mitologi masyarakat sekitar merupakan peninggalan para wali yang menyebarkan Agama Islam, dan di sini juga terdapat Situs *Petilasan* Prabu Siliwangi, Raja Pajajaran dan terdapat tujuh sumber mata air. Tujuh mata air ini terdiri dari kolam-kolam yang masing-masing mempunyai nama tersendiri yaitu: Sumur Satu Kejayaan, Sumur Dua Kemulyaan, Sumur Tiga Pengabulan, Sumur Empat *Cirencana*, Sumur Lima *Cisadane*, Sumur Enam Kemudahan, Sumur Tujuh Keselamatan.



Gambar 2.2 Kolam Pemandian Cibulan
(Dokumentasi Pribadi 2014)

Kolam pemandian Cibulan berdiri di atas lahan seluas 5 ha memiliki dua buah kolam besar berbentuk persegi panjang. Kolam pertama berukuran 35 x 15 meter persegi dengan kedalaman sekitar 2 m, sedangkan kolam kedua berukuran 45 x 15 meter persegi yang dibagi menjadi dua bagian, masing-masing dengan kedalaman 60 cm dan 120 cm.

Kedua kolam tersebut dihuni oleh puluhan Ikan Kancra Bodas (*Labeobarbus Dournesis*), atau yang lebih sering disebut sebagai Ikan Dewa oleh masyarakat setempat.Yang istimewa dari kolam pemandian ini adalah pengunjung dapat berenang bersama ikan-ikan tersebut karena ikan-ikan ini tergolong jinak. Selain itu, jika hanya ingin memegang ikan ini saja, dapat menggunakan jasa pawang ikan di sana.

Meski semua kolam itu dihuni puluhan ikan kancra bodas atau ikan dewa, kolam-kolam di Cibulan dibuka sebagai kolam pemandian umum. Tempat rekreasi ini dilengkapi pula dengan fasilitas khas tempat pemandian, seperti tempat ganti pakaian, 6 buah kamar kecil dan 2 buah kamar mandi untuk tempat bilas seusai berenang. Selain kolam dengan ikan dewanya yang jinak,

di sudut barat pemandian ini juga terdapat tujuh sumber mata air yang dikeramatkan yang bernama Tujuh Sumur.



Gambar 2.3 Ikan Dewa / Kanca Bodas
(Dokumentasi Pribadi 2014)

Tujuh mata air ini berbentuk kolam-kolam kecil yang masing-masing mempunyai nama tersendiri, yaitu: Sumur Kejayaan, Sumur Kemulyaan, Sumur Pengabulan, Sumur *Cirancana*, Sumur *Cisadane*, Sumur Kemudahan, dan Sumur Keselamatan. Di antara ketujuh sumur itu,menurut mitologi masyarakat sekitar ada salah satu sumur yang berisikan Kepiting Emas, yaitu Sumur Cirancana. Apabila ada orang yang sedang mujur dan dapat melihat wujud dari Kepiting Emas itu, maka segala keinginannya akan terkabul.



Gambar 2.4.Salah satu 7 sumur Cibulan

(Dokumentasi Pribadi 2014)



Gambar 2.5 Gerbang memasuki 7 sumur keramat

(Dokumentasi Pribadi 2014)

Tujuh mata air itu terletak mengelilingi sebuah *petilasan* yang konon merupakan *petilasan* Prabu Siliwangi ketika ia beristirahat sekembalinya dari perang melawan Kasultanan Mataram. *Petilasan* itu berupa susunan batu seperti *menhir* dan dua patung harimau loreng (lambang kebesaran Raja Agung Pajajaran). Tujuh sumur dan petilasan Prabu Siliwangi ini sering dikunjungi orang untuk berziarah, terutama pada malam Jumat Kliwon atau selama bulan Maulud dalam penanggalan Hijriah. Mereka percaya bahwa air di tempat itu akan membawa berkah dan dapat mengabulkan permohonan mereka.

Air di Cibulan selalu bersih, bening, sejuk, dan melimpah, meskipun pada musim kemarau panjang. Itulah sebabnya, selain sebagai tempat rekreasi, Cibulan juga dijadikan sebagai sumber air untuk Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kuningan dan dimanfaatkan Pertamina untuk memasok kebutuhan air bersih di dua kompleks miliknya, yaitu Padang Golf Ciperna di Kota Cirebon, dan Kantor Daerah Operasi Hulu Jawa Bagian Barat (DOH JBB) di Klayan, Kabupaten Cirebon.

Kolam pemandian Cibulan juga menjadi sumber pendapatan bagi penduduk Desa Maniskidul dengan menjadi pedagang asongan atau membuka warung makan di sekitar tempat itu.Saat ini terdaftar 20 warung permanen di luar kompleks kolam dan 14 pedagang asongan resmi yang diizinkan berjualan di dalam kompleks kolam.Mereka kebanyakan menjual minuman ringan dan makanan kecil serta makanan ikan berupa kacang dan ikan wader.



Gambar 2.6 Petilasan Prabu Siliwangi

(Dokumentasi Pribadi 2014)

Harga tiket masuk kedalam objek wisata Cibulan ini sebesar Rp 15.000,- untuk menikmati pemandian dan seluruh atraksi wisata di Cibulan, keindahan alam objek wisata Cibulan dan berbagai atraksi wisata yang di tawarkan di objek wisata Cibulan ini dapat menarik minat wisatawan lokal maupun mancanegara. Tidak hanya masyarakat lokal saja yang berkunjung ke pemandian Cibulan ini, banyak juga wisatawan yang berdatangan dari luar kota, mereka yang berdatangan ke pemandian Cibulan tidak hanya masyarakat biasa, ada pula publik figur yang menikmati keindahan alam Cibulan.



Gambar 2.7 Rumah makan lesehan

(Dokumentasi Pribadi 2014)



Gambar 2.8 Terapi ikan Cibulan

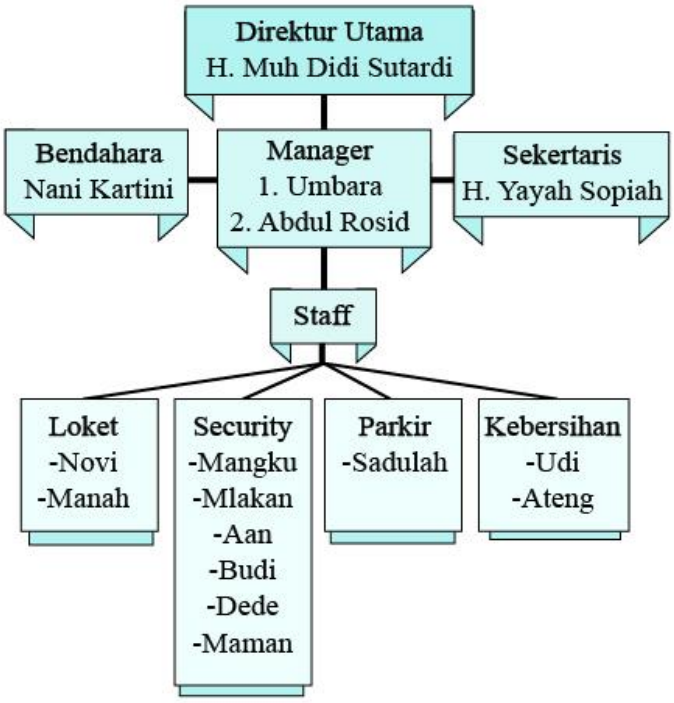
(Dokumentasi Pribadi 2014)

Objek wisata Cibulan saat ini dikelola oleh pribadi sejak tahun 2011 lalu, objek wisata ini mulai berkembang semenjak adanya kepemilikan pribadi tersebut yang dikelola oleh H. Muh. Didi Sutardi, untuk lebih menarik minat dari pengunjung itu sendiri karna di daerah lingkungan itu sendiri mulai banyak objek wisata yang lebih modern, sehingga didalam objek wisata Cibulan tersebut telah ditambahkan beberapa fasilitas baru untuk meningkatkan minat pengunjung contahnya seperti, *flying fox*, rumah makan, terapi ikan dan lainnya yang menjadikan objek wisata ini semakin lengkap dan siap bersaing untuk dijadikan objek wisata unggulan Kabupaten Kuningan, Jawa Barat.



Gambar 2.9 Keceriaan Pengunjung bermain wahana *Aqua Bucket*

(Dokumentasi Pribadi 2014)



Tabel 2.1 Struktur organisasi pengelola wisata Cibulan

Produk dan Fasilitas wisata yang terdapat pada objek wisata Cibulan :

- Kolam Renang biasa
- Kolam Pemandian bersama Ikan dewa
- Wisata 7 sumur
- Petilasan Prabu Siliwangi
- Terapi ikan
- Rumah makan Lesehan
- Hutan lindung
- Galeri Cibulan
- *Waterball, Aqua Bucket, Water Canon, Flying fox*
- Kios Cinderama

II.3 Permasalahan objek wisata Cibulan

Saat ini banyak sekali bermunculan objek wisata baru yang sengaja dibuat bahkan diantaranya sudah menggunakan teknologi modern yang lokasinya tidak begitu jauh dari objek wisata Cibulan, dengan segala fasilitas dan wahana wisata yang ada dan ditunjang dengan media promosi yang menarik, objek wisata modern tersebut tidak membutuhkan waktu lama untuk menarik minat wisatawan. Hal ini berpengaruh pada penurunan jumlah wisatawan objek wisata alam yang ada disekitarnya , seperti yang tercatat pada data jumlah kunjungan wisatawan nusantara ke daya tarik wisata alam Cibulan Disparbud Kuningan tahun 2009-2012 pada table berikut :

Nama obyek	Jumlah Kunjungan			
	2009	2010	2011	2012
Wisata Cibulan	145.220	171.458	182.379	165.126
%	21,9	25,8	27,4	23,2
Selisih Presentase	—	3,9	1,6	-2,5

Tabel 2.2 Jumlah kunjungan wisatawan ke objek wisata Cibulan

Sumber : Disparbud kuningan – 2013 (Rohmanah 2014)

Berdasarkan data tabel diatas objek wisata Cibulan selalu mengalami kenaikan jumlah pengunjung tiap tahunnya, dari mulai dari tahun 2009 hingga tahun 2011, namun pada tahun 2012 terjadi penurunan jumlah pengunjung yang cukup besar, hal ini dikarenakan mulai banyaknya objek wisata baru yang dibangun tidak jauh dari objek wisata Cibulan tersebut.

Berbagai inovasi pun mulai dilakukan oleh objek wisata Cibulan, salah satunya dengan memadukan antara objek wisata alam, modern dan religi. saat ini Cibulan sudah menambahkan beberapa fasilitas fasilitas baru guna menunjang aktraksi wisata

didalamnya sebagai contohnya, kini Cibulan memiliki atraksi wahana air *Waterball*, *Aqua Bucket* dan *Water Canon.* Tidak hanya itu wisata Cibulan juga saat ini memiliki atraksi wisata Terapi ikan, yang dimana biasanya bila ditempat / objek wisata lain harus membayar biaya yang cukup mahal dan diwaktu penggunaanya, namun di Cibulan hanya dengan uang sebesar Rp 5000,- bisa dapat menikmati wahana ini sepuasnya.

Namun kendala yang terjadi saat ini ialah masih kurang efektifnya media promosi yang ada, karna saat ini Cibulan telah melakukan banyak perubahan dan juga penambahan wahana wisata baru yang awalnya dahulu hanya dikenal sebagai pemandian bersama ikan dewa dan 7 sumur kramat, kini Cibulan telah melakukan beberapa inovasi agar dapat lebih menarik minat pengunjungnya. Hal ini tidak dibarengi dengan media promosi yang menunjang dengan baik inovasi tersebut sehingga informasi yang ada dapat tersampaikan dengan baik dan dapat lebih menarik minat calon wisatawan objek wisata Cibuan.

Maka dengan dibuatnya *video* promosi tersebut akan dapat diharapkan dapat menarik lebih banyak calon pengunjung objek wisata Cibulan, karna dengan adanya video promosi ini masyarakat dapat melihat dan mengetahui apa saja wahana dan atraksi wisata yang terdapat pada objek wisata Cibulan, pembuatan video promosi ini juga dirasa sangat banyak kelebihannya, video ini sangat mudah penyebarannya didunia maya melalui jejaring media sosial, sehingga akan lebih banyak menarik calon wisatawan objek wisata Cibulan tersebut, dan menjadikan objek wisata Cibulan sebagai objek wisata unggulan Kabupaten Kuningan.