

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Lampung adalah sebuah provinsi di pulau Sumatera tepatnya bagian ujung selatan dan dikenal sebagai gerbang pulau Sumatera. Provinsi ini memiliki dua kota, yaitu Bandar Lampung dan Metro serta 13 kabupaten dengan keunggulan dan keunikan masing-masing di sektor pariwisata. Letak yang strategis menjadikan Provinsi Lampung sebagai alat penghubung antara pulau Jawa dan pulau Sumatera, sehingga membuat provinsi ini mudah dikunjungi oleh wisatawan baik dalam maupun luar kota untuk melakukan kegiatan wisata. Kegiatan wisata dapat dilakukan dengan *something to see*: melihat keindahan alam di Lampung, *something to do*: melakukan aktivitas pendakian gunung, dan *something to buy*: membeli cenderamata ciri khas daerah (Helpiastuti, 2018).

Pariwisata yang dimiliki oleh Lampung sangat banyak dan beragam mulai dari wisata alam, budaya, kuliner, sejarah, minat khusus dan lain sebagainya. Pariwisata di Lampung memiliki daya tarik sendiri bagi wisatawan untuk melakukan kegiatan wisata. Kegiatan wisata yang dilakukan wisatawan perlu adanya pendokumentasian sebagai bukti suatu momen. Momen kegiatan wisata menjadi kenangan tersendiri bagi wisatawan, dimana kenangan tersebut menjadi salah satu dari unsur sapta pesona pariwisata. Pembuatan dokumentasi memerlukan tahapan-tahapan untuk menghasilkan suatu karya yang baik dan dapat diterima oleh konsumen maupun masyarakat luas.

Pendokumentasian adalah suatu cara untuk memperoleh data dan informasi dalam bentuk buku, arsip, dokumen, tulisan, angka dan gambar dalam bentuk laporan dan informasi (Sugiyono, 2020). Dokumentasi ini diperlukan sebagai bukti-bukti suatu kegiatan telah dilaksanakan. Menurut Kartawiyudha et al. (2017), tahapan prosedur dari proses pembuatan dokumentasi adalah pra produksi, produksi, pasca produksi, dan distribusi. Pendokumentasian suatu kegiatan wisata biasanya dalam bentuk foto atau video, dan alat yang biasa digunakan ialah kamera *Digital Single Lens Reflex (DSLR), mirrorless, action*

cam, dan sejenisnya. Pentingnya dokumentasi kegiatan wisata sebagai bukti suatu kegiatan, media publikasi, dan arsip perusahaan. Begitu pentingnya dokumentasi dalam segala sektor membuat perusahaan yang bergerak di bidang pariwisata juga memfasilitasi kegiatan wisata dengan penyediaan dokumentasi berupa foto dan video saat jalannya wisatawan melakukan perjalanan wisata.

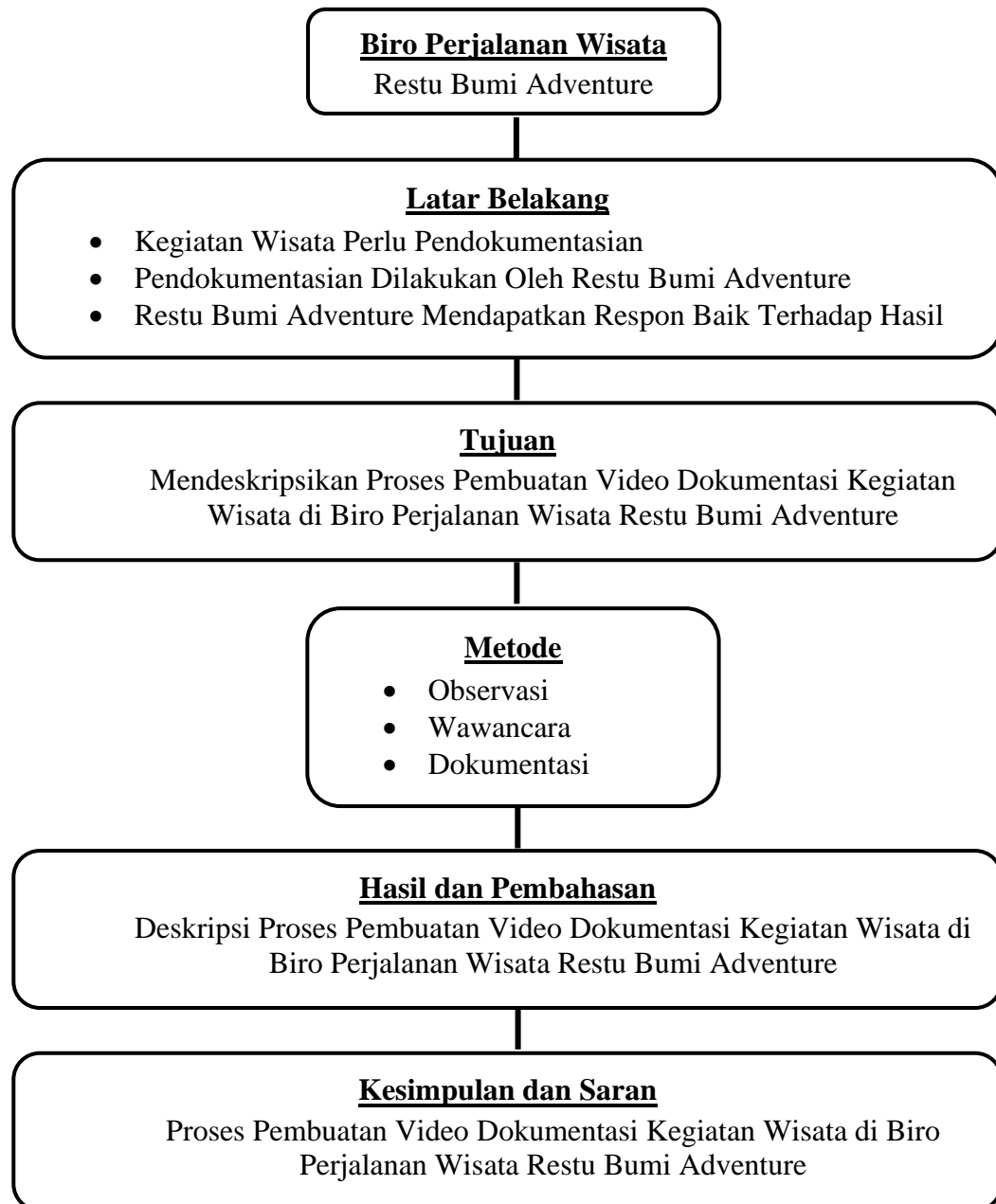
Restu Bumi Adventure merupakan perusahaan yang bergerak di bidang pariwisata sebagai jasa dan konsultan terhadap produk perjalanan wisata. Sebagai perusahaan yang menawarkan produk kegiatan wisata, Restu Bumi Adventure memiliki salah satu fasilitas menarik kepada para konsumen saat melakukan program *tour* yakni dokumentasi. Pendokumentasian dilakukan oleh tim dokumentasi dengan beberapa tahapan mulai dari tahap pra produksi hingga distribusi. Dokumentasi yang akan didapatkan para konsumen berupa bentuk foto dan video selama kegiatan wisata. Hasil dokumentasi yang banyak mendapatkan respon yang baik adalah video. Video dokumentasi kegiatan wisata di distribusikan secara khusus kepada wisatawan dan juga dapat dipublikasikan melalui media sosial salah satunya *instagram*. Berdasarkan observasi yang dilakukan pada akun *instagram* Restu Bumi Adventure bahwa hasil video dokumentasi dari tim Restu Bumi Adventure mendapatkan respon yang baik, terlihat dari jumlah *viewers*, *likes* dan komentar yang positif. Bersumber pada data internal perusahaan mengenai distribusi video dokumentasi kegiatan wisata melalui akun *instagram* dari 19 September 2022 s.d 05 Januari 2023, diketahui Restu Bumi Adventure sudah memproduksi 30 video dengan total *viewers* sebanyak 26.651 dan *likes* 1.210.

Berdasarkan latar belakang diatas maka penulis tertarik untuk membuat laporan tugas akhir dengan judul “Proses Pembuatan Video Dokumentasi Kegiatan Wisata di Biro Perjalanan Wisata Restu Bumi Adventure”.

1.2 Tujuan

Tujuan dari penulisan tugas akhir ini adalah mendeskripsikan proses pembuatan video dokumentasi kegiatan wisata di Biro Perjalanan Wisata Restu Bumi Adventure.

1.3 Kerangka Pemikiran



Gambar 1. Kerangka Pemikiran
Sumber: Penulis (2023)

1.4 Kontribusi

1. Penulis

Menambah pengetahuan, memperluas wawasan, dan menerapkan ilmu yang telah didapat selama kuliah.

2. Pembaca

Menambah ilmu, pembelajaran, dan informasi mengenai produksi video dokumentasi kegiatan wisata di Restu Bumi Adventure.

3. Restu Bumi Adventure

Sebagai bahan masukan dan saran untuk membantu pengembangan pembuatan video dokumentasi kegiatan wisata.

4. Politeknik Negeri Lampung

Sebagai sumber informasi dan referensi bacaan untuk kebutuhan pembelajaran dalam bidang ini khususnya bidang kepariwisataan.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kegiatan Wisata

Menurut Ramlan (2010), kegiatan merupakan bagian dari suatu program yang dilakukan oleh satu atau lebih unit kerja sebagai bagian dari pencapaian tujuan yang terukur dalam suatu program. Dikemukakan oleh Sucipto & Limbeng (2007), wisata adalah kegiatan perjalanan dilakukan oleh beberapa orang atau kelompok mengunjungi tempat-tempat tertentu untuk hiburan, pengembangan karakter, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam periode sementara. Berdasarkan pengertian yang telah dipaparkan di atas dapat disimpulkan bahwa pengertian dari kegiatan wisata adalah suatu program perjalanan yang dilakukan oleh satu orang atau lebih dengan mengunjungi tempat tertentu melakukan segala aktivitas untuk bersenang-senang dengan hiburan, melakukan sesuatu, dan menikmati keunikan daya tarik wisata.

Ismayanti (2020), menggolongkan beberapa komponen utama dari kegiatan wisata yaitu:

- 1) Wisatawan

Wisatawan adalah salah satu faktor yang paling penting dari kegiatan pariwisata. Dimana dalam kegiatan wisata ini akan menjadi pengalaman bagi orang untuk menikmati dan mengingat waktu dalam hidupnya.

- 2) Elemen Geografi

Pergerakan wisatawan terjadi dalam tiga area geografi, yaitu:

- a. Daerah Asal Wisatawan (DAW)
- b. Daerah Transit (DT)
- c. Daerah Tujuan Wisata (DTW)

- 3) Industri Pariwisata

Industri ini merupakan sebuah industri yang menyediakan jasa, daya tarik, dan sarana untuk kegiatan wisata. Industri ini juga merupakan sebuah unit usaha di dalam kepariwisataan dan tersebar di tiga area geografi tersebut.

Menurut Helpiastuti (2018), konsep kegiatan wisata dapat didefinisikan dengan tiga faktor, yaitu harus ada *something to see*, *something to do*, dan *something to buy*. *Something to see* terkait atraksi yang dilihat di daerah tujuan wisata, *Something to do* terkait dengan aktivitas wisatawan di daerah wisata, sementara *Something to buy* terkait ciri khas dari daerah wisata tersebut berupa souvenir dan biasa dikenal oleh-oleh sebagai bentuk memorabilia para wisatawan.

Menurut Undang-Undang Tentang Kepariwisata Nomor 10 Tahun 2009, menjelaskan sapta pesona adalah suatu kondisi yang harus diwujudkan dalam setiap produk pariwisata sehingga dapat menarik minat wisatawan berkunjung ke suatu daerah. Salah satu unsur dari sapta pesona adalah kenangan. Kenangan memiliki arti sesuatu yang membekas dalam pikiran dan kesan dalam ingatan. Menyimpan sebuah kenangan dapat direalisasikan ke dalam beberapa bentuk yaitu foto, video, tulisan dan sejenisnya.

2.2 Video Dokumentasi

Menurut Busyaeri et al. (2016), video merupakan kata yang berasal dari bahasa latin *visum* yang artinya melihat. Video adalah kumpulan gambar yang direkam secara berurutan dengan kecepatan tertentu untuk menciptakan makna. Sedangkan dokumentasi merupakan catatan kejadian dalam bentuk gambar, tulisan, foto, video yang sudah terjadi dari seseorang (Sugiyono, 2020). Selain itu dokumentasi juga sebagai pembuktian dan keterangan informasi dengan berbagai bentuk seperti gambar, video, kutipan dan model lainnya. Berdasarkan pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa video dokumentasi adalah kumpulan gambar-gambar yang direkam secara terstruktur dalam bentuk rangkaian cerita atau informasi dan nantinya bisa dinikmati oleh konsumen dengan visualnya.

Isi yang ditampilkan oleh video dokumentasi memuat berbagai informasi mengenai suatu objek serta memberikan gambaran tentang bagaimana jalannya sebuah acara secara keseluruhan (Mukti, 2019). Manfaat dari adanya video dokumentasi adalah sebagai media untuk menyebarluaskan isi informasi suatu objek atau kegiatan, sehingga hasilnya bisa dijadikan bukti bahwa telah terlaksananya momen tersebut (Wahyuni, 2018).

Menurut Kartawiyudha et al. (2017), tahapan prosedur dari proses pembuatan video dokumentasi, adalah pra produksi, produksi, pasca produksi, dan distribusi. Biro perjalanan wisata terdapat tenaga kerja yang berfokus di bidang dokumentasi khususnya videografi dan memiliki tahapan-tahapan kerja dalam membuat video kegiatan wisata sebagai berikut:

1. Pra Produksi

Pra produksi merupakan tahapan awal sebelum memproduksi sebuah video yang perencanaan dan persiapannya memerlukan waktu untuk mengonsep alur agar sesuai dengan ide cerita yang ingin ditampilkan dalam video tersebut. Seorang tenaga dokumentasi akan menyusun rencana kegiatan dokumentasi video dari mulai memikirkan ide cerita, merencanakan jadwal pengambilan dokumentasi, membuat suatu konsep lalu mengembangkannya ke dalam bentuk tulisan untuk keperluan pada proses produksi. Perencanaan ide konsep sebuah video ini diperlukan untuk memudahkan tenaga dokumentasi saat bertugas selama kegiatan berlangsung agar mendapatkan hasil yang sesuai dari konsep yang telah disiapkan. Selain mempersiapkan ide konsep video untuk tahap produksi, mempersiapkan peralatan dan perlengkapan merupakan hal penting yang dipersiapkan oleh seorang tenaga dokumentasi berguna sebagai alat penunjang pada saat pelaksanaan pendokumentasian berlangsung. Peralatan dan perlengkapan untuk tenaga dokumentasi adalah hal yang vital ketika ingin melakukan pendokumentasian.

2. Produksi

Produksi merupakan tahapan pelaksanaan dari proses pra produksi yang dimana pada tahap ini seluruh ide konsep direalisasikan dengan cara melakukan perekaman video, suara, elemen untuk keperluan di tahap pasca produksi. tenaga dokumentasi melaksanakan tugas pendokumentasian sesuai ide konsep yang telah dilakukan sebelumnya, kemudian dilaksanakan pada tahap produksi. Pelaksanaan tahap produksi dilakukan oleh tenaga dokumentasi di lapangan dengan memiliki tanggung jawab dalam mengkoordinasikan kegiatan pendokumentasian mulai dari perekaman video kegiatan selama berwisata hingga selesai agar sesuai

dengan konsep yang telah dibuat saat tahap pra produksi. Pengambilan video dokumentasi di lapangan juga mempengaruhi hasil yang didapatkan ketika nanti saat tahap pasca produksi dilakukannya *editing*.

3. Pasca Produksi

Pasca produksi merupakan tahapan pengelolaan *file* dan *editing* video dari rangkaian produksi, pada tahap pasca produksi seluruh bahan video dikelola untuk dijadikan satu, kemudian digabungkan hingga menjadi suatu cerita yang menarik dan bermakna. Tahap ini adalah tahapan penyatuan dari bahan-bahan rekaman video yang sudah diambil dari proses produksi akan diolah menjadi suatu karya *audio* visual yang menarik atau dapat disebut proses *editing*. Pelaksanaan *editing* menggunakan software *editing* video yaitu *adobe premiere pro*, *filmora*, *davinci resolve* dan lain sebagainya.

4. Distribusi

Distribusi merupakan tahap akhir dari rangkaian produksi sebuah video, pada tahap ini video yang telah digabungkan dari hasil *editing* akan di distribusikan. Sebelum distribusi dilakukan, hasil video tersebut dikirimkan terlebih dahulu ke direktur perusahaan atau koordinator lapangan untuk pengecekan. Setelah mendapatkan persetujuan dari direktur perusahaan atau koordinator lapangan, maka pendistribusian dilakukan. Distribusi hasil video dokumentasi kepada konsumen yang telah melaksanakan kegiatan wisata dan dipublikasikan melalui media sosial. Mendokumentasikan kegiatan dalam sebuah video tentunya ditujukan kepada khalayak ramai (Putra, 2018).

2.3 Media Sosial

Menurut Kaplan & Haenlein (2010), mengemukakan bahwa media sosial merupakan layanan aplikasi berbasis internet yang memberikan kesempatan bagi penggunanya untuk berbagi pendapat, pemikiran, pandangan, dan pengalaman. Sedangkan menurut Nasrullah (2015), media sosial adalah media di internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan diri mereka sendiri maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi dan berkomunikasi dengan pengguna lain

untuk membuat hubungan sosial secara virtual. Berdasarkan pengertian diatas bahwa dapat disimpulkan media sosial merupakan suatu media berbasis internet yang bisa digunakan untuk keperluan berinteraksi, berbagi, berkomunikasi kepada pengguna lainnya dalam jangkauan luas hingga membuat jalinan hubungan sosial.

Fungsi media sosial menurut pendapat Kietzmann et al. (2011), adalah *Conversations, Identity, Sharing, Presence, Relationships, Reputation* dan *Groups*. Penjelasan dari beberapa fungsi media sosial sebagai berikut:

1. *Conversations*: lebih mendeskripsikan pengaturan pengguna saat berkomunikasi dengan pengguna lain di jejaring sosial.
2. *Identity*: merupakan identitas yang disebutkan untuk media sosial mencantumkan identitas kita di profil pengguna. Ini termasuk nama, foto, jenis kelamin dan lain sebagainya.
3. *Sharing*: merupakan suatu aktivitas pertukaran ide antara satu pengguna dengan pengguna lainnya dalam bentuk teks, gambar, maupun video.
4. *Presence*: gambaran pengguna tentang pengguna dapat saling mengakses satu sama lain.
5. *Relationship*: menggambarkan pengguna dapat terkoneksi atau terikat dengan pengguna lainnya.
6. *Group*: pengguna media sosial dapat membuat suatu kelompok kecil maupun besar dengan latar belakang dan minat yang sama.

Penggunaan media sangat mengefektifkan penemuan dan penyaluran informasi dengan cepat dan efektif. Setiadi (2016), menyatakan kehadiran media sosial berdampak pada perubahan cara komunikasi digital dan media menjalin komunikasi yang lebih efektif. Melalui media sosial, segala informasi apapun bisa dengan mudah ditemui oleh semua orang.

Menurut Puntodi (2011), terdapat beberapa macam jenis media sosial salah satunya yaitu jejaring sosial atau biasa dikenal aplikasi media sosial. Terdapat beberapa jenis aplikasi media sosial antara lain *facebook, whatsapp, instagram*. Penggunaan aplikasi media sosial berguna sebagai media publikasi untuk berbagi informasi kepada orang lain dalam bentuk foto, video, dan tulisan.