



**PEMBUATAN VIDEO PROFIL OBJEK WISATA PUNCAK BADEAN
SEBAGAI MEDIA PROMOSI**

(The Making Video Profile Puncak Badean Tourism Object as Promotional Tools)

LAPORAN TUGAS AKHIR

Oleh:

**Wahyu Meisanti
180903102031**

**PROGRAM STUDI DIII USAHA PERJALANAN WISATA
JURUSAN ILMU ADMINISTRASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS JEMBER**

2021



**PEMBUATAN VIDEO PROFIL OBJEK WISATA PUNCAK
BADEAN SEBAGAI MEDIA PROMOSI**

*(The Making Video Profile Puncak Badean Tourism Object as Promotional
Tools)*

LAPORAN TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Ahli Madya Program
Diploma III Usaha Perjalanan Wisata Jurusan Ilmu Administrasi Fakultas Ilmu
Sosial dan Politik Universitas Jember

Oleh:

Wahyu Meisanti

180903102031

**PROGRAM STUDI DIII USAHA PERJALANAN WISATA
JURUSAN ILMU ADMINISTRASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS JEMBER**

2021

PERSEMBAHAN

Puji syukur atas nikmat dan karunia yang Allah SWT berikan kepada saya sehingga saya mampu menyelesaikan laporan tugas akhir ini dengan baik. Tak lupa pula saya bersyukur karena dapat mempersembahkan karya tulis ini kepada orang-orang yang selama ini memberi saya dukungan, semangat serta doa. Dengan segala kerendahan hati saya mempersembahkan laporan tugas akhir ini untuk :

1. Kedua orang tuaku, Ayahanda Sunapi dan Ibunda Nanik yang selalu memberikan dukungan dan motivasinya untuk saya serta do'a yang senantiasa selalu mengiringi setiap langkah saya untuk maju;
2. Semua guru sejak Sekolah Dasar sampai Perguruan Tinggi yang telah membimbing dengan penuh kesabaran dan memberikan ilmu pengetahuan yang sangat berharga kepada saya, semoga ilmu yang diberikan dapat bermanfaat bagi masyarakat maupun negara;
3. Seluruh pihak pengelola Puncak Badean Jember yang telah membantu dan membimbing selama kegiatan Praktek Kerja Nyata II,
4. Almamater dan Program Studi Diploma III Usaha Perjalanan Wisata Angkatan 2018, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Jember.

MOTTO

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai kesanggupannya”
(terjemahan QS. Al-Baqarah, 286) *)

“Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan”
(terjemahan QS. Al Insyirah, 6) **)

*) [QS. 2.286]

***) [QS. 94.6]

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama: Wahyu Meisanti

NIM: 180903102031

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa tugas akhir yang berjudul “Pembuatan Video Profil Objek Wisata Puncak Badean Sebagai Media Promosi” adalah benar-benar karya saya sendiri berdasarkan Praktek Kerja Nyata II, kecuali kutipan yang sudah disebutkan sumbernya, belum pernah diajukan pada institusi manapun dan bukan karya jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa ada tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata di kemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 15 Juli 2021

Yang menyatakan,



(Wahyu Meisanti)

NIM 180903102031

Laporan Tugas Akhir

**PEMBUATAN VIDEO PROFIL OBJEK WISATA DESA
BADEAN SEBAGAI MEDIA PROMOSI**

Oleh

Wahyu Meisanti

NIM 180903102031

Pembimbing

Panca Oktawirani, S.Si., M.Si., Ph.D.

NIP 198610052014042002

**PROGRAM STUDI DIII USAHA PERJALANAN WISATA
JURUSAN ILMU ADMINISTRASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS JEMBER**

2021

PERSETUJUAN

Telah disetujui Laporan Tugas Akhir Program Studi Diploma III Usaha Perjalanan Wisata Jurusan Ilmu Administrasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Jember.

Nama : Wahyu Meisanti
NIM : 180903102031
Jurusan : Ilmu Administrasi
Program Studi : Diploma III Usaha Perjalanan Wisata
Judul : Pembuatan Video Profil Objek Wisata Puncak Badean Sebagai Media Promosi

Jember, 15 Juli 2021
Menyetujui
Dosen Pembimbing



Panca Oktawirani, S.Si., M.Si., Ph.D.
NIP 198610052014042002

PENGESAHAN

Laporan Tugas Akhir berjudul “Pembuatan Video Profil Objek Wisata Puncak Badean Sebagai Media Promosi” telah diuji dan disahkan pada:

Hari, Tanggal : Kamis, 15 Juli 2021

Tempat: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember

Tim Penguji
Ketua,



Dr. Dina Suryawati, S.Sos., M.AP
NIP 198009172005012001

Sekretaris,



Panca Oktawirani, S.Si., M.Si., Ph.D.
NIP 198610052014042002

Anggota,



Rebecha Prananta, S.Si., M.Si.
NIP 198612032015042002

Mengesahkan
Dekan,



Dr. Djoko Poernomo, M.Si.
NIP 196002191987021001

RINGKASAN

Pembuatan Video Profil Objek Wisata Puncak Badean Sebagai Media Promosi, Wahyu Meisanti, 180903102031; 2021: 58 halaman; Program Studi Diploma III Usaha Perjalanan Wisata Jurusan Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember.

Objek Wisata Puncak Badean merupakan objek wisata berbasis alam yang saat ini masih menjadi wisata desa. Dengan keindahan alam gunung Argopuro yang memberikan suasana alam yang hijau dan sejuk puncak Badean juga memiliki atraksi wisata berbasis wahana air seperti, wisata air sungai dan wisata air terjun. Selain wisata air puncak Badean juga memiliki keindahan seperti taman bunga warna warni yang menambah keindahan objek wisata ini.

Untuk menambah jumlah kunjungan wisatawan promosi memiliki peranan penting. Puncak Badean membuat video profil untuk menarik minat wisatawan serta memberikan informasi secara luas melalui *social media*. Seiring dengan perkembangan teknologi saat ini, pengguna *social media* dituntut untuk bisa berkompetensi dalam menguasai ilmu pengetahuan di bidang teknologi informasi. Teknologi informasi merupakan faktor pendukung yang sangat efektif pada masa sekarang dan memungkinkan masyarakat untuk menikmati berbagai kemudahan yang dihasilkan oleh teknologi. Teknologi banyak digunakan sebagai sarana promosi dan informasi.

Dalam pembuatan video profil ini sebagai media promosi Puncak Badean dengan harapan dapat menjangkau wisatawan luas untuk berkunjung. Dengan informasi terkait awal mula dibangunnya Puncak Badean serta daya tarik wisata alam yang indah dengan *view* lereng pegunungan Argopuro serta taman bunga yang memperindah objek wisata Puncak Badean.

Puncak Badean Jember mempunyai metode dalam proses pembuatan video profil. Proses pembuatan video profil Puncak Badean diantaranya, membuat teks video profil, mengumpulkan file video tahun 2018, merekam suara, menggabungkan suara dan video (*mixing*), dan *editing*. Selain itu dalam proses pembuatannya terdapat beberapa alat dan bahan yang perlu dipersiapkan sebagai

penunjang keberhasilan pembuatannya yang kemudian akan dipromosikan ke *social media* antara lain: Youtube, Instagram, dan Facebook. Sebelum dipromosikan, dalam proses pembuatan video profil tersebut terdapat kendala secara internal, eksternal, maupun secara teknis. Hal tersebut harus diatasi dengan penguatan kemampuan atau keahlian dibidang *editing* dan pembuatan konten video untuk dipromosikan.



PRAKATA

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang berjudul “Pembuatan Video Profil Objek Wisata Puncak Badean Sebagai Media Promosi”. Laporan tugas akhir ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan pendidikan diploma tiga (III) pada program studi Usaha Perjalanan Wisata Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember.

Penyusunan tugas akhir ini tidak dapat lepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Dr. Djoko Poernomo, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember;
2. Dr. Dina Suryawati, S.Sos., M.AP., selaku Koordinator Program Studi DIII Usaha Perjalanan Wisata Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember;
3. Panca Oktawirani, S.Si., M.Si., Ph.D. selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu, pikiran, dan perhatian dalam penulisan tugas akhir ini;
4. Kedua orang tua saya tercinta, Ayahanda Sunapi dan Ibunda Nanik yang telah memberikan dukungan dalam bentuk doa, maupun materi sehingga laporan Tugas Akhir ini dapat terselesaikan dengan baik;
5. Keluarga besar Puncak Badean Jember yang telah memberikan penulis kesempatan untuk melaksanakan Praktek Kerja Nyata;
6. Program Studi D3 Usaha Perjalanan Wisata Universitas Jember Angkatan 2018;
7. Serta pihak-pihak yang tidak dapat disebutkan satu-persatu.

Dalam menyusun laporan ini, penulis masih menemui beberapa kesulitan dan hambatan, di samping itu juga menyadari bahwa penulisan laporan ini masih jauh dari sempurna dan masih banyak kekurangan-kekurangan lainnya, maka dari itu penulis juga menerima kritik dan saran dari berbagai pihak demi kesempurnaan laporan tugas akhir ini. Penulis berharap karya tulis ini dapat

memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

Jember, 15 Juli 2021

Penulis



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSEMBAHAN	ii
HALAMAN MOTTO	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN PEMBIMBING	v
HALAMAN PERSETUJUAN	vi
HALAMAN PENGESAHAN	vii
RINGKASAN	viii
PRAKATA	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan dan Manfaat Praktek Kerja Nyata	3
1.3.1 Tujuan Praktek Kerja Nyata	3
1.3.2 Manfaat Praktek Kerja Nyata	3
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Pariwisata	5
2.2 Wisatawan	5
2.3 Video Profil	6
2.4 Obyek dan Daya Tarik Wisata	7
2.5 Promosi	8
2.6 Strategi Promosi	8
BAB 3. METODE PELAKSANAAN PRAKTEK KERJA NYATA	12
3.1 Tempat dan Waktu Pelaksanaan Praktek Kerja Nyata	12
3.1.1 Tempat Praktek Kerja Nyata	12
3.1.2 Waktu Pelaksanaan	12

3.2 Ruang Lingkup Pelaksanaan Praktek Kerja Nyata.....	12
3.2.1 Ruang Lingkup Kegiatan	12
3.3 Jenis dan Sumber Data	13
3.3.1 Jenis Pengumpulan Data	13
3.3.2 Sumber Data.....	13
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	13
BAB 4. PEMBAHASAN DAN HASIL	15
4.1 Gambaran Umum Tempat Praktek Kerja Nyata	15
4.2 Pelaksanaan Praktek Kerja Nyata.....	15
4.3 Proses Pembuatan Video Profil	19
4.3.1 Pembuatan Teks	19
4.3.1 Pengumpulan <i>File</i> Video	21
4.3.1 Perekaman Suara	22
4.3.1 Penggabungan Suara dan Video (<i>mixing</i>).....	22
4.3.1 <i>Editing</i>	23
4.4 Metode Promosi.....	24
4.3.1 <i>Social Media</i>	24
4.5 Kendala dalam Pembuatan Video Profil	27
4.3.1 Internal	27
4.3.2 Eksternal.....	27
4.3.3 Teknis.....	28
BAB 5. PENUTUP	29
4.1 Kesimpulan	29
4.2 Saran	29
DAFTAR PUSTAKA.....	30
LAMPIRAN	31

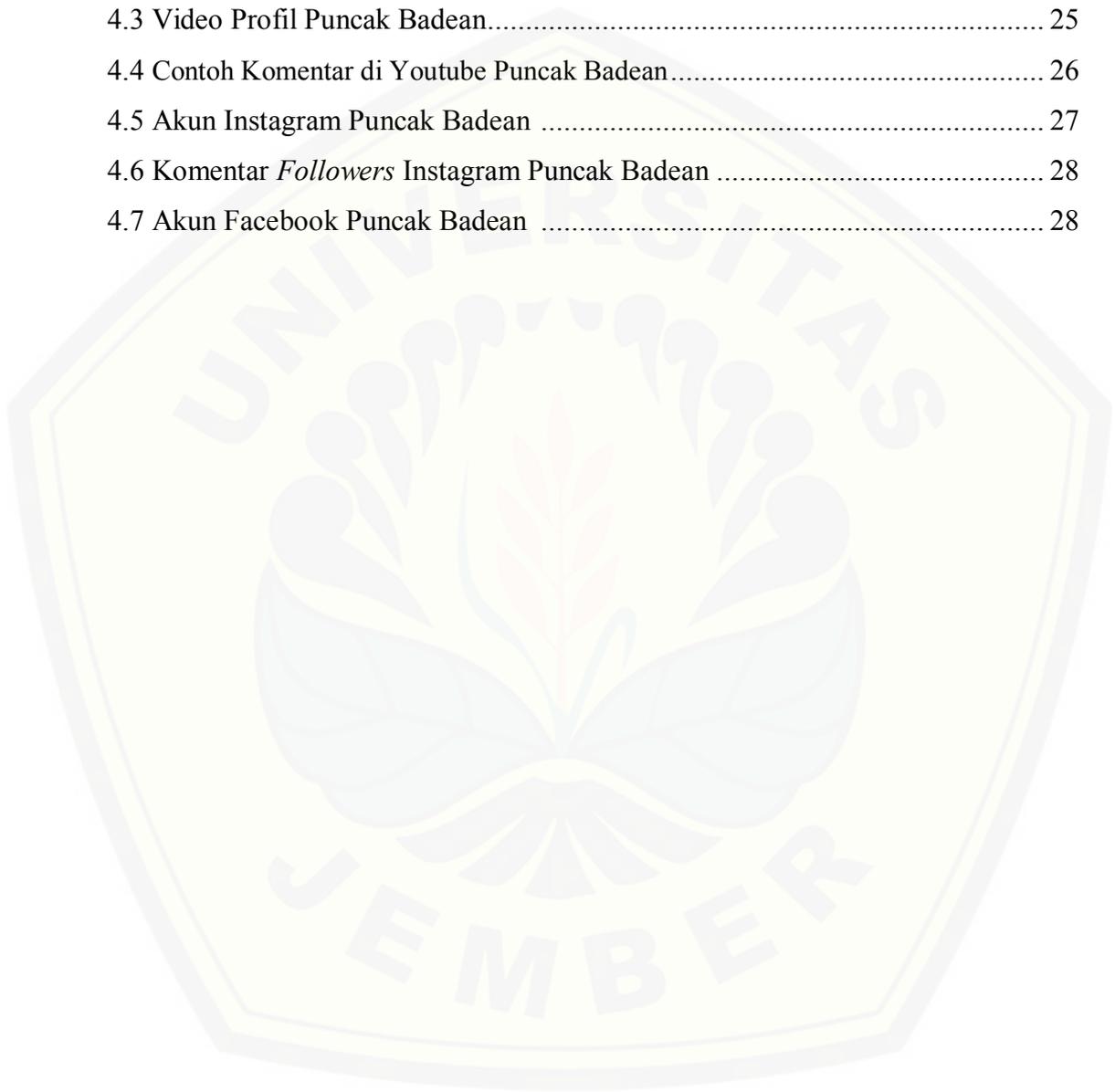
DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Jadwal Kegiatan Praktek Kerja Nyata di Puncak Badean Jember 12
Tabel 4.1 Aktivitas Praktek Kerja Nyata 15



DAFTAR GAMBAR

4.1 Proses Pembuatan Teks Video.....	21
4.2 Proses Pembuatan Video Profil Puncak Badean	23
4.3 Video Profil Puncak Badean.....	25
4.4 Contoh Komentar di Youtube Puncak Badean.....	26
4.5 Akun Instagram Puncak Badean	27
4.6 Komentar <i>Followers</i> Instagram Puncak Badean	28
4.7 Akun Facebook Puncak Badean	28



DAFTAR LAMPIRAN

1. Permohonan Magang	32
2. Surat Tugas Magang	33
3. Nilai Magang	34
4. Surat Tugas Pembimbing	35
5. Pemberian Vandel Kepada Kepala Desa Badean	36
6. Pemberian Hadiah Kepada Pendamping Desa Badean	36
7. Pemberian Hadiah Kepada Anggota Pokdarwis	37
8. Pemberian Hadiah Kepada Ketua Pokdarwis.....	37
9. Papan Informasi Puncak Badean	38
10. Rapat Mingguan Bersama Anggota Pokdarwis (Heru).....	38
11. Rapat Mingguan Bersama Pendamping Desa Badean (Pak Fawaid)	39
12. Rapat Tentang Pelatihan Mingguang Untuk Pokdarwis Puncak Badean	39
13. Pelatihan Tentang Objek Wisata Kepada Para Pokdarwis	40
14. Rapat Pembuatan Konsep Video Bersama Para Pokdarwis.....	40

BAB I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dunia pariwisata saat ini menjadi salah satu sektor pembangunan yang berpengaruh penting terhadap perekonomian Indonesia. Dalam kegiatan pariwisata selalu berkaitan dengan sebuah destinasi yang mana didalamnya selalu memiliki beragam objek dan daya tarik wisata yang sangat indah. Pariwisata dalam hal ini didukung dengan adanya faktor-faktor yang mendukung aktivitas kepariwisataan, faktor-faktor tersebut meliputi Sumber Daya Manusia (SDM) sebagai pelaku pariwisata, Sumber Daya Alam (SDA) sebagai objek wisata, kebijakan pemerintah di sektor pariwisata, infrastruktur dalam mencapai objek wisata, dan fasilitas-fasilitas pendukung objek wisata.

Dalam destinasi wisata terdapat beberapa objek dan daya tarik wisata, salah satunya adalah objek wisata alam. Objek wisata alam dapat meliputi objek wisata alam pedesaan atau bisa disebut desa wisata. Dalam desa wisata terdapat faktor penggerak utama yaitu masyarakat. Masyarakat adalah faktor utama yang mengelola objek wisata tersebut sehingga tidak ada investor yang bisa masuk untuk mempengaruhi perkembangan desa wisata itu sendiri. Apabila ada suatu desa wisata yang dikelola oleh investor berarti desa tersebut bukanlah desa wisata dalam arti sebenarnya.

Saat ini objek wisata memang masih menjadi pilihan untuk berlibur baik wisata alam, wisata sosial budaya serta wisata minat khusus yang kerap diminati oleh wisatawan. Terkait objek wisata tak jarang bagi pengunjung yang menyukai wisata alam terlebih jika menyuguhkan keindahan alam pedesaan. Wisata desa akan banyak diminati karena keindahan alamnya dan kesejukannya. Oleh karena itu, wisatawan yang ingin berlibur bersama keluarga tak jarang untuk berkunjung ke desa wisata untuk sekedar piknik dan menikmati keindahan alamnya.

Objek Wisata Puncak Badean merupakan objek wisata berbasis alam yang saat ini masih menjadi wisata desa. Dengan keindahan alam gunung Argopuro yang memberikan suasana alam yang hijau dan sejuk puncak Badean juga

memiliki atraksi wisata berbasis wahana air seperti, wisata air sungai dan wisata air terjun. Selain wisata air puncak Badean juga memiliki keindahan seperti taman bunga warna warni yang menambah keindahan objek wisata ini. Oleh karena itu, harus selalu dijaga kebersihannya agar selalu terlihat asri dan indah dipandang.

Untuk menambah jumlah kunjungan wisatawan promosi memiliki peranan penting. Puncak Badean membuat video profil untuk menarik minat wisatawan serta memberikan informasi secara luas melalui *social media*. Seiring dengan perkembangan teknologi saat ini, sebagai pengguna *social media* dituntut untuk bisa berkompetensi dalam menguasai ilmu pengetahuan di bidang teknologi informasi. Teknologi informasi merupakan faktor pendukung yang sangat efektif pada masa sekarang dan memungkinkan masyarakat untuk menikmati berbagai kemudahan yang dihasilkan oleh teknologi. Teknologi banyak digunakan sebagai sarana promosi dan informasi.

Saat ini teknologi informasi dan komunikasi semakin meningkat, era industri 4.0 dirasa semakin meningkatkan sistem teknologi yang dapat mempermudah berbagai kehidupan manusia, termasuk dalam dunia pariwisata. Teknologi informasi menjadi salah satu sarana yang digunakan dalam mempromosikan pariwisata dari berbagai *social media* dengan berbagai *digital marketing*nya. Dengan adanya *digital marketing* minat seseorang untuk pergi berlibur semakin tinggi. Masyarakat di era 4.0 sudah disuguhkan dengan berbagai kemudahan dari berbagai teknologi yang ada, termasuk dalam mendapatkan kemudahan dalam pariwisata.

Dalam pembuatan video profil ini sebagai sarana promosi Puncak Badean dengan harapan dapat menjangkau wisatawan luas untuk berkunjung. Dengan informasi terkait awal mula dibangunnya Puncak Badean serta daya tarik wisata alam yang indah dengan *view* lereng pegunungan Argopuro serta taman bunga yang memperindah objek wisata Puncak Badean. Video profil objek wisata Puncak Badean ini akan menarik minat wisatawan untuk berkunjung ke lokasi.

Dari latar belakang di atas, penulis merasa tertarik untuk membuat video profil objek wisata Puncak Badean sebagai media promosi dengan harapan dapat menarik minat wisatawan untuk berkunjung ke Puncak Badean. Dengan ide

tersebut, penulis membuat Tugas Akhir dengan judul “Pembuatan Video Profil Objek Wisata Puncak Badean Sebagai Media Promosi” dan berharap dapat dijadikan acuan oleh semua pihak pengelola objek wisata untuk mempromosikan sebuah objek wisata agar dikenal oleh masyarakat luas.

1.2 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dari laporan tugas akhir ini adalah sebagai berikut:

- a. Bagaimana proses pembuatan video profil Puncak Badean Jember?
- b. Bagaimana video profil tersebut dipromosikan untuk menarik wisatawan ke Puncak Badean Jember?
- c. Apa saja kesulitan yang dialami dalam pembuatan video profil Puncak Badean Jember?

1.3 Tujuan dan Manfaat Praktek Kerja Nyata

1.3.1 Tujuan Praktek Kerja Nyata

Adapun tujuan dari praktek kerja nyata ini, yaitu:

- a. Untuk mengetahui proses pembuatan video profil Puncak Badean Jember.
- b. Untuk mengetahui Bagaimana video profil tersebut di promosikan untuk menarik minat wisatawan ke Puncak Badean Jember.
- c. Untuk mengetahui apa saja kesulitan yang dialami dalam pembuatan video profil Puncak Badean Jember.

1.3.2 Manfaat Praktek Kerja Nyata

Adapun manfaat praktek kerja nyata ini, yaitu:

- a. Bagi Penulis

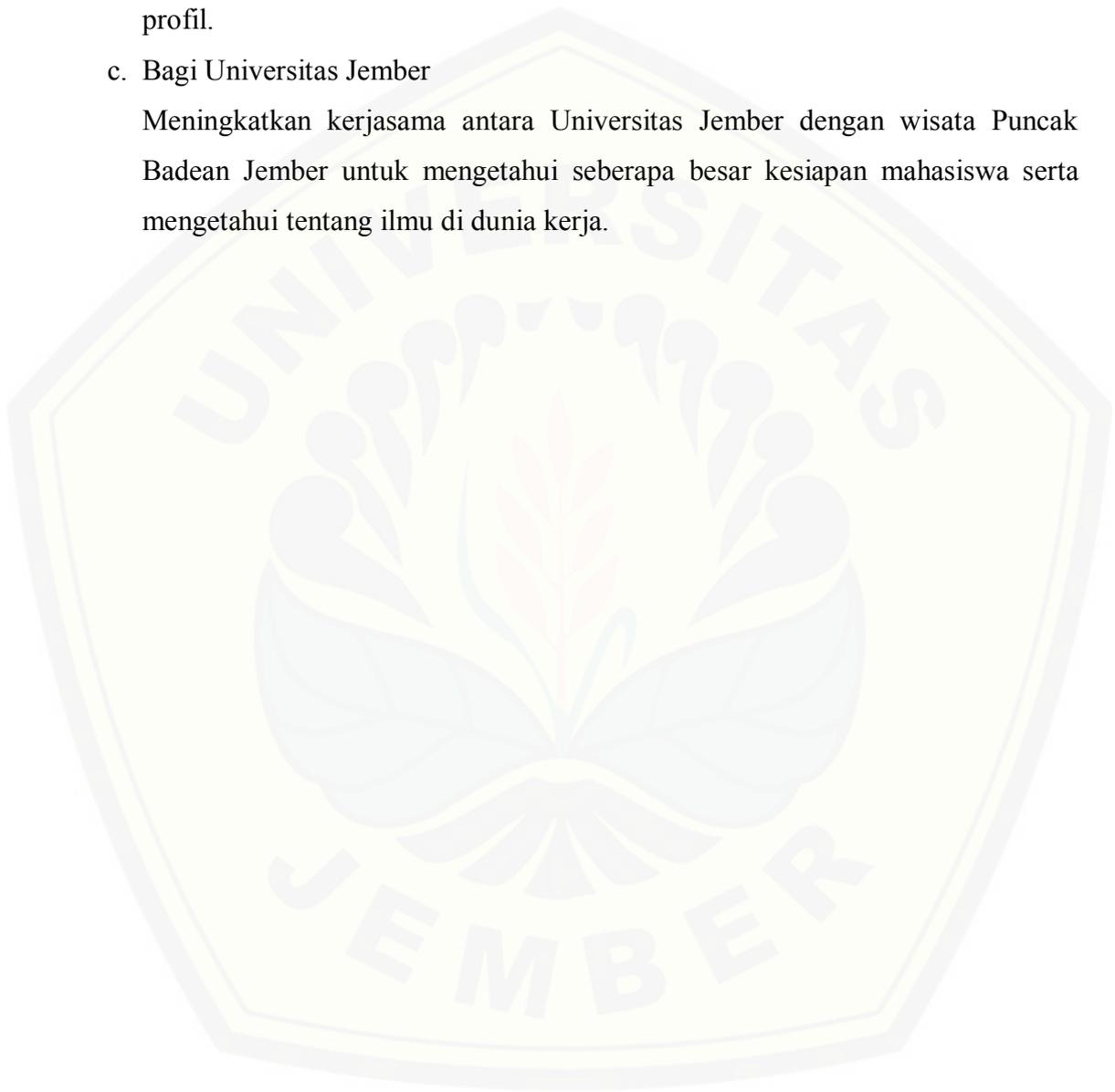
Mampu memahami strategi promosi melalui pembuatan video profil untuk menarik wisatawan di Puncak Badean Jember dan dapat mengimplementasikan ilmu yang didapat selama kuliah dan di tempat magang untuk diterapkan ke dalam penulisan tugas akhir ini.

- b. Bagi Pihak Wisata Puncak Badean

Memfasilitasi mahasiswa untuk Praktek Kerja Nyata II khususnya di bidang wisata serta menghasilkan tenaga kerja pariwisata yang handal dan profesional. Laporan ini dapat dijadikan masukan bagi industri pariwisata dalam upaya untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan melalui pembuatan video profil.

c. Bagi Universitas Jember

Meningkatkan kerjasama antara Universitas Jember dengan wisata Puncak Badean Jember untuk mengetahui seberapa besar kesiapan mahasiswa serta mengetahui tentang ilmu di dunia kerja.



BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Pariwisata

Menurut *United Nation World Tourism Organization* (UNWTO, 2011) pariwisata adalah kegiatan seseorang yang melakukan perjalanan keluar dari lingkungan tempat tinggalnya dalam waktu tertentu dengan tujuan bukan untuk melakukan kegiatan yang dibayar. Menurut Coeper et al. (1993) mendefinisikan pariwisata sebagai rangkaian kegiatan berupa perjalanan sementara ke tempat tujuan tertentu di luar rumah atau tempat kerja, tinggal sementara di tempat tujuan dan menikmati fasilitas yang disediakan untuk memenuhi kebutuhan wisatawan. Terdapat berbagai definisi pariwisata dengan berbagai perspektif yang seringkali tumpang tindih sehingga menimbulkan kerancuan makna yang membingungkan bagi upaya pengelolaannya.

Undang-undang Nomor 10 tahun 2009 tentang Kepariwisataan, menyebutkan pariwisata adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan wisata, termasuk pengusahaan objek dan daya tarik wisata serta usaha-usaha yang berhubungan dengan penyelenggaraan pariwisata, dengan demikian pariwisata meliputi:

- a. Semua kegiatan yang berhubungan dengan perjalanan wisata.
- b. Pengusahaan objek dan daya tarik wisata seperti: kawasan wisata, taman rekreasi, kawasan peninggalan sejarah, museum, pagelaran seni budaya, tata kehidupan masyarakat atau yang bersifat alamiah: keindahan alam, gunung berapi, danau, dan pantai.
- c. Pengusahaan jasa dan sarana pariwisata yaitu: usaha jasa pariwisata (biro perjalanan wisata, agen perjalanan wisata, konvensi, perjalanan insentif dan pameran, konsultan pariwisata, dan informasi pariwisata). Usaha sarana pariwisata yang terdiri dari akomodasi, rumah makan, bar, angkutan wisata

Pengertian pariwisata dalam buku karya Oka A. Yoeti (2016) pariwisata adalah sejumlah gejala dan hubungan yang timbul, mulai dari interaksi antara wisatawan di satu pihak, perusahaan-perusahaan yang memberikan pelayanan

kepada wisatawan dan pemerintah serta masyarakat yang bertindak sebagai tuan rumah dalam proses menarik dan melayani wisatawan. Batasan ini menekankan pada 4 unsur penting. Pertama, Wisatawan (*tourist*), yaitu orang yang melakukan perjalanan wisata. Kedua, para pemasok (*business suppliers*), yaitu perusahaan yang menyediakan kebutuhan (*needs*) dan keinginan (*wants*) serta pelayanan (*services*). Ketiga, Pemerintah (*hostgovernment*) yang berwenang menetapkan kebijakan, mengatur dan mengarahkan agar wisatawan dapat dilayani dengan baik. Keempat, Masyarakat (*host communities*) yang bertindak sebagai tuan rumah untuk memberikan pelayanan yang baik kepada wisatawan (Mc Intosh, Robert W. et. al, 1955).

2.2 Pengertian Wisatawan

Wisatawan menurut Norval dalam Yuliani (2013), adalah setiap orang yang datang di suatu negara yang alasannya bukan untuk menetap atau bekerja secara teratur, dan membelanjakan uang yang didapatkannya di lain tempat. Soekadijo (2000) menambahkan wisatawan adalah pengunjung di negara yang dikunjungi setidaknya-tidaknya tinggal 24 jam dan yang datang berdasarkan motivasi:

- a. Mengisi waktu senggang atau untuk bersenang-senang, berlibur, alasan kesehatan, studi, keluarga, dan sebagainya.
- b. Melakukan perjalanan untuk keperluan bisnis.
- c. Melakukan perjalanan untuk mengunjungi pertemuan-pertemuan atau sebagai utusan (ilmiah, *administrative*, *diplomatic*, keagamaan, olahraga dan sebagainya).
- d. Dalam rangka pelayaran pesiar, jika kalau ia tinggal kurang dari 24 jam

2.3 Video Profil

Video profil adalah sebuah gambaran informasi tentang riwayat seseorang atau sebuah instansi perusahaan yang telah mencapai suatu pencapaian kesuksesan dalam hal produksi atau hasil karya yang telah dihasilkan dan diterima dikalangan masyarakat umum. Informasi tersebut disebarkan dalam bentuk *audiovisual* atau video (Kuswandi, 2010). Video profil ini sangat akurat sebagai media informasi

untuk potensi suatu daerah karena dapat menampilkan informasi lebih nyata.

Menurut (Arsyad A, 2011) menyatakan bahwa video merupakan gabungan beberapa banyak *frame* yang diproyeksikan secara mekanis menggunakan media digital. Menurut (Haryoko, 2012) Video Profil adalah media yang sangat efektif yang digunakan mempromosikan daerah, produk, dan mempromosikan suatu perusahaan tertentu.

Video profil atau istilah lainnya *company profil* merupakan solusi kreatif dan inovatif untuk berbagai kebutuhan, terutama untuk kebutuhan promosi. Video profil adalah sebuah rekaman yang ditayangkan di media audio dalam bentuk visual lainnya, dimana digunakan untuk isi dari profil suatu instansi, daerah bahkan objek wisata.

2.4 Obyek dan Daya Tarik Wisata

Dalam buku karya Hadiwijoyo (2012) Obyek dan daya tarik wisata adalah suatu bentukan dan fasilitas yang berhubungan, yang dapat menarik minat wisatawan atau pengunjung untuk datang ke suatu daerah atau tempat tertentu. Daya tarik yang tidak atau belum dikembangkan merupakan sumber daya potensial belum dapat disebut sebagai daya tarik wisata sampai adanya suatu jenis pengembangan tertentu. Obyek dan daya tarik wisata merupakan dasar bagi kepariwisataan.

Menurut Hadiwijoyo (2012) Obyek dan daya tarik wisata dapat dibedakan menjadi 3 (tiga) yaitu:

a. Obyek Wisata alam

Obyek wisata alam adalah sumberdaya alam yang berpotensi serta memiliki daya tarik bagi pengunjung baik dalam keadaan alami maupun setelah ada usaha budi daya

b. Obyek Wisata Sosial Budaya

Obyek wisata sosial budaya dapat dimanfaatkan dan dikembangkan sebagai obyek dan daya tarik wisata meliputi museum, peninggalan sejarah, situs arkeologi, upacara adat, kerajinan dan seni pertunjukan.

c. Obyek Wisata Minat Khusus

Obyek wisata minat khusus merupakan jenis wisata yang baru dikembangkan di Indonesia. Wisata ini lebih diutamakan pada wisatawan yang mempunyai motivasi khusus

Hadiwijoyo (2012) menjelaskan bahwa perencanaan dan pengelolaan obyek dan daya tarik wisata alam, sosia budaya maupun minat khusus harus berdasarkan pada kebijakan rencana pembangunan nasional maupun regional. Apabila kedua rencana tersebut belum tersusun, maka tim perencana pengembangan obyek dan daya tarik wisata harus mampu mengasumsikan rencana kebijakan yang sesuai dengan arah yang bersangkutan dengan melibatkan peran serta masyarakat setempat.

2.5 Promosi

Dalam buku karya Luturlean, dkk (2019:221) terdapat definisi tentang promosi oleh beberapa ahli. Kotler dan Keller (2008) mendefinisikan: *Promotion includes all the activities the company undertakes to communicate and promote its product the target market.* Promosi adalah semua kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk mengkomunikasikan dan mempromosikan produknya kepada pasar sasaran.

Promosi berasal dari kata *promote* dalam bahasa Inggris yang diartikan sebagai mengembangkan atau meningkatkan. Promosi merupakan salah satu komponen dari bauran pemasaran (*marketing mix*). Promosi dapat juga diartikan sebagai upaya untuk memberitahukan atau menawarkan produk atau jasa dengan tujuan menarik calon konsumen untuk membeli atau mengkonsumsinya. Fungsi promosi dalam bauran pemasaran adalah untuk mencapai berbagai tujuan komunikasi dengan konsumen. Dimuat dalam jurnal Denny Daud bahwa menurut Babin (2011:27) Promosi merupakan fungsi komunikasi dari perusahaan yang bertanggung jawab menginformasikan dan membujuk atau mengajak pembeli. Menurut Swasta, B, Dharmesta dan Irawan (2008) promosi adalah arus informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan menciptakan pertukaran dalam pemasaran.

2.6. Strategi Promosi

Menurut Charles W. Lamb, Joseph F. Hair, Carl McDaniel (2001) mendefinisikan strategi promosi adalah rencana untuk penggunaan yang optimal dari elemen-elemen promosi: periklanan, hubungan masyarakat, penjualan pribadi, dan promosi penjualan. Strategi promosi menurut Moekijat (2000) menyatakan strategi promosi adalah kegiatan perusahaan untuk mendorong penjualan dengan mengarahkan komunikasi-komunikasi yang meyakinkan kepada para pembeli. Dari defenisi di atas dapat dilihat bahwa strategi promosi merupakan kegiatan yang direncanakan dengan maksud membujuk, merangsang konsumen agar mau membeli produk perusahaan sehingga tujuan untuk meningkatkan penjualan diharapkan dapat tercapai.

Bauran promosi menurut Kismono (2011) adalah cara yang ditempuh oleh perusahaan dalam usaha memberikan informasi tentang produk atau jasa perusahaan, untuk mempengaruhi konsumen potensial melalukan pembelian, dan membuat konsumen tetap ingat atau setia kepada produk yang ditawarkan perusahaan. Setiap perusahaan akan berbeda-beda dalam merancang bauran promosinya bergantung pada tujuan perusahaan, strategi promosi, karakteristik produk, dan karakteristik pasar sasarnya.

Dalam buku karya Luturlean, dkk (2019) terdapat strategi promosi diantaranya:

a. Iklan

Iklan merupakan bauran promosi yang sangat dikenal di kalangan masyarakat pada umumnya. Iklan dikenal sebagai komunikasi non-personal yang dibiayai sponsor (individu maupun organisasi) melalui berbagai media. Media iklan yang dapat digunakan, meliputi surat kabar, majalah, televisi, radio, *direct mail* (katalog maupun brosur), dan *outdoor display* (*billboard*, poster). Iklan dapat di kelompokkan menjadi:

- 1) *Retail Advertising*, yaitu iklan yang dilakukan oleh pengecer untuk memengaruhi konsumen lain.
- 2) *Trade Advertising*, yaitu iklan yang dilakukan oleh produsen untuk memengaruhi perantara pemasar; pedagang besar, dan pengecer.

- 3) *Industrial Advertising*, yaitu iklan yang dilakukan produsen untuk memengaruhi produsen lain yang mungkin menggunakan produknya.
 - 4) *Institutional Advertising*, yaitu periklanan yang ditunjukkan bukan untuk menjual produk, tetapi untuk memperkenalkan institusi atau organisasi perusahaannya.
- b. Penjualan Personal (*Personal Selling*)
- Penjualan personal atau *personalselling* merupakan komunikasi tatap muka langsung untuk mempromosikan barang dan jasa menemukan prospek penjualan dan memberikan layanan pasca penjualan. Langkah-langkah penjualan personal, yaitu:
- 1) Mengidentifikasi pelanggan potensial (*prospect and qualify*);
 - 2) Persiapan melakukan pendekatan (*Pre-approach*);
 - 3) Pendekatan (*approach*);
 - 4) Melakukan komunikasi atau presentasi efektif (*make presentation*);
 - 5) Memberikan penjelasan lebih lanjut dan menjawab keberatan calon pembeli (*answer objections*);
 - 6) Mengajukan penawaran kepada calon pembeli (*close sale*);
 - 7) Melakukan tindak lanjut (*follow up*).
- c. *Public Relations*
- Publicrelations* atau hubungan masyarakat merupakan fungsi manajemen yang mengevaluasi sikap masyarakat, mengambil kebijakan-kebijakan yang sesuai dengan kepentingan publik mengambil tindakan-tindakan yang diperlukan agar publik dapat memahami dan menerima produk perusahaan.
- d. Publisitas
- Publisitas merupakan segala bentuk informasi tentang individu produk organisasi yang mengalir ke masyarakat melalui mass media tanpa membayar dan di luar kontrol sponsor.
- e. Promosi Penjualan
- Promosi penjualan merupakan sarana promosi yang efektif bergantung pada karakteristik produknya. Promosi penjualan adalah usaha untuk memengaruhi konsumen dan pihak lain melalui aktivitas-aktivitas jangka pendek misalnya

pameran dan pemberian contoh produk. Contoh promosi penjualan:

- 1) Untuk konsumen: Kupon diskon, labat, sampel gratis, hadiah, kupon untuk ditukar dengan hadiah, kontes, dan undian berhadiah.
 - 2) Untuk perantara pemasaran: grobak/outlet untuk berjualan (*point-of-purchase displays*), pinjaman, pameran dagang, kontes, dan premium (kompensasi tambahan)
- f. Promosi dari Mulut ke Mulut
- Promosi dari mulut ke mulut (*mouth-to-mouth*) terjadi jika konsumen membicarakan tentang suatu produk, baik sisi negative maupun sisi positifnya. Perbandingan sisi negatif dan positifnya berbeda-beda bergantung jenis usaha.

BAB 3. METODE PELAKSANAAN PRAKTEK KERJA NYATA

3.1 Lokasi dan Waktu Pelaksanaan Praktek Kerja Nyata

3.1.1 Lokasi Praktek Kerja Nyata

Dalam memilih lokasi pelaksanaan Praktek Kerja Nyata, program studi DIII Usaha Perjalanan Wisata memberikan kemudahan dengan membebaskan mahasiswa untuk memilih lokasi, jenis perusahaan, dan bagian yang akan dipilih, dengan syarat bidang tersebut sesuai dengan kurikulum pembelajaran. Lokasi pelaksanaan Praktek Kerja Nyata yang dilakukan penulis berlokasi di Dusun Karang Pakel, Desa Badean, Kecamatan Bangsalsari Kabupaten Jember.

3.1.2 Waktu Pelaksanaan

Waktu pelaksanaan praktek kerja nyata ini dilaksanakan oleh penulis selama 5 bulan. Jadwal pelaksanaan praktek kerja nyata sesuai Surat Tugas Nomor: 0076/UN25.1.2/SP/2021 yaitu terhitung mulai tanggal 18 Februari 2021 sampai dengan tanggal 18 Juni 2021 di Puncak Badean Jember. Adapun kegiatan praktek kerja nyata ini dilakukan sesuai jam kerja yang ditetapkan oleh pihak Puncak Badean Jember pada Tabel 3.1.

Tabel 3.1 Jadwal Kegiatan Praktek Kerja Nyata
di Puncak Badean Jember

Hari Kerja	Jam Kerja	Istirahat
Selasa, Rabu, dan Kamis	10.00-16.00 WIB	12.00-13.00 WIB
Jumat	13.00-16.00 WIB	-
Sabtu dan Minggu	Libur	Libur

3.2 Ruang Lingkup Praktek Kerja Nyata

3.2.1 Ruang Lingkup Kegiatan

Dalam pelaksanaan Praktek Kerja Nyata data diperoleh dan dibuat laporan tugas akhir oleh penulis dengan judul: “Pembuatan Video Profil Objek Wisata Puncak Badean Sebagai Metode Promosi” sehingga pada pelaksanaan praktek

kerja nyata penulis diposisikan pada bagian “Promosi di *social media* bersama dengan Pokdarwis Puncak Badean”.

3.3 Jenis dan Sumber Data

3.3.1 Jenis Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2015) Pengertian data kualitatif adalah data yang berbentuk kata, skema, dan gambar. Data yang digunakan dalam pelaksanaan Praktek Kerja Nyata penulis menggunakan jenis data kualitatif. Penulis memilih menggunakan metode kualitatif dikarenakan wawancara dengan pengelola Puncak Badean yaitu Pokdarwis dan pendamping desa Badean yang sangat membantu dalam penulisan tugas akhir ini.

3.3.2 Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam pelaksanaan laporan tugas akhir penulis ialah sebagai berikut:

a. Data Primer

Data primer adalah sumber data yang didapatkan langsung kepada pengumpul data, (Sugiyono, 2018:213). Dalam hal ini penulis mendapatkan data berdasarkan pengalaman dan informasi secara langsung dari pelaksanaan Praktek Kerja Nyata di Puncak Badean Jember. Sumber data primer ini berupa wawancara mengenai profil objek wisata Puncak Badean Jember.

b. Data Sekunder

Menurut Sugiyono (2018:213) data yang tidak diberikan secara langsung kepada pengumpul data disebut data sekunder, biasanya dalam bentuk file dokumen atau melalui orang lain. Data sekunder didukung pula dengan data berupa informasi dari internet, jurnal, artikel, skripsi, dan lain sebagainya yang berkaitan dengan pembuatan video profil objek wisata.

3.4 Metode Pengumpulan Data

Dalam penulisan tugas akhir ini diperoleh data sebagai bahan laporan Praktek Kerja Nyata yang dilakukan di Puncak Badean Jember. Metode yang

dilakukan antara lain:

a. Wawancara

Menurut Riyanto (2010:82) *interview* atau wawancara merupakan metode pengumpulan data yang menghendaki komunikasi langsung antara penyelidik dengan subyek atau responden. Wawancara ini dilakukan dengan pak Fawaid selaku pendamping Desa Badean kemudian menghasilkan informasi mengenai awal mula dibangunnya objek wisata Puncak Badean Jember.

b. Dokumentasi

Metode dokumentasi berarti cara mengumpulkan data dengan mencatat data-data yang sudah ada (Riyanto, 2012:103). Dokumen yang di gunakan penulis berupa foto objek wisata Puncak Badean, serta data-data mengenai Puncak Badean Jember seperti arsip video pada tahun 2018.

c. Studi pustaka

Metode studi pustaka adalah mempelajari beberapa buku referensi serta hasil penelitian sebelumnya yang sejenis yang berguna untuk mendapatkan landasan teori mengenai masalah yang akan ditelitian (Sugiyono, 2013:224).

BAB 4. PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Tempat Pelaksanaan Praktek Kerja Nyata

Kabupaten Jember merupakan sebuah Kabupaten yang terdapat di Provinsi Jawa Timur. Kabupaten Jember sendiri memiliki banyak objek dan daya tarik wisata diantaranya terdapat di Kecamatan Bangsalsari yaitu Desa Badean. Desa Badean memiliki daya tarik wisata yaitu Puncak Badean. Puncak badean Jember terletak di Dusun Karang Pakel, Desa Badean, Kecamatan Bangsalsari, Kabupaten Jember. Objek wisata ini diresmikan pada hari Rabu tanggal 14 Oktober 2020 yang diresmikan oleh Plt. Bupati Jember, Drs. K.H. A. Muqiet Arief. Pada awalnya tempat ini merupakan lahan Tanah Kas Desa (TKD) yang dimanfaatkan oleh masyarakat dan para Pokdarwis Puncak Badean untuk dijadikan objek wisata. Melihat potensi Puncak dengan pemandangan alam lereng Gunung Argopuro, masyarakat Puncak Badean sadar akan potensi Puncak Badean ini untuk dijadikan objek wisata alam yang indah. Pada tahun 2018 masyarakat dan para Pokdarwis bergotong royong untuk membangun wisata Puncak Badean sehingga menjadi wisata alam dengan atraksi wisata air sungai, air terjun, dan taman. Saat ini objek wisata Puncak Badean sudah banyak dikembangkan, diantaranya terdapat *water tourism/tubing*, paket pertemuan/*meeting outdoor*, wisata kuliner khas desa, wisata edukasi kelinci, wisata edukasi olahan pakan sapi, paket *outbound*, agrowisata durian dan kopi, dan *camping ground*.

4.2 Pelaksanaan Kegiatan Praktek Kerja Nyata

Pelaksanaan praktek kerja nyata ini dilaksanakan dengan lima hari kerja dan dua hari libur. Adapun *weekly activity* selama melakukan kegiatan Praktek Kerja Nyata, dapat dilihat dibawah ini:

Tabel 4.1 Aktivitas Praktek Kerja Nyata

Tanggal/ Bulan	Kegiatan Praktek Kerja Nyata	Penanggung Jawab
a.	b.	c.
18-23	- Mengurus surat balasan dari	Sekretaris Desa

Januari 2021	desa Badean dan surat tugas dari UNEJ	Badean (Agus Susanto)
	- Bertemu dengan koordinator wisata Puncak Badean	
25-30 Januari 2021	- Membuat projek video dengan mas Heru selaku anggota Pokdarwis Puncak Badean	Pendamping Desa Badean (Fawaid)
	- Membuat teks video profil dengan bu Kurnia dan pak Fawaid selaku pendamping Puncak Badean	
	- Pengumpulan arsip video tahun 2018	
1-12 Februari 2021	- Mengedit video profil	Pendamping Desa Badean (Fawaid)
	- Melakukan perekaman suara dengan membaca teks video profil yang sudah di buat	
	- Mengunggah video profil ke Youtube Puncak Badean	
	- Diskusi dengan Pokdarwis Puncak Badean terkait pelatihan peningkatan SDM yang akan dilakukan	
	- Membuat media sosial Puncak Badean seperti instagram, dan facebook,	
15-28 Februari 2021	- Diskusi dengan pendamping Puncak Badean terkait kegiatan yang akan dilakukan	Pendamping Desa Badean (Fawaid)
	- Melakukan pelatihan tentang	

	<ul style="list-style-type: none"> - objek wisata kepada Pokdarwis Puncak Badean - Pengambilan foto objek wisata untuk profil - Mengunggah foto pelatihan di Instagram Puncak Badean 	
01-06 Maret 2021	<ul style="list-style-type: none"> - Mengecek lokasi Puncak Badean - Pengambilan foto objek wisata untuk dokumentasi - Memberikan pelatihan tentang <i>hospitality</i> kepada Pokdarwis Puncak Badean - Mengunggah foto potensi wisata di Instagram Puncak Badean 	Pendamping desa Badean (Fawaid)
07-13 Maret 2021	<ul style="list-style-type: none"> - Pengambilan video bersama mas Heru - Mencari refrensi video untuk konten Youtube - Melakukan pelatihan tentang paket wisata kepada Pokdarwis Puncak Badean - Mengunggah foto potensi wisata di Instagram Puncak Badean 	Pendamping desa Badean (Fawaid)
14-20 Maret 2021	<ul style="list-style-type: none"> - Pengambilan video transisi bersama mas Heru selaku anggota Pokdarwis Puncak Badean 	Pendamping desa Badean (Fawaid)

	<ul style="list-style-type: none"> - Mencari <i>backsound music</i> untuk video transisi - Mengedit video transisi 	
21-27 Maret 2021	<ul style="list-style-type: none"> - Berdiskusi dengan mas Heru terkait konten video - Melakukan observasi ke tempat peternakan kelinci dan olahan pakan sapi untuk wisata edukasi di Puncak Badean 	Anggota Pokdarwis (Heru)
04-10 April 2021	<ul style="list-style-type: none"> - Diskusi terkait konten video untuk Instagram Puncak Badean - Mengunggah pemandangan objek wisata Puncak Badean pada sore hari di Instagram dan Facebook Puncak Badean 	Pendamping desa
11-17 April 2021	<ul style="list-style-type: none"> - Pengambilan video bersama mas Heru untuk konten instagram tentang harapan Puncak Badean di bulan April - Mengunggah video di akun Instagram Puncak Badean 	Anggota Pokdarwis (Heru)
18-24 April 2021	<ul style="list-style-type: none"> - Pengambilan video atraksi wisata untuk konten video Instagram dan Youtube - Pertemuan dan diskusi - Mengedit video 	Anggota Pokdarwis (Heru)
25-30 April 2021	<ul style="list-style-type: none"> - Mengedit video tentang harapan di bulan Mei untuk Puncak Badean 	Anggota Pokdarwis (Heru)

02-08 Mei 2021	<ul style="list-style-type: none"> - Mengunggah video di Instagram Puncak Badean - Diskusi terkait konten video baru 	Anggota Pokdarwis (Heru)
09-15 Mei 2021	<ul style="list-style-type: none"> - Diskusi terkait video transisi - Pengambilan video transisi - Mengedit video transisi - Mengunggah video transisi ke Youtube Puncak Badean 	Anggota Pokdarwis (Heru)
16-22 Mei 2021	<ul style="list-style-type: none"> - Diskusi terkait video lomba wisata kreatif - Pengambilan gambar objek wisata Puncak Badean untuk <i>social media</i> instagram dan Facebook 	Anggota Pokdarwis (Heru)
23-29 Mei 2021	<ul style="list-style-type: none"> - Pengambilan gambar objek wisata Puncak Badean untuk <i>social media</i> Instagram dan Facebook 	Anggota Pokdarwis (Heru)
06-12 Juni 2021	<ul style="list-style-type: none"> - Pembuatan konsep video lomba wisata kreatif tingkat Provinsi - Mempersiapkan untuk sewa alat seperti kamera, lensa kamera dan laptop untuk pembuatan video lomba wisata kreatif Puncak Badean oleh anggota Pokdarwis 	Anggota Pokdarwis (Heru)
13-18 Juni 2021	<ul style="list-style-type: none"> - Pembuatan video lomba wisata kreatif tingkat Provinsi 	Anggota Pokdarwis (Heru)

-
- Pengambilan gambar objek wisata Puncak Badean untuk video wisata kreatif
 - Perekaman suara untuk video lomba wisata kreatif
-

4.3 Proses Pembuatan Video Profil

4.3.1 Membuat Teks Video Profil

Untuk bahan narasi dalam pembuatan video profil memerlukan data tentang proses terbentuknya dan diresmikannya Puncak Badean Jember. Data tersebut meliputi, data potensi objek wisata Puncak Badean. Dalam proses pembuatan teks video tersebut didampingi oleh pendamping desa Badean yaitu pak Fawaid dan bu Kurnia (gambar 4.1). Adapun hasil dari pembuatan teks video sebagai berikut:

“Selamat datang di destinasi wisata Puncak Badean. Puncak Badean berada di Dusun Karang Pakel, Desa Badean, Kecamatan Bangsalsari, Kabupaten Jember. Pemandangan Gunung Argopuro begitu menyejukkan mata, udara yang sejuk, serta air sungai dengan deretan bebatuan menjadi daya tarik wisata. Jalan yang dilalui untuk sampai di Puncak Badean relative aman dan nyaman. Pembangunan destinasi wisata didukung berbagai pihak terutama dana desa yang masuk selama kurun waktu 3 tahun sejak tahun 2018 lalu.

Tiga tahun yang lalu dengan bergotong royong masyarakat desa dan pemerintah desa mulai membangun destinasi wisata Puncak Badean berbasis wahana air. Mulai dari kolam renang, *camping ground*, pertamanan dan fasilitas bermain di sungai. Awal tahun 2020 Puncak Badean mulai ramai dikunjungi wisatawan untuk menikmati suasana alam dari fasilitas yang disediakan. Sejak dibuka kembali pada hari Rabu 14 Oktober 2020 jumlah kunjungan wistawan yang berasal dari Kabupaten Jember dan Kabupaten sekitar semakin meningkat. Masyarakat sekitar mendapatkan manfaat dengan berjualan di sekitar wisata. Sekitar 10 pedagang yang berjualan di luar *management* Badan Usaha Milik Desa, terdapat 5 *stand* tempat berjualan camilan dan makanan yang ada didalam *management* Badan Usaha Milik Desa. Petugas parkir pun berasal dari pemuda

desa setempat. Hal ini selaras dengan target *Sustainable Development Goals*.

Komentar positif tentang pembangunan dan pembukaan destinasi wisata Puncak Badean disampaikan oleh pemerintah desa dan Muspika Bangsalsari. Panorama alam nan hijau, kejernihan air pegunungan, kolam renang alami dengan membendung air sungai puluhan gazebo, taman bunga, hamparan sawah berlatarbelakang lereng gunung argopuro dan *spot selfie* menjadi keistimewaan destinasi wisata Puncak badean. Keistimewaaan ini akan terus dikembangkan. Lahan Tanah Kas Desa (TKD) yang masih luas panorama alam yang indah akan terus dimanfaatkan untuk memberikan fasilitas wisata baru, namun tetap menjaga kelestariannya dan memperhatikan kerawanan bencana.”



4.1 Proses Pembuatan Teks Video

4.3.2. Pengumpulan *file* video

Dalam proses pembuatan video profil terdapat metode pengumpulan *file* video. Metode yang dilakukan adalah mengumpulkan *file* arsip video sejak tahun 2018 dari anggota Pokdarwis Puncak Badean tentang awal mula dibangunnya wisata Puncak Badean. Terdapat urutan *file* video yaitu,

- a. Pemandangan gunung Argopuro
- b. Wisata air sungai dengan deretan bebatuan menjadi daya tarik wisata
- c. Akses jalan
- d. Gotong royong masyarakat desa

- e. Kolam renang
- f. *Camping ground*
- g. Taman
- h. Video peresmian wisata Puncak Badean
- i. Video komentar oleh Bapak Drs. Murtadlo. M.Si. sebagai camat Bangsalsari tentang wisata Puncak Badean
- j. Pemandangan sawah di lereng gunung Argopuro

Urutan video tersebut akan digunakan dalam pembuatan video profil Puncak Badean yang akan digabung menjadi satu kesatuan yang utuh. Kemudian akan diunggah ke kanal Youtube Puncak Badean.

4.3.3 Perekaman Suara

Setelah tahap pengumpulan *file* video dilakukan proses perekaman suara. Pada tahap ini diperlukan seorang narator untuk membaca teks video profil. Proses perekaman dilakukan menggunakan *handphone* Android Vivo X50 Pro, kemudian disimpan menjadi mp3 untuk digabung dengan video yang sudah dibuat.

4.3.4 Penggabungan suara dan video (*mixing*)

Setelah tahap perekaman suara, dilakukan proses penggabungan suara dan video. Pada tahap ini *file* suara akan disesuaikan dengan arsip video dari tahun 2018 tentang cerita awal mula dibangunnya Puncak Badean serta objek wisata Puncak Badean, pemandangan objek wisata Puncak Badean, wisata air dan taman sehingga antara suara dan video akan berkesinambungan saat diputar di *media player*.

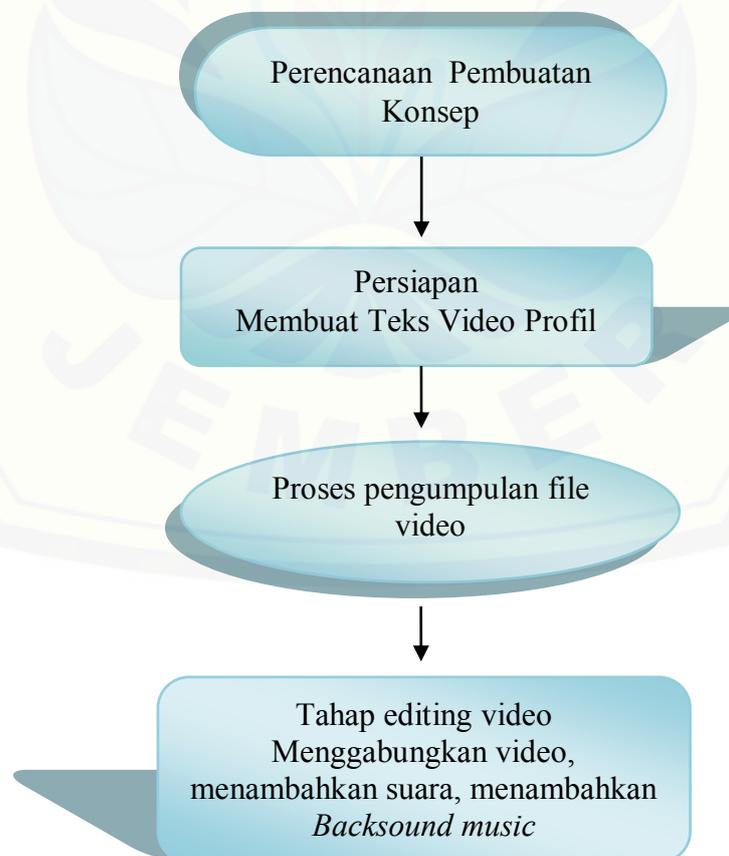
4.3.5 Editing

Editing merupakan proses menggerakkan dan menata video *shot*/hasil rekaman gambar menjadi suatu rekaman gambar baru yang enak untuk dilihat. Secara umum pekerjaan editing adalah berkaitan dengan proses pasca produksi seperti *Tingling*, *Colour Correction*, *Sound*, *Mixing* dan juga *Cutting* (Roy

Thompson and Christopher J.Bowen, 2009:1).

Menurut IKAPI (2008: 13) editing adalah proses perangkaian dari beberapa clip dari hasil *shot* menjadi kesatuan video. Proses alur dalam editing:

- a. *Digitizing/Capturing*: memindahkan file video kedalam data digital pada hardisk atau CD. Dalam proses ini editor hanya perlu data video mp4 untuk HP Android.
- b. *Offline Editing*: memotong atau menghilangkan clip pada adegan video yang kurang menarik dan menyusun ulang setiap adegan pada video sampai memiliki kesinambungan dan menarik.
- c. *Online Editing*: memasukkan judul video (*the hidden paradise* di lereng pegunungan Argopuro), *backsound music* instrumental, dan *special effect*.
- d. *Rendering*: yaitu proses yang terakhir saat editing *offline* atau *online* selesai dilakukan. Video ini akan dirender menjadi satu kesatuan yang utuh, maka dilakukan proses finalisasi video, agar dapat dibaca sempurna pada semua *media player*.





Gambar 4.2 Proses Pembuatan Video Profil Puncak Badean

4.4 Metode Promosi

Metode promosi yang digunakan oleh Puncak Badean dilakukan dalam proses promosi di *social media* antara lain:

4.4.1 *Social media*

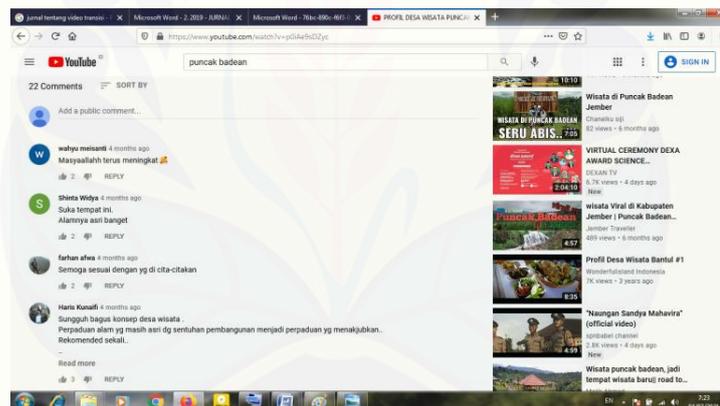
a. YouTube

Puncak Badean memiliki kanal Youtube yang digunakan untuk mengunggah beberapa video. Salah satunya adalah video profil dengan link <https://www.youtube.com/watch?v=p0iAe9sDZyc> sehingga menarik minat wisatawan tentang wisata Puncak Badean Jember ini. Pada akun Youtube Puncak Badean yang bernama Puncak Badean terdapat sekitar 255 *subscriber* dengan jumlah view 1.754 (gambar 4.1). Selain video profil, dalam Youtube Puncak Badean juga mengunggah video transisi dan video lomba wisata kreatif tingkat Provinsi yang diikuti oleh beberapa desa wisata di Provinsi Jawa Timur.



Gambar 4.3 Video Profil Puncak Badean

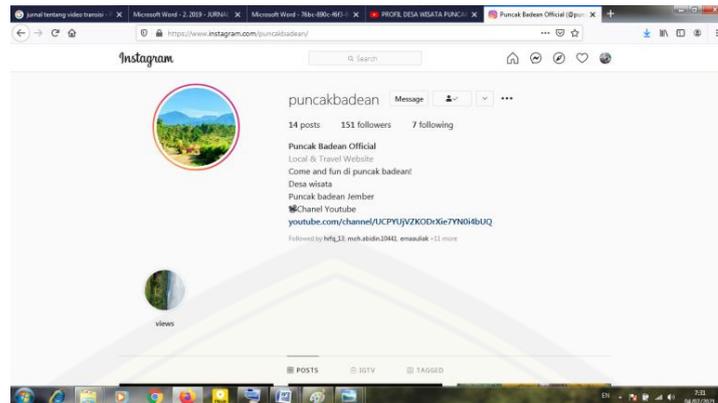
Selain itu, dari hasil unggahan video profil pada kanal Youtube Puncak Badean terdapat komentar positif dari beberapa penonton dan penonton yang bertanya tentang letak lokasi puncak Badean Jember ini (gambar 4.2).



Gambar 4.4 Contoh Komentar di Youtube Puncak Badean

b. Instagram

Selain kanal Youtube, Puncak Badean memiliki Instagram dengan nama “@puncakbadean” yang digunakan untuk mempromosikan wisata puncak Badean dengan unggahan foto tentang atraksi wisata yaitu pemandangan alam, pertamanan, wisata air sungai dan wisata air terjun. Pada Instagram Puncak Badean terdapat sekitar 151 *followers* selama 5 bulan terakhir (gambar 4.3).



Gambar 4.5 Akun Instagram Puncak Badean

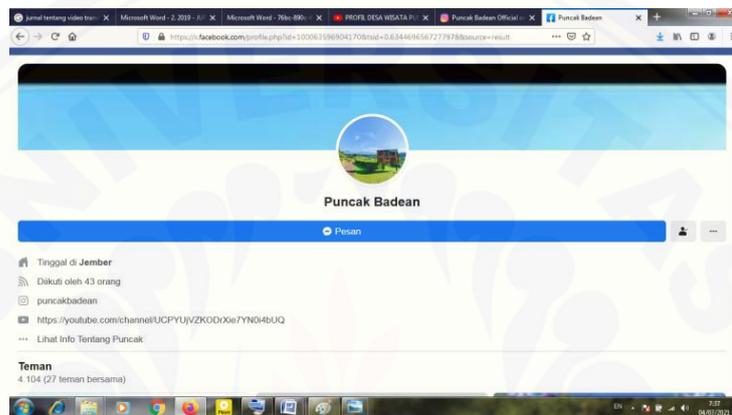
Unggahan foto dan video di Instagram Puncak Badean Jember, menarik para *followers* untuk berkomentar. Terbukti dari komentar salah satu *follower* tentang letak lokasi puncak Badean Jember ini (gambar 4.4).



Gambar 4.6 Komentar *Followers* Instagram Puncak Badean

c. Facebook

Selain Instagram, Puncak Badean memiliki akun Facebook dengan nama “Puncak Badean”. Akun Facebook Puncak Badean Jember saat ini sudah mempunyai jumlah pertemanan yaitu 4104 orang teman. Pada akun Facebook Puncak Badean digunakan untuk membagikan informasi terbaru tentang objek dan daya tarik wisata di Puncak Badean Jember serta membagikan postingan terbaru di kanal Youtube Puncak Badean (gambar 4.5).



Gambar 4.7 Akun Facebook Puncak Badean

4.5 Kendala dalam pembuatan video profil

4.5.1 Internal

Dalam proses pembuatan video profil dari proses pembuatan konsep, pembuatan teks video, perekaman suara, penggabungan suara dan video, serta *editing*, memiliki hambatan tersendiri yang dialami oleh penulis diantaranya:

- Kurangnya pemahaman tentang konsep pembuatan video profil.
- Kurangnya pemahaman tentang *editing* video.
- Kurang berpengalaman dalam narasi (*story telling*)

4.5.2 Eksternal

Dalam proses pembuatan video profil memiliki hambatan dari pihak Puncak Badean terutama anggota aktif Pokdarwis Puncak Badean dalam proses pembuatannya. Adapun hambatan yang dialami sebagai berikut:

- Kurangnya waktu untuk berdiskusi tentang konsep video dikarenakan kegiatan

pencapaian masyarakat Desa Badean adalah berkebun.

- b. Kurangnya arsip video sejak proses dibangunnya puncak Badean sehingga harus mengubah teks atau menggantinya dengan video yang lain.
- c. Kurangnya kerjasama antara tiap anggota Pokdarwis dalam mempromosikan akun *social media* Puncak Badean.

4.5.3 Teknis

Dalam proses pembuatan video profil terdapat kendala teknis yang dialami antara lain:

- a. Tidak tersedianya laptop untuk proses editing video sehingga proses editing hanya dilakukan dengan menggunakan HP Android dan menginstal aplikasi edit video *KineMaster*.
- b. Kesulitan dalam memotong video dikarenakan hanya menggunakan HP Android dalam proses *editing*.
- c. Proses *editing* yang cenderung lama dikarenakan kurang lihai dalam mengedit video untuk memangkas video, menambahkan *effect* video, menyesuaikan rekaman suara dan video yang dibuat.

BAB 5. PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dari hasil Praktek Kerja Nyata II tentang pembuatan video profil Puncak Badean dapat disimpulkan bahwa:

- a. Video profil Puncak Badean melalui proses pembuatan seperti pembuatan teks, pengumpulan file video, perekaman suara, penggabungan suara dan video (*mixing*), dan *editing*.
- b. Terdapat kendala dalam pembuatan video profil diantaranya kendala internal, eksternal, dan teknis pembuatan. Sehingga menghambat proses pembuatan video profil ditahap perekaman suara dan *editing*.
- c. Puncak Badean mempunyai akun Facebook dengan nama “Puncak Badean, Instagram dengan nama “@puncakbadean”, dan YouTube dengan nama “Puncak Badean” untuk membagikan informasi terbaru terkait objek wisata Puncak Badean.

5.2 Saran

Adapun saran yang bisa disampaikan kepada pihak Puncak Badean terutama Pokdarwis Puncak Badean yaitu:

- a. Perlu penguatan keahlian dan keterampilan dalam pembuatan konten video.
- b. Diperlukan narator untuk membaca teks video
- c. Perlu peningkatan tentang *hospitality*.
- d. Diperlukan sarana dan prasarana seperti laptop dan kamera untuk menunjang kinerja para anggota Pokdarwis Puncak Badean.
- e. Diperlukan kerjasama dengan para Pokdarwis Puncak Badean untuk pembuatan konten video di *social media*.
- f. Perlu sarana dan prasarana yang mendukung atau ideal seperti penginapan untuk wisatawan.
- g. Diperlukan adanya data kunjungan pengunjung.

DAFTAR PUSTAKA**Buku**

- Arsyad, A. 2011. *Media Pembelajaran*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Babin. 2011. *Menjelajahi Riset Pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat.
- Charles W. Lamb, Joseph F. Hair, Carl McDaniel. 2001. *Pemasaran*. Edisi pertama. Jakarta: Salemba Empat.
- Cooper, Cris et al., 1993. *Tourism: Principles and Practice*. London: Longman Group Limited.
- Habullah, A. 2010. *Buku Pegangan Desa Wisata, Materi Bimbingan Teknik Untuk Desa Wisata*. Yogyakarta: Tourista Anindya Guna.
- Hadiwijoyo, Suryo S. 2012. *Perencanaan Pariwisata Perdesaan Berbasis Masyarakat*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Kismono, G. 2001. *Bisnis Pengantar*. Yogyakarta: BPFE.
- Kotler, Phillip dan Keller, K . 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1, Edisi Kedua Belas. Jakarta: Indeks.
- Kuswandi, B. 2010. *Biosensor dan Sensor*, Universitas Jember Press, Jember.
- Luturlean, B.S., Sukmadi., E.R. Kalsum., L. Maulina., D Arifin. 2019. *Strategi Bisnis Pariwisata*. Bandung: Humaniora.
- Mc Intosh, Robert W. et. al. 1955. *Tourism Principles, Practices, Philosophies*. New York : John Wiley & Sons, Inc.
- Moekijat. 2000. *Manajemen Pemasaran*. Bandung : Mandar Maju.
- Muljadi, A. J. dan H. A. Warman. 2016. *Kepariwisata dan Perjalanan*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Riyanto, Y. 2010. *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Surabaya: Penerbit SIC.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kuantitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Swasta, B, Dharmesta dan Irawan, (2008). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty

UNWTO. 2011. *Hand book on Tourism Product Development*. Madrid: World Tourism Organization (UNWTO) and European Tourism Commission (ETC)

Yoeti, Oka. A. 2016. *Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata*. Jakarta Timur: PT Balai Pustaka.

Jurnal

Apriliani, Z., Uswatun H., dan Andi, S. A. 2019. Pembuatan Video Profil Dengan Efek Vintage kampung Wisata Adat Sengkoah Sebagai Media Informasi. *Jurnal Teknologi Informasi dan Multimedia(JTIM)*. Volume 1, Nomor 1.

Haryoko, S. 2012. Efektivitas Pemnafaatan Media Audio Visual Sebagai Alternatif Optimalisasi Model Pembelajaran. *Jurnal Edukasi Elektro*. Volume 5, Nomor 1.

Nidia Anggraini dan Triadi Sya'dianm. 2020. Penerapan Teknik Editing Smash Cut pada penciptaan Film Jabang. *Jurnal FSD*, Volume 1, Nomor 1.

Permana, A. A. J., Ni Ketut K., dan I Putu B. 2017. Video Profil Sebagai Sarana Promosi Efektif Dalam Menunjang Eksistensi Program Studi Manajemen Informatika. *Jurnal*. Volume 6, Nomor 2.

Riswanto, A., dan R. Andrian. 2018. Maksimalisasi potensi Geowisata dalam meningkatkan kunjungan wisatawan. *Jurnal Pariwisata*, Volume 5, Nomor 2.

Skripsi

Ani, Yuliani. 2013. Implementasi Kegiatan Ekstrakurikuler Keseneian Tari Topeng dalam Meningkatkan Rasa Cinta Tanah Air Siswa Sekolah Dasar (Studi Deskriptif pada Ekstrakurikuler Kesenian Tari Topeng Cirebon di SD Negeri Arjawinangun Kabupaten Cirebon). *Skripsi S-1*. Bandung: Universitas Pendidikan Indonesia.

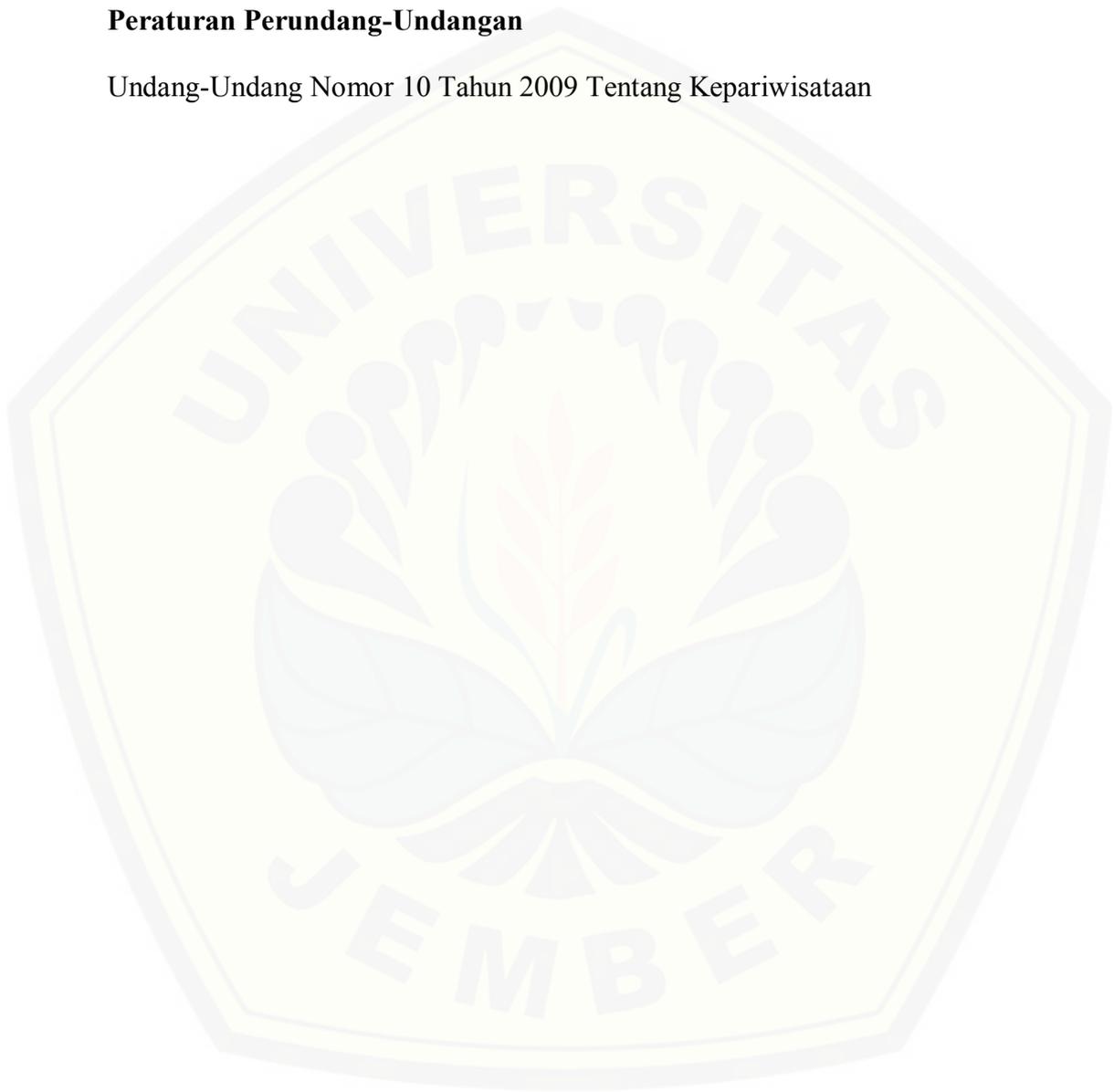
Gitapati, D. (2012). Analisis Kunjungan Wisatawan Objek Wisata Alam. *Skripsi*. Semarang: Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.

Kismono, G. 2011. *Bisnis Pengantar*. Yogyakarta: Fakultas Ekonomi dan Bisnis UGM.

Sopyan. 2015. Analisis pengaruh daya tarik wisata dan kualitas pelayanan terhadap minat berkunjung ulang pengunjung dengan kepuasan pengunjung sebagai variabel intervening. Universitas Diponegoro.

Peraturan Perundang-Undangan

Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata



Gambar 1. Permohonan Magang



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
 Jl. Kalimantan 37 Kampus Tegalboto Telp. (0331) 335586, 331342 Fax. (0331) 335586
 Jember 68121

Nomor : 4136/UN25.1.2/SP/2020 22 Desember 2020
 Lampiran : satu eksemplar
 Hal : Permohonan tempat magang

Yth. Pimpinan
 Desa Wisata Badean, Krajan II, Badean, Kec. Bangsalsari,
 Kabupaten Jember, Jawa Timur 68154

Dengan hormat,
 Dalam rangka mengembangkan wawasan praktis mahasiswa Program Diploma Tiga Usaha Perjalanan Wisata Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember, maka setiap mahasiswa yang telah menyelesaikan minimal 108 SKS diwajibkan mengikuti kegiatan magang (Praktik Kerja Nyata) untuk penyelesaian laporan tugas akhir.
 Sehubungan dengan hal tersebut diatas, maka kami mengharap kesediaan saudara memberikan kesempatan kegiatan magang mahasiswa kami pada instansi yang saudara pimpin.
 Adapun nama mahasiswa yang akan mengikuti kegiatan magang yaitu :

No	NAMA	NIM	Program Studi
1.	Leily Laurentia	180903102003	DIII Usaha Perjalanan Wisata
2.	Hainur Rofiqi	180903102023	DIII Usaha Perjalanan Wisata
3.	Fahrizal Khusnul Khuluk	180903102024	DIII Usaha Perjalanan Wisata
4.	Wahyu Meisanti	180903102031	DIII Usaha Perjalanan Wisata

Bersama ini kami lampirkan 1(satu) eksemplar proposal Praktik Kerja Nyata (PKN).
 Atas perhatian dan perkenannya disampaikan terima kasih.



an Dekan
 Wakil Dekan I,

 Dr. Parlan, M.Si
 NIP. 196411121992011001

Gambar 2. Surat Tugas Magang



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
 Jl. Kalimantan 37 Kampus Tegalboto Telp. (0331) 335586, 331342 Fax. (0331) 335586 Jember 68121

SURAT TUGAS

Nomor : 0076/UN25.1.2/SP/2021

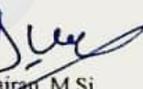
Berdasarkan surat dari Desa Badean Kecamatan Bangsalsari Jember nomor : 400/23/35.09.09.2011/2020 tanggal 23 Desember 2020 hal : konfirmasi PKN II, maka dengan ini Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember menugaskan kepada mahasiswa yang namanya tercantum di bawah ini :

No.	N a m a	NIM	Program Studi
1.	Lely Laurentia	180903102003	DIII Usaha Perjalanan Wisata
2.	Hainur Rofiqi	180903102023	DIII Usaha Perjalanan Wisata
3.	Fahrizal Khusnul Khuluk	180903102024	DIII Usaha Perjalanan Wisata
4.	Wahyu Meisanti	180903102031	DIII Usaha Perjalanan Wisata

untuk melaksanakan kegiatan Praktek Kerja/Magang di Desa Badean Kecamatan Bangsalsari Jember terhitung mulai tanggal 18 Januari s.d. 18 Juni 2021.

Demikian surat tugas ini untuk dilaksanakan dengan sebaik-baiknya.

Jember, 11 Januari 2021
 a.n. Dekan
 Wakil Dekan I,



 Dr. Pajrati, M.Si
 NIP. 196411121992011001

Tembusan

1. Kepala Desa Badean Bangsalsari Jember
2. Koordinator DIII Usaha Perjalanan Wisata FISIP UNEJ
3. Mahasiswa yang bersangkutan

Gambar 3. Nilai Magang



**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN
RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**
Jl. Kalimantan Komplek TuguBohlo Telp. 0331-335588, 331343 Fax. 0331-335188 Jember 68121
Laman : www.fisip.unej.ac.id

**NILAI HASIL PRAKTEK KERJA NYATA (PKN) MAHASISWA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS JEMBER**

NO.	INDIKATOR PENILAIAN	NILAI	
		ANGKA	HURUF
1	Perencanaan		
	a. Desain	95	A
	b. Tahapan Pembuatan	90	A
2	Proses Pembuatan		
	a. Persiapan	95	A
	b. Teknik Pembuatan	90	A
	c. K3 (Keselamatan, Keamanan dan Kebersihan)	90	A
	d. Lama Pembuatan	90	A
3	Hasil Produk		
	a. Keberfungsian	95	A
	b. Kesesuaian Bentuk Yang Diinginkan	95	A
	c. Manfaat Yang Diperoleh	95	A
NILAI RATA - RATA			

Identitas Mahasiswa yang dinilai :

Nama : WAHYU MEWANTI
 NIM : 180903102031
 Jurusan : Ilmu Administrasi
 Program Studi : Diploma III Usaha Perjalanan Wisata

Yang menilai :

Nama : An Agus Susanto
 Jabatan : Sekretaris Desa
 Instansi : Pemerintah Desa Badaan
 Tanda Tangan : 



PFDOMAN PENILAIAN :

NO.	HURUF	ANGKA	KRITERIA
1	A	> 80	ISTIMIAWA
2	AB	75 < AB < 80	SANGAT BAIK
3	B	70 < B < 75	BAIK
4	BC	65 < BC < 70	CUKUP BAIK
5	C	60 < C < 65	CUKUP
6	CD	55 < CD < 60	KURANG
7	D	50 < D < 55	
8	DE	45 < DE < 50	SANGAT KURANG
9	E	< 45	

Gambar 4. Surat Tugas Dosen Pembimbing



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
Jalan Kalimantan 37 Kampus Tegal Boto Kotak Pos 159 Jember 68121
Telepon (0331) 335586, 331342 Faksimili (0331) 335586
Laman : fisip@unej.ac.id

SURAT TUGAS

Nomor: 1825/UN25.1.2/SP/2021

Berdasarkan Rekomendasi Komisi Bimbingan Tugas Akhir Program Studi D III Usaha Perjalanan Wisata Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember, maka menugaskan nama tersebut dibawah ini:

No	Nama	Pangkat/ Golongan	Jabatan	Keterangan
1.	Panca Oktawirani, S.Si., M.Si., Ph.D NIP 198610052014042002	Penata Muda Tk. I / IIIb	Asisten Ahli	DPU

Untuk membimbing karya tulis akhir mahasiswa :

Nama : Wahyu Meisanti
NIM : 180903102031
Program Studi : D III Usaha Perjalanan Wisata
Judul : Proses Dan Mekanisme Pemasaran Digital Di Desa Wisata Badean Jember

Demikian untuk mendapat perhatian dan dilaksanakan dengan sebaik-baiknya.

Ditetapkan di Jember
Pada Tanggal : 10 Mei 2021
Dekan
Wakil Dekan I,



Dr. Fairan, M.Si
NIP 196411121992011001

- Tembusan:
1. Dekan FISIP Universitas Jember (sebagai laporan)
 2. Kasubbag Akademik, Kemahasiswaan & Alumni
 3. Pengawas Keuangan & Kepegawaian
 4. Mahasiswa yang bersangkutan
 5. Peringgal

Gambar 5. Pemberian Vandel Kepada Kepala Desa Badean



Gambar 6. Pemberian hadiah kepada pendamping desa badean





Gambar 8. Pemberian Hadiah Kepada Ketua Pokdarwis (pak Rozaq)



Gambar 9. Papan Informasi Objek Wisata Puncak Badean



Gambar 10. Rapat Mingguan Bersama Anggota Pokdarwis (Heru)



Gambar 11. Rapat Mingguan Bersama Pendamping Puncak Badean (pak Fawaid)



Gambar 12. Rapat Tentang Pelatihan Mingguan Yang Akan Diadakan Untuk Para Pokdarwis Puncak Badean



Gambar 13. Pelatihan Tentang Objek Wisata Kepada Pokdarwis Puncak Badean



Gambar 14. Rapat Pembuatan Konsep Video Lomba Wisata Kreatif Puncak Badean

