

Buku Referensi



**Motion Graphic
untuk Peningkatan PAD
Sektor Pariwisata
Studi pada Kota Pagaralam**

**Riana Mayasari
Indri Ariyanti
Fithri Selva Jumeilah
Indriani Indah Astufi**

**Editor :
Jovan Febriantoko, S.E., Ak., M.Acc., CA., CRMPA.**

BUKU REFERENSI
MOTION GRAPHIC UNTUK PENINGKATAN PAD
SEKTOR PARIWISATA
STUDI PADA KOTA PAGARALAM

Riana Mayasari
Indri Ariyanti
Fithri Selva Jumeilah
Indriani Indah Astuti

Editor :
Jovan Febriantoko, S.E., Ak., M.Acc., CA., CRMPA.



**Dilarang memperbanyak, mencetak, menerbitkan
sebagian maupun seluruh buku ini tanpa izin tertulis dari penerbit**

**Ketentuan Pidana
Kutipan Pasal 72 Undang-undang Republik Indonesia
Nomor 19 Tahun 2002 Tentang Hak Cipta**

1. Barang siapa dengan sengaja dan tanpa hak melakukan sebagaimana dimaksud dalam pasal 2 ayat (1) atau pasal 49 ayat (1) dan ayat (2) dipidana dengan pidana penjara masing-masing paling singkat 1 (satu) bulan dan/atau denda paling sedikit Rp. 1.000.000,00 (satu juta rupiah), atau pidana penjara paling lama 7 (tujuh) tahun dan/atau denda paling banyak Rp. 5.000.000,00 (lima juta rupiah).
2. Barang siapa dengan sengaja menyiarkan, memamerkan, mengedarkan, atau menjual kepada umum suatu ciptaan atau barang hasil pelanggaran Hak Cipta atau hak terkait sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan/atau denda paling banyak Rp. 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah)

**BUKU REFERENSI
MOTION GRAPHIC UNTUK PENINGKATAN PAD SEKTOR
PARIWISATA STUDI PADA KOTA PAGARALAM**

Penulis : Riana Mayasari
Indri Ariyanti
Fithri Selva Jumeilah
Indriani Indah Astuti
Editor : Jovan Febriantoko, S.E., Ak., M.Acc., CA., CRMPA.
Layout : Nyimas Amrina Rosyada
Desain Cover : Ismoko

Diterbitkan Oleh:
UIN Raden Fatah Press
Anggota IKAPI (No. Anggota 004/SMS/2003)

Dicetak oleh:
CV. Amanah
Jl. Mayor Mahidin No. 142
Telp: 366 625
Palembang – Indonesia 30126
E-mail : noerfikri@gmail.com

Cetakan I : November 2022
15,5 x 23 cm
vi, 149 hlm

Hak Cipta dilindungi undang-undang pada penulis
All right reserved

ISBN :

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah Ta'ala karena karunianya penulis dapat menyelesaikan Buku Referensi ini yang berjudul “Motion Graphic untuk Peningkatan PAD Sektor Pariwisata Studi pada Kota Pagaralam” yang diajukan sebagai bukti telah menjalankan sebuah penelitian pada sektor Pariwisata.

Pemilihan tema ini didasari dengan seiring berkembangnya ilmu pengetahuan dan teknologi di era modern, melalui motion graphic dapat dilakukan pengembangan di sektor pariwisata yang dapat meningkatkan PAD.

Buku Referensi ini dapat diselesaikan tepat pada waktunya tidak terlepas dari bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Untuk itu penulis ucapkan terima kasih atas kontribusi bantuan dalam berbagai bentuk.

Penulis menyadari bahwa masih terdapat kekurangan dalam buku ini, baik dari segi EBI, kosakata, tata bahasa, etika maupun isi. Maka dari itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran seluas-luasnya dari pembaca yang kemudian akan penulis jadikan sebagai evaluasi.

Demikian semoga buku referensi ini bisa diterima pembaca sebagai ide atau gagasan yang menambah kekayaan intelektual dalam bidang pariwisata.

Palembang, 5 November 2022

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul	i
Kata Pengantar	iii
Daftar Isi	iv
BAB I. Menimbang Esensi Video Mmotion Graphic pada Pariwisata Kota Pagaralam	1
1.1 Pengantar: Esensi Video Motiongraphic	1
1.2 Pentingnya Promosi Wisata	2
1.3 Peran Motiongraphic Pariwisata	4
1.4 Esensi Kegiatan Pariwisata	5
1.5 Kkomponen Motion Graphic	6
1.6 Sasaran Utama dengan Motion Graphic	8
1.7 Potensi dan Daya Tarik Pariwisata	9
1.8 Potensi dan Ruang Lingkup Hasil Pendapatan Sektor Pariwisata.....	12
1.9 Esensi dan Tujuan Pengembangan Wisata	13
1.10 Keterbaruan Informasi dari Sudut Pandang Wisata...	14
1.11 Manfaat Promosi Pariwisata	16
BAB II. Apa dan Mengapa Motion Graphic Itu Dianggap Penting.....	19
2.1 Apa Peran dan Fungsi Motion Graphic	19
2.2 Pentingnya Promosi Wisata untuk Menunjang Daya Tarik Wisata	21
2.3 Pengertian Pendapatan (PAD).....	31
2.4 Pentingnya Pengelolaan (PAD).....	32
BAB III. Peran Perguruan Tinggi untuk Menunjang Motion Graphic pada Sektor Pariwisata	35
3.1 Peran Perguruan Tinggi dalam Memberikan Pembinaan kepada Masyarakat Terkait pada Sektor Pariwisata	35

3.2 Peran Perguruan Tinggi untuk Memberikan IPTEK ke Masyarakat Terkait Sektor Pariwisata.....	40
3.3 Peran Perguruan Tinggi di dalam Sumbangsih Tukar Pikiran/Memberikan Ide/Gagasan kepada Pemerintah pada Sektor Pariwisata	45
BAB IV. Konsepsi Penelaahan Model Motion Graphic	49
4.1 Model Motion Graphic.....	49
4.2 Sistem Operasi Motion Graphic.....	57
BAB V. Tindak Lanjut Penelaahan Pendapatan Asli Daerah (PAD)	63
5.1 Pengertian Pendapatan Asli Daerah	63
5.2 Kondisi Terkini Pendapatan Asli Daerah Khususnya Sektor Pariwisata.....	66
5.3 Persentase Sumbangsi Penghasilan Asli Daerah pada Sektor Pariwisata Secara Nasional.....	69
5.4 Pengelolaan Sektor Pariwisata dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD).....	70
BAB VI. Tindak Lanjut Penelaahan Video Promosi Motion Graphic Ppariwisata.....	81
6.1 Pengambilan Data Primer.....	81
6.2 Pengambilan Data Sekunder	81
6.3 Teknik Pengumpulan Data.....	82
6.3.1 Metode Pustaka.....	82
6.3.2 Metode Dokumentasi.....	83
6.4 Mengenal Kota Pagaralam di Provinsi Sumatera Selatan.....	83
6.5 Perbandingan Tindak Lanjut Penelaahan Periode Sebelumnya	86

BAB VII. Peran Video Motion Graphic terhadap Kemajuan Pariwisata	89
7.1 Peran Motion Graphic di Sektor Pariwisata	89
7.2 Manfaat PAD pada Sektor Pariwisata	92
7.3 Manfaat Adanya Inovasi Mmotion Graphic.....	95
BAB VIII. Kegiatan-Kegiatan Pengujian dengan Video Promosi Motion Graphic pada Sektor Pariwisata.....	99
8.1 Pengujian Kredibilitas dan Triangulasi Data	99
8.2 Hasil Pengujian Kredibilitas dan Triangulasi Data	104
8.3 Pemilihan Informan dengan Triangulasi	106
BAB IX. Konklusi Peran Berbagai Komponen terhadap Keberhasilan Motion Graphic di Sektor Pariwisata	111
9.1 Peran Keberhasilan Promosi Motion Graphic di Sektor Pariwisata.....	111
9.2 Peran Motion Graphic Terhadap Pengembangan Literasi Penelitian.....	115
BAB X. Konklusi dan Rekomendasi terhadap Penelaahan Motion Graphic	121
10.1 Kesimpulan	121
10.2 Implikasi Hasil Pengujian	127
10.3 Rekomendasi.....	128
Daftar Pustaka.....	130
Indeks	133
Glosarium	136
Tentang Penulis	148

BAB I

MENIMBANG ESENSI VIDEO MOTION GRAPHIC PADA PARIWISATA KOTA PAGARALAM

1.1 Pengantar: Esensi Video Motiongraphic

Motion, yang berarti gerak, dan graphic, yang berarti grafik, adalah dua kata bahasa Inggris yang membentuk istilah "grafik gerak". Menurut Betancourt, grafik gerak dapat dipahami sebagai gerakan dari sebuah grafik. Menurut Krasner (2008), grafik gerak adalah grafik yang dianimasikan dengan audio untuk menciptakan tampilan gerakan rotasi (Junaidi & Yulianti, n. d.).

Secara sederhana, motion graphic dapat digambarkan sebagai animasi dengan teks sebagai komponen utama, menurut penjelasan Biteable. Motion graphic juga dikenal sebagai desain grafis animasi. Lalu, untuk apa sebenarnya motion graphic ini digunakan? Menambah kedalaman cerita dan berkomunikasi dengan penonton adalah dua tujuan dari motion graphic. Ilustrasi yang dihasilkan akan memiliki pesan dan makna untuk disampaikan jika teks dan musik yang efektif ditambahkan.

Secara umum, motion graphic adalah media visual atau gambar yang menggabungkan desain grafis dengan bahasa film atau akting. Elemen-elemen lain seperti ilustrasi, animasi, tipografi, fotografi, video, dan musik digunakan untuk mencapai hal ini. Dalam penyiaran internasional, motion graphic memiliki kehadiran yang signifikan di televisi. Membuat iklan komersial, berita, hiburan, promo, atau opening sequence untuk program televisi, serta promosi pariwisata, seperti yang dituangkan dalam judul kami Video Montiongraphic tentang pariwisata di Kota Pagaralam, adalah contohnya.

Kota Pagaralam adalah salah satu kota yang terletak di Pulau Sumatera tepatnya di Palembang, Sumatera Selatan. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 2001 (Lembaran Negara RI Tahun 2001 Nomor 88, Tambahan Lembaran Negara RI Nomor 4115), sebelumnya kota Pagar Alam termasuk kota

administratif dalam lingkungan Kabupaten Lahat. Kota ini memiliki luas sekitar 633,66 km² dengan jumlah penduduk 126.181 jiwa dan memiliki kepadatan penduduk sekitar 199 jiwa/km².

Kota Pagaram terkenal dengan wisata alamnya tetapi di saat ini saja orang mengetahuinya hanya ada wisata alam, tetapi di kota Pagaram sendiri banyak sekali tempat wisata yang belum diketahui masyarakat luar. Tetapi kota Pagaram sebagai pusat kebudayaan megalithic di Suamtera Selatan. Menurut Van der Hoop, seorang peneliti berkebangsaan Belanda, di Pagaram ditemukan 22 area yang diyakini merupakan lingkungan situs megalithik dari zaman pra-sejarah. Dari berbagai area tersebut ditemukan artefak-artefak, namun sebagian besar kondisi artefak sudah banyak yang rusak, dan sebagian lagi masih terkubur dan belum teridentifikasi.

1.2 Pentingnya Promosi Wisata

Kata “promosi” mengacu pada “meningkatkan” atau “mengembangkan”. Publisitas atau publikasi, personal selling dan periklanan, serta iklan yang dilakukan oleh individu melalui media sosial yang wawasannya sangat luas untuk memperkenalkan suatu produk atau jasa yang ingin dipasarkan ke pasar yang kita tuju untuk tujuan internal, adalah semua jenis komunikasi yang dirancang untuk memberikan informasi kepada pelanggan tentang produk atau jasa dan agar mereka dapat dipengaruhi dan tertarik untuk membeli barang atau jasa tersebut.

Sarana memperkenalkan suatu produk, jasa, lokasi, dll adalah promosi. Dalam bidang pemasaran, promosi adalah kegiatan lain yang meliputi berita, persuasi, dan pengaruh terhadap segala sesuatu yang berhubungan dengan barang dan jasa yang dihasilkan untuk konsumen. Semua kegiatan tersebut bertujuan untuk meningkatkan volume penjualan dengan menarik minat konsumen. Promosi merupakan komunikasi dua arah antara pelaku usaha dengan pembeli atau konsumen. Saat memutuskan untuk membeli atau tidak perusahaan tersebut. Namun dalam bidang promosi atau

pemasaran, kedua belah pihak harus menerimanya agar informasi dapat sampai ke khalayak dan agar khalayak menerimanya. “Pada hakikatnya promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran”, kata Tjiptono (2000:219). Kegiatan dalam pemasaran yang bertujuan untuk menyebarkan informasi, mempengaruhi atau membujuk, atau mengingatkan pasar sasaran tentang perusahaan dan produknya untuk menerima, membeli, dan loyal terhadap produk yang ditawarkan perusahaan disebut sebagai komunikasi pemasaran.

Publisitas, publikasi, pameran, pentas seni, dan promosi dari mulut ke mulut merupakan beberapa kegiatan promosi yang dilakukan oleh Praktisi Humas Pagar Alam. Promosi lokal dan nasional semacam ini dilakukan dengan berbagai cara.

Pada zaman era globalisasi 5. 0 untuk kaum milenial sudah di era digital zaman sekarang. Maka dari itu kita mengikuti zaman ini sebuah media promosi itu menggunakan digital seperti poster digital, social media, dan motiongraphic. Ini sangat penting, karena untuk di zaman sekarang lebih tersampaikan melalui digital dengan cepat dan akurat, jadi motiongraphic sangatla penting untuk menjadi media promosi wisata yang ada di Kota Pagaralam, Agar Kota Pagaralam terkenal dalam segi pariwisata contohnya: gunung dempo, air terjun maung, air terjun pintu langit, dana tebat gheban, kebun teh Pagaralam, Air terjun lematang indah, green paradise, situs megalitik tegurwangi, air terjun curup embun, dempo park.

Maka dari itu promosi wisata sangatla penting karena seluruh masyarakat Indonesia belum tentu mengenal pariwisata yang ada di Kota Pagaralam. Untuk mengaplikasikannya menggunakan motiongraphic agar lebih menarik dan orang lebih suka melihatnya atau tidak membosankan saat iklan atau promosi itu di tayangkan menggunakan motiongraphic, karena menurut psikolog, otak lebih bias menyerap informasi melalui visualisasi dan di jadikan motiongraphic



Gambar 1.1

Air Tejun Maung, Instagram. com/radiograph (2019)

1.3 Peran Motiongraphic Pariwisata

Karena media yang disediakan berupa visual dan audio, semua informasi dapat diterima dengan cepat dalam video motion graphic. Sangat mudah untuk memasukkan video motion graphic ke dalam berbagai media, khususnya media digital seperti YouTube, website resmi perusahaan, media sosial, dan lain-lain. Selain itu, semua informasi perusahaan dan video motion-graphic dapat digunakan sebagai alat pemasaran untuk membuat Pagaralam lebih menarik bagi wisatawan. informasi tentang industri pariwisata Pagaralam.

1.4 Esensi Kegiatan Pariwisata

Gunung Dempo merupakan destinasi wisata populer di Kota Pagar Alam yang cukup dikenal masyarakat Sumatera Selatan. Dengan ketinggian 3.195 meter di atas permukaan laut (dpl), Gunung Dempo merupakan salah satu gunung tertinggi di Sumatera Selatan. Satu-satunya tujuan wisata gunung di Sumatera Selatan adalah Gunung Dempo. Pengunjung Kota Pagaralam dapat melihat langsung keseluruhan kebun teh hijau, yangmana hal tersebut dapat dilihat dari kota ini pada ketinggian tertentu. Kebun teh ini dimiliki oleh PT Perkebunan Nusantara PTPN VII dan luasnya mencapai 1.500 hektar. Gunung Dempo kini menjadi objek wisata terpenting di Pagar Kota Alam. Pemerintah pusat juga mengakuinya sebagai arena paralayang selama Pekan Olahraga Nasional (PON) XVI, menjadikan Gunung Dempo sebagai tujuan wisata di kota Pagar Alam

Berikut ini adalah data penulis dari Dinas Pariwisata Kota Pagaralam mengenai kunjungan wisatawan domestik dan mancanegara ke kota Pagaralam dari tahun 2014 sampai dengan tahun 2019.

**Tabel 1.1 Data Kunjungan Wisatawan
Nusantara dan Mancanegara tahun
2014-2018 Kota Pagaralam**

No	Tahun	Wisatawan	
		Nusantara	Mancanegara
1	2014	69.226	122
2	2015	88.134	76
3	2016	126.364	102
4	2017	224.042	151
5	2018	256.802	162

Sumber : dinas pariwisata kota Pagaralam 2019

Berdasarkan tabel di atas terlihat terjadinya peningkatan wisatawan pada setiap tahunnya, pada tahun 2014 terdapat 69.226 wisatawan sampai tahun 2018 yaitu sebanyak 256802 wisatawan. Pada data kunjungan wisatawan khusus gunung dempo tidak

dimiliki oleh Dina Pariwisata Kota Pagaram. Menjelaskan bahwa data ini merupakan gabungan data yang diperoleh dari hotel atau tempat penginapan yang ada di kota pagaram, pemandu wisata, objek wisata. Sebagian besar hotel atau tempat penginapan yang berlokasi di dekat objek wisata yang berkawasan di Gunung Dempo. Kawasan Gunung Dempo merupakan kawasan yang terdapat bebas redistribusi, sedangkan untuk objek wisata yg terdapat di kawasan Gunung Dempo merupakan objek wisata redistribusi.

1.5 Komponen Motion Graphic

Menurut Slembrouck (2012),ada beberapa factor yang harus di siapkan dalam pembuatan motiongraphic, sebagai berikut:

1. Konsep Awal

Konsep awal adalah apa yang akan disampaikan oleh video dan mengidentifikasi sebuah ide yang akan diimplementasikan dan dinikmati oleh penonton, serta menjelaskan poin-poin yang membantu menjadikan konsep awal ini informatif dan mudah dipahami oleh masyarakat luas. Konsep awal juga dapat diartikan sebagai dasar dari segala sesuatu. Dalam hal ini, untuk mengkonseptualisasikan yang meliputi, ide, alur cerita, tekstur, dark light, pemilihan dan color balancing diperlukan dalam sebuah video motion graphic untuk media promosi pariwisata di Kota Pagaram.

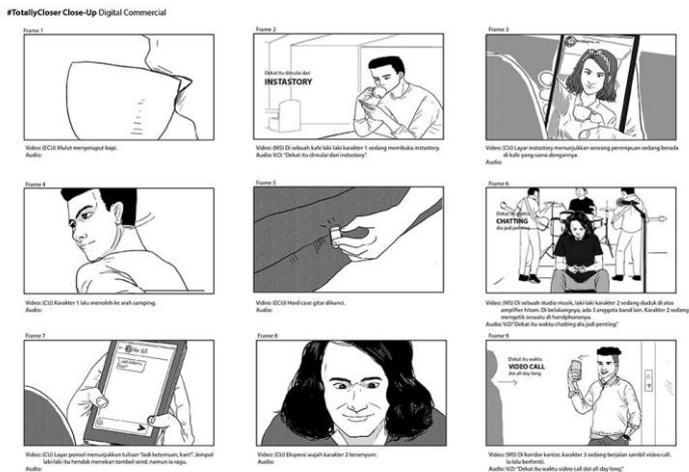
2. Menulis Naskah

Menulis naskah dimulai dengan gambaran kasar alur cerita. Setelah itu akan diubah menjadi gambar bergerak, sulih suara, efek suara, dan musik. Waktu yang sangat singkat dalam sebuah video. Semakin baik, semakin pendek. Sementara 60 detik masih dapat diterima, lebih baik untuk dapat menyampaikan pesan dalam 30 detik, dan 90 detik adalah waktu maksimum yang disarankan untuk mengirim pesan. Perlu diingat bahwa jumlah waktu yang dihabiskan untuk menonton video sangat terbatas: Semakin baik, semakin pendek. Sangat

bagus jika Anda dapat mengirim pesan dalam 30 detik, 60 detik dapat diterima, dan 90 detik adalah jumlah waktu maksimum yang harus dihabiskan untuk berkomunikasi. Akan sangat membantu untuk memahami bahwa penonton tergerak untuk bertindak oleh tampilan dan keyakinan emosional. Semua faktor harus dipertimbangkan.

3. Papan Cerita

Adalah langkah awal untuk menciptakan visual dan suara yang didasarkan pada korespondensi dari skrip. Gambaran umum dari semua momen yang diperlukan dalam naskah, yang dikenal sebagai "Bingkai Gaya". Kemudian tulis deskripsi singkat tentang adegan dan narasi, suara, atau teks apa pun yang diperlukan untuk saat itu.



Gambar 1.2 Papan cerita

(<https://images.app.goo.gl/gocmNaqDBMqKVMXCA>)

4. Suara (Suara, Musik, dan Efek Suara)

Suara melibatkan proses casting seperti memilih aktor untuk acara TV, di mana audisi dilakukan dengan merekam suara mereka saat mereka membaca naskah. Suara aktor dapat

dibaca berulang-ulang karena perubahan intonasi, suasana hati, dan ketebalan suaranya.

5. Animasi

Ini adalah proses menggabungkan semua bagian menjadi satu. Animator akan mencoba untuk menganimasikan dalam gaya visual yang ditentukan dalam satu atau dua gaya gambar. Ini adalah draft awal yang berfungsi sebagai kesempatan untuk mendapatkan umpan balik sebelum pekerjaan animasi yang sebenarnya dan menentukan jumlah revisi yang akan diperlukan di masa mendatang. Animasi lengkap kemudian dibuat. Suara dan seluruh draft animasi akan diperiksa oleh komisaris untuk melihat apakah mereka dapat membuat penyesuaian kecil. Untuk menyelesaikan proyek, waktu berakhir, pengisi suara, musik, dan suara akan ditambahkan secara bertahap setelah animasi selesai.

1.6 Sasaran Utama dengan Motion Graphic

Hal ini sangat menarik karena ada sasaran utama untuk mempromosikan pariwisata Kota Pagaralam yaitu dengan menggunakan motiongraphic. Dengan cara motiongraphic mungkin lebih efektif untuk mendapatkan sasaran utamanya atau yang dituju agar informasi yang disampaikan melalui media ini akan diterima oleh masyarakat luas terutama anak-anak muda yang sekarang lebih terpacu di social media atau di dunia maya

Penelitian lain menunjukkan bahwa 65% penonton video akan menonton video hampir sampai akhir (Brainshark, 2014) dan ini adalah fitur yang tidak dapat dilakukan oleh hampir semua konten berbasis teks. Hal ini menggambarkan bahwa motion graphic dapat menjelaskan informasi yang rumit dengan cara yang mudah diterima oleh audiens atau masyarakat luas .

Dengan menggunakan gerakan maka akan lebih mudah memahami warna dan bentuk, video penjelasan menggunakan motion graphic, tutorial atau visualisasi data dapat

menyederhanakan mekanisme proses untuk memperkenalkan pariwisata di Kota Pagaralam.

Konten video 10 kali lebih mungkin untuk dibagikan dan digunakan daripada postingan blog dan foto (Lembaga Pemasaran Konten, Rob Ciampa, 2013). Hal ini ditafsirkan sebagai tingkat keterlibatan yang lebih tinggi akan dihasilkan oleh video, dan motion graphic merupakan bagian dari hal tersebut.

Sebanyak 49% audiens mengharapkan lebih banyak konten video dari pemasar (Hubspot Consumer Behavior Survey, Q1 2016), dan pariwisata sebaiknya melakukan yang terbaik untuk mengikuti permintaan tersebut.

Saat ini, konten sedang dialihkan dari desktop dan laptop ke smartphone untuk tujuan konsumsi. Statistik menunjukkan bahwa lebih dari 50% pengguna menonton video dengan menggunakan smartphone atau tablet mereka (penelitian Ooyala, Q2 2016). Hal ini mendorong kebutuhan desain situs web yang lebih responsif. Salah satu manfaat utama konten video adalah bahwa perangkat apa pun dapat memutarinya, sehingga memberikan kemampuan untuk mencapai target pasar pebisnis dengan konten yang sesuai dan lebih ramah pengguna.

1.7 Potensi dan Daya Tarik Pariwisata

Yang dimaksud dengan “potensi wisata” adalah wisata yang meliputi setiap daya tarik wisata yang ada di Kota Pagaralam. Setiap lokasi di suatu daerah tujuan wisata memiliki potensi wisata dan menjadi daya tarik bagi pengunjung daya tarik wisata Kota Pagaralam. Menurut Sujali (Amdani, 2008), Potensi wisata adalah kemampuan daerah yang memberikan sumbangan bagi pembangunan dan manfaat baik manusia maupun alam serta ciptaan manusia itu sendiri. Dapat ditarik kesimpulan bahwa daya tarik wisata memiliki potensi wisata, yaitu sesuatu yang digunakan untuk menumbuhkan pariwisata daerah. industri dan menarik wisatawan untuk berwisata ke sana.

Kondisi alam, flora, fauna, budaya nasional, dan budaya daerah Kota Pagaralam baik berupa gagasan, kehidupan bermasyarakat, maupun berupa benda-benda hasil karya manusia yang perlu dilestarikan guna memperkuat jati diri bangsa dalam rangka mewujudkan Wawasan Nusantara (PP No. 1) semuanya memiliki potensi pariwisata nasional yang memanfaatkan daya tarik dan objek wisata. 67 Tahun 1996), undang-undang kepariwisataan menyatakan bahwa usaha pariwisata adalah daya tarik pariwisata. industri pariwisata meliputi daerah tujuan wisata; jasa perpindahan orang; jasa perjalanan; jasa makanan dan minuman; pembuatan akomodasi untuk penyelenggaraan kegiatan hiburan dan rekreasi; penyelenggaraan konferensi, pameran, pertemuan, dan perjalanan intensif; jasa informasi pariwisata; jasa untuk konsultasi pariwisata; jasa pemandu wisata; wisata air; spa, dan ini adalah bagian dari industri pariwisata. Setiap wisatawan berhak mendapatkan informasi yang akurat tentang perjalanan di Kota Pagaralam sehingga dapat lebih mengenali tempat-tempat yang akan dikunjungi dan sudah mengetahui apa yang sedang terjadi. Selain itu, wisatawan berhak mendapatkan pelayanan wisata yang memenuhi standar tertentu, seperti pelayanan kesehatan, perlindungan asuransi untuk risiko tinggi kegiatan pariwisata, dan perlindungan hukum atas hak-hak pribadinya. Secara garis besar daya tarik wisata diklasifikasikan ke dalam tiga klasifikasi (Firawan & Suryawan, 2016) :

1. Daya tarik wisata alam

Daya tarik wisata alam berasal dari keadaan alam yang ada, seperti kedekatan dengan lingkungan atau alam sekitarnya, seperti wisata pantai, wisata bahari, wisata alam pegunungan, wisata kawasan liar dan terpencil, wisata taman, dan kawasan konservasi.

2. Atraksi Budaya

Atraksi budaya seringkali mengandung artefak yang merupakan sisa-sisa kondisi sosial budaya yang pernah ada di

daerah tersebut, seperti adat istiadat masyarakat, situasi sosial, dan acara adat.

3. Daya tarik buatan atau luar biasa yang dibuat oleh manusia

Atraksi yang menciptakan sesuatu yang berawal dari buatan manusia atau termasuk sebagai atraksi khusus, seperti: Taman hiburan untuk masyarakat umum, festival musik, festival tahunan, atau tempat perlombaan (perahu, motorcross, dll).

Ada unsur-unsur dalam pariwisata yang dapat menciptakan daya tarik dan menggugah minat masyarakat untuk pergi ke suatu daerah tujuan wisata. Menurut Pierce dalam Mulyo (2005), ada beberapa elemen yang berkontribusi terhadap daya tarik suatu destinasi:

1. Atraksi, yaitu daya tarik utama dari suatu atraksi yang mempengaruhi keinginan pengunjung untuk menikmatinya.
2. Aksesibilitas dan kemudahan pencapaian terkait dengan transportasi, yaitu sarana menuju lokasi wisata.
3. Akomodasi, atau penyediaan jasa yang ditujukan untuk memberikan kenyamanan dan kebahagiaan bagi wisatawan.
4. Fasilitas penunjang, seperti fasilitas umum seperti telepon, mushola dan mushola, kamar kecil, dan fasilitas lainnya.
5. Infrastruktur, termasuk hal-hal seperti penerangan dan akses air bersih.

Menurut Yoeti dan Mulyo (2005), ada beberapa aspek lagi yang berkontribusi terhadap pertumbuhan suatu destinasi atau kawasan wisata dan membujuk orang untuk berwisata ke sana:

1. Iklim, jenis tanah, pemandangan, kebun, flora dan fauna, dan fasilitas kesehatan adalah contoh kenyamanan alam.
2. Hasil usaha manusia. Faktor ini dipecah menjadi dua bagian:
 - Kegiatan budaya seperti pameran tradisional, upacara pernikahan, dan kesenian rakyat;
 - Benda-benda yang memiliki nilai sejarah dan religi seperti monumen bersejarah, rumah adat, museum, dan galeri seni.

3. Daya tarik utama pariwisata adalah cara hidup tradisional masyarakat kondisi sosial dan budayanya yang dapat ditawarkan kepada wisatawan.

1.8 Potensi dan Ruang Lingkup Hasil Pendapatan Sektor Pariwisata

Pada tanggal 12 Juni 2001, Kota Pagar Alam menjadi kotamadya dan dimekarkan dari Kabupaten Lahat sebagai akibat dari Undang-Undang Republik Indonesia Nomor Tambahan Lembaran Negara Nomor 08 Tahun 2001

Potensi wisata alam, budaya, dan buatan di Kota Pagar Alam dapat ditemukan hampir di setiap kecamatan kota. Kondisi ekonomi dan sosial masyarakat, seperti pendapatan masyarakat, kesempatan kerja, harga jual, pembangunan sarana dan prasarana, dan Pendapatan Asli Daerah (PAD), semuanya dapat ditingkatkan dengan memaksimalkan potensi wisata yang ada.

Dengan banyaknya kemungkinan industri travel yang normal di Kota Pagar Alam, maka pembenahan kawasan industri travel yang dilakukan oleh Pemerintah Daerah Pagar Alam, untuk situasi ini Cabang Kebudayaan dan Industri travel, sangat penting untuk rencana kemajuan industri travel dan teknik. Tujuan utama industri pariwisata adalah untuk meningkatkan dan memanfaatkan fasilitas dan daya tarik kawasan wisata dalam rangka mendorong pertumbuhan pembangunan daerah. Hal ini dilakukan untuk membantu perekonomian masyarakat tumbuh dan menjadi sumber pendapatan daerah untuk pembiayaan pembangunan untuk membantu daerah mendapatkan kemandiriannya. Untuk mengembangkan berbagai potensi wisata Kota Pagar Alam, pemerintah daerah dalam hal ini Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Pagar Alam harus memainkan peran ini.

Pemerintah Daerah Kota Pagar Alam menyusun Rencana Induk Pengembangan Pariwisata (RIPPDA) yang memuat strategi pengembangan pariwisata berdasarkan Visi dan Misi organisasi saat merencanakan strategi. Namun strategi yang diterapkan tidak

efektif untuk sebagian besar atraksi wisata yang ada, sehingga perencanaan ini masih belum optimal. Pengembangan Visi dan Misi organisasi, kesadaran akan kekuatan dan kelemahan internal organisasi, penetapan tujuan jangka panjang, dan pencarian strategi alternatif semua harus menjadi bagian dari perencanaan strategis. Menurut Bryson (dalam Wahid, 2015), strategi yang harus memenuhi sejumlah persyaratan, antara lain: a) strategi harus layak secara teknis; b) harus dapat diterima secara politis oleh para pemangku kepentingan; c) harus sejalan dengan filosofi nilai-nilai organisasi; dan d) harus sejalan dengan isu-isu strategis yang perlu ditangani.

1.9 Esensi dan Tujuan Pengembangan Wisata

Tujuan dari strategi pengembangan wisata oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata hanya menuju pada peningkatan kunjungan wisatawan, padahal untuk dapat menarik wisatawan ke destinasi wisata harus memperhatikan banyak aspek. Dalam hal ini Dinas Kebudayaan dan Pariwisata tidak berupaya melakukan analisis lingkungan eksternal terkait keadaan objek wisata yang menyebabkan minimnya informasi dan data-data pendukung yang diperlukan untuk menyusun strategi untuk kebijakan pengembangan pariwisata sehingga mengakibatkan strategi yang telah disusun menjadi tidak komprehensif dan kompetitif.

Selain permasalahan strategi yang kurang tepat, dalam pelaksanaan pengembangan potensi sektor pariwisata berdasarkan Laporan Akhir Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Kota Pagar Alam 2016, yang berjalan selama ini masih terdapat permasalahan dan hambatan yang dihadapi oleh Pemerintah Kota Pagar Alam yang dalam hal ini Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dimana masih belum optimal dan meratanya manajemen destinasi, rendahnya ketersediaan infrastruktur dan aksesibilitas, belum ada kesadaran dan kesiapan masyarakat di sekitar area destinasi wisata, terbatas dan rendahnya kualitas sarana dan prasarana, kurangnya promosi dan jaringan kerjasama promosi lintas daerah, serta

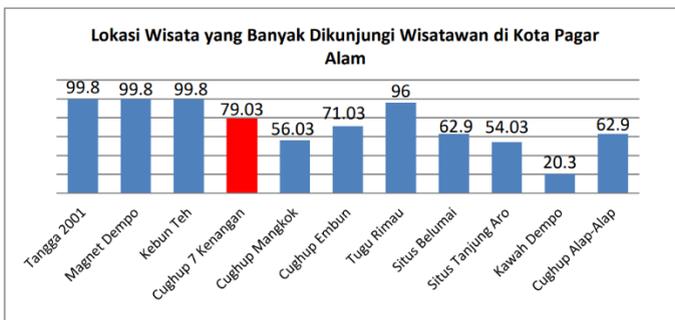
terbatasnya SDM aparatur dan kompetensi tenaga kerja pariwisata. Selain itu dari aspek pengembangan destinasi dan prioritas program nampaknya belum banyak yang berhasil diimplementasikan terutama pengembangan diversifikasi produk pariwisata. Hal ini tentu saja mempengaruhi perumusan strategi yang sebaiknya digunakan oleh dinas dalam mengembangkan sektor pariwisata agar strategi tersebut efektif dan komprehensif untuk sebagian besar destinasi wisata.

Strategi yang digunakan juga akan berpengaruh pada tingkat kunjungan wisatawan. Tingkat kunjungan Kota Pagar Alam dalam data terakhir pada tahun 2014, jumlah wisatawan nusantara yang berkunjung ke Kota Pagar Alam sebanyak 197.286 orang atau sebesar 5,79 persen dari total wisatawan yang berkunjung ke Sumatera Selatan.

1.10 Keterbaruan Informasi dari Sudut Pandang Pariwisata

Pengembangan yang dilakukan oleh Pemerintah Kota Pagar Alam hanya menitikberatkan pada sektor pariwisata yang sudah terkenal seperti objek wisata Gunung Dempo, namun objek wisata yang belum terkenal padahal memiliki potensi cukup besar untuk dikembangkan seperti destinasi Wisata Cughup 7 Kenangan yang terletak di Kecamatan Pagar Alam Utara yang mana destinasi wisata ini merupakan salah satu destinasi yang memiliki potensi alam cukup besar namun belum mendapatkan perhatian dari pemerintah daerah mulai dari akses menuju lokasi destinasi, fasilitas yang dapat menunjang potensi wisata tersebut dan dari segi pemasaran atau promosi yang seharusnya lebih diutamakan oleh Pemerintah Kota Pagar Alam, sehingga para wisatawan dapat mengenal destinasi Cughup 7 Kenangan yang belum terkenal di pasaran. Dengan adanya promosi atau pengenalan terhadap destinasi wisata baru dapat meningkatkan minat kunjungan wisatawan karena objek wisata yang ditawarkan tidak hanya wisata pegunungan saja melainkan juga objek wisata alam berupa air terjun, pemandian air panas, dan objek wisata sejarah dan budaya.

Destinasi Wisata Cughup 7 Kenangan dapat menjadi salah satu kawasan wisata unggulan yang berbasis wisata alam karena keadaan alam yang masih sangat alami dan memiliki pemandangan kebun teh disepanjang jalan menuju air terjun ditambah dengan udara yang sejuk sehingga walaupun perjalanan yang ditempuh cukup lama namun tidak akan merasa lelah. Cughup 7 Kenangan ini memiliki ciri khas berupa bebatuan yang tersusun secara bertingkat di bawah pancuran airnya. Tingkat kunjungan ke Cughup 7 Kenangan ini juga cukup tinggi jika dibanding kawasan wisata yang disekitarnya, yakni menempati posisi ke-4 setelah kawasan wisata Tangga 2001, Magnet Dempo, Kebun Teh, dan Tugu Rimau yang mana destinasi tersebut terletak di Kawasan Gunung Dempo.



Gambar 1.3 Lokasi Wisata yang Banyak Dikunjungi Wisatawan di Kota Pagar Alam

Sumber: Laporan Akhir-RIPPDA Kota Pagar Alam, 2016

Dalam hal ini Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Pagar Alam memegang peranan penting sebagai fasilitator dan regulator harus memiliki strategi yang tepat seperti melalui kebijakan kelembagaan yang diarahkan dalam dokumen RIPPDA Kota Pagar Alam tahun 2017-2021 yang di antaranya:

1. Penguatan Organisasi Kepariwisata. Seperti PHRI, ASITA, dan lainnya.
2. Pengembangan SDM Pariwisata.

3. Penyelenggaraan penelitian dan pengembangan. Peningkatan kualitas dan kuantitas nilai-nilai alam dan budaya, pemantapan penyediaan sarana dan prasarana pendukung pariwisata.

1.11 Manfaat Promosi Pariwisata

Banyak orang percaya bahwa animasi termasuk grafik gerak. Sebenarnya, animasi dan grafik gerak adalah konsep yang berbeda. Dalam bukunya *Academic Writing*, Michael Sega Gumelar mengatakan bahwa banyak orang menghasilkan grafik gerak karena mereka membuat kesalahan saat membuat animasi. Namun, grafik gerak bukanlah animasi. Prinsip-prinsip gerak yang ditemukan di alam atau fisika berfungsi sebagai dasar untuk animasi. Yang membedakan animasi dari grafik gerak adalah bagaimana hukum fisika diterapkan. Potongan desain atau animasi berdasarkan media visual seperti 2D, 3D, video, film, tipografi, ilustrasi, fotografi, dan musik biasanya membentuk grafis gerak (Krishna, et al., 2010).

Solusi desain grafis profesional untuk menciptakan desain komunikasi yang dinamis dan efektif disebut sebagai grafis gerak atau grafis gerak. Ketika keberhasilan sebuah pertunjukan ditentukan oleh penontonnya, dunia perdagangan, informasi, dan hiburan menjadi tantangan tersendiri. Oleh karena itu, penyiar dan animator harus kreatif, strategis, dan terampil dalam seni grafis gerak. Curran, 2000) Berdasarkan penjelasan sebelumnya, penulis dapat menarik kesimpulan bahwa animasi dan grafik gerak memiliki tujuan yang berbeda. Tujuan akhir dari grafik gerak yang menyertai sebuah grafik potongan gambar akan meningkatkan informasi dan komunikasi desain visual. Sementara film animasi yang didasarkan pada ilustrasi dunia nyata mencoba menyampaikan pesan implisit cerita melalui emosi karakter yang bergerak,

Manfaatnya banyak sekali untuk mempromosikan pariwisata kota Pagaralam menggunakan media motion graphic,

antara lain: semua pihak atau masyarakat lebih suka menonton agar lebih bias menerima informasi terkait pariwisata kota Pagaram, contohnya untuk sekarang pariwisata kota Pagaram terkenal dengan gunung Dempo dan kebun teh Pagaram tetapi banyak tempat wisata lain yang belum di kenal oleh masyarakat luas terutama masyarakat Sumatera Selatan, maka dari itu metode atau cara memperkenalkan suatu media informasi menggunakan motiongraphic sangatlah efektif. Mengapa bias di katakan efektif? Zaman sekarang sudah berkembang media digital dan biasanya sekarang orang lebih cenderung membuka gadget di bandingkan membuka koran, buku, majalah, dan sebagainya untuk mencari informasi maupun berita. Jadi, kebermanfaatan metode motiongraphic adalah sebagai upaya untuk memperkenalkan pariwisata kota Pagaram yang belum dikenal oleh masyarakat Sumatera Selatan maupun masyarakat luas.

BAB II

APA DAN MENGAPA MOTION GRAPHIC ITU DIANGGAP PENTING

2.1 Apa Peran dan Fungsi Motion Graphic

Media sosial adalah tempat untuk mempromosikan suatu produk yang dibuat, serta situs web yang perkembangan dari zaman ke zaman semakin moderen dan teknologi yang semakin pesat. Media sosial selalu berhubungan dan memiliki keterkaitan dengan kehidupan setiap individu dalam menjalankan aktivitas sehari-hari, dapat kita amati bahwa pengguna media sosial semakin hari terus mengalami peningkatan. Banyak sekali Kemudahan yang telah dirasakan dengan adanya perkembangan teknologi bagi kehidupan. Salah satunya sebagai media penyebaran informasi promosi yaitu sektor pariwisata. Motion Graphic merupakan salah satu jenis seni digital yang berbentuk konten dan seringkali kita lihat di berbagai tempat maupun media. Dalam suatu sektor terutama sektor pariwisata diperlukan sebuah proses pengenalan dan pemasaran serta penyampaian informasi yang luas untuk mempertahankan kelangsungan pada sektor yang dipromosikan. Maka dari itu dibuatkanlah sebuah media yang dapat mempromosikan sektor pariwisata dengan hasil menarik dan efektif memakai konsep animasi, hal ini disebabkan karena sebuah informasi itu akan lebih mudah untuk tersampaikan melalui audio dan visual yang menarik dan inovatif. Media sosial adalah upaya yang dimaksud sebagai media penyebaran konten video Motion Graphic, secara lebih luas dan dinilai efisien sebagai media promosi. Maka dari itu peran Motion Graphic sebagai media promosi untuk sektor pariwisata terutama kota Pagaralam adalah program untuk mempromosikan potensi keberadaan daerah wisata kepada publik, yang bergerak dalam dibidang promosi berupa publikasi kepada masyarakat.

Tujuan dari pembuatan konten video Motion Graphic ini adalah untuk mendokumentasikan semua sektor pariwisata yang

ada dikota Pagaram dan sebagai media untuk mengenalkan potensi wisata apa saja yang ada dikota Pagaram. Kota Pagaram ialah kota yang terletak di Wilayah Provinsi Sumatera Selatan dan berpotensi diberbagai sektor pariwisata untuk dikembangkan. Animasi yang dirancang untuk Motion Graphic merupakan video animasi dalam bentuk 2D dan 3D. Animasi dalam bentuk konten video Motion Graphic ini dibuat dengan menggunakan aplikasi seperti *Corel Draw X5* , *Adobe Photoshop CS3*, *Dieedit* dengan *adobe premiere* yang menghasilkan video berdurasi 2 menit (Video Singkat) yang menampilkan informasi grafis wisata alam kota Pagaram. Video yang dihasilkan menampilkan informasi grafis wisata kota Pagaram dan berbagai fasilitas serta akomodasi di tempat wisata. Sesuai dengan data yang diberikan oleh dinas pariwisata Kota Pagaram menunjukkan bahwa kota Pagaram memiliki 33 wisata alam Air Terjun dan 26 situs Menhir bersejarah yang sudah tercatat.

Motion Graphic dibuat menjadi video yang memiliki fungsi sebagai bahan pengenalan, presentasi, maupun display. Melalui media tersebut masyarakat mendapatkan gambaran umum tentang sektor pariwisata apa saja yang ada di kota Pagaram, kota pagaram juga memiliki kawasan pariwisata yang authentic mulai dari situs sejarah, tradisi adat istiadat, dan kebudayaan yang dapat digunakan sebagai media informasi dengan mensosialisasikan kepada masyarakat serta khalayak umum secara luas. Diharapkan informasi yang telah disampaikan tentang sektor pariwisata dapat dengan jelas tersampaikan dan mudah dipahami, dan menghasilkan video konten motion Graphic yang menarik dan tidak monoton serta menambah wawasan baik masyarakat yang ada di Indonesia maupun masyarakat kota Pagaram khususnya, juga nantinya menjadi sarana promosi bagi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Pagaram.

2.2 Pentingnya Promosi Wisata untuk Menunjang Daya Tarik Wisata

1. Pengertian Pariwisata

Dalam Undang-Undang Nomor 10 tahun 2009 Tentang kegiatan pariwisata yang menyatakan bahwa penyelenggaraan kepariwisataan ditujukan untuk meningkatkan pendapatan. Kota Pagaralam memiliki objek wisata yang sangat menarik bagi perkembangan sektor kepariwisataan, dalam rangka meningkatkan serta membangun kemakmuran masyarakat, membuat lapangan pekerjaan, pendorong pembangunan daerah tersebut untuk lebih moderen lagi, serta memupuk rasa cinta tanah air dan bangsa(Personal & Archive, 2018).

Berdasarkan hasil uraian dapat ditarik kesimpulan bahwa Pariwisata ialah aktivitas kegiatan yang dilakukan oleh masing-masing individu sebagai refreasing kesuatu tempat destinasi liburan dengan menghabiskan waktu bersama keluarga, bersenang-senang dan menikmati hamparan objek wisata selama perjalanan. Dapat diperhatikan beberapa kegiatan usaha yang memiliki nilai ekonomi dengan adanya sektor pariwisata, merupakan hasil yang dapat menciptakan nilai tambah terhadap barang dan/ jasa sebagai sebuah produk yang dipasarkan, baik yang nyata dapat berupa produk dan yang tidak nyata berupa jasa yaitu persewaan peralatan dan lain sebagainya. Tujuan dari kegiatan wisata untuk mengalihkan perhatian dari rutinitas kegiatan sehingga muncul semangat baru dalam melakukannya kembali. Serta untuk mengetahui sejauh mana pentingnya promosi untuk meningkatkan minat wisatawan pada wisata di kota pagaralam.

2. Objek Wisata

Objek dari sektor pariwisata di Indonesia telah dikenal tidak hanya dalam negeri tapi sampai ke luar negeri. Karena itu kegiatan pengembangan serta pembangunan sektor pariwisata di Indonesia terus dilakukan oleh seluruh bagian wilayah di Indonesia maka dibentuklah Departemen Kebudayaan dan Pariwisata di tingkat

nasional dan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Daerah di tingkat daerah. Pengertian Objek Wisata menurut Ridwan(2012:5) merupakan sesuatu yang memiliki daya tarik keunikan, serta keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia menjadi dengan tujuan menjadi tempat kunjungan wisatawan.

Kota Pagaralam adalah kota yang memiliki potensi wisata yang sangat elok dalam menawarkan keanekaragaman daya tarik wisatawan. Jenis-jenis pariwisata tersebut, antara lain:

- a) Wisata kegiatan alam: Gunung Dempo, Air Terjun Maung, Air Terjun Pintu Langit.
- b) wisata budaya atau seni : Batu Gong, Curup Tujuh Kenangan, Arca Manusia Purba (Megalithikum), Rimba Candi.
- c) wisata kuliner: Ayam bakar MS, Lesehan lembur kuring karjak, Pagaralam culinary night.
- d) wisata buatan: Tugu rimau, Dempo park, Green paradise pagaralam, Tangga seribu pagaralam.

Objek wisata Kota Pagaralam yang masih harus dikembangkan adalah:



Gambar 2.1 Perkebunan teh gunung dempo



Gambar 2.2 Curug Embun



Gambar 2.3 Curup Mangkok



Gambar 2.4 Danau Tebat Gheban

Akibat kurangnya perhatian pemerintah daerah terhadap kegiatan promosi wisata sehingga memungkinkan potensi yang ada di daerah berupa objek wisata tidak dapat berkembang secara maksimal. Maka dari itu masyarakat memiliki peran Dalam mengembangkan objek wisata kota pagaralam melalui motion graphic sangat penting dibutuhkan peran aktif dari masyarakat sekitar. Karena secara tidak langsung upaya pengembangan pariwisata akan berdampak juga pada peningkatan kesejahteraan masyarakat sekitar itu sendiri. Untuk meningkatkan peran serta masyarakat tersebut, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata kota pagaralam melakukan beberapa langkah yang bertujuan untuk meningkatkan partisipasi masyarakat sekitar, yaitu:

1. Melakukan pembinaan secara langsung dapat berupa pelatihan, kepada masyarakat terhadap sektor pariwisata untuk menumbuhkan kesadaran masyarakat terhadap wisata.
2. Ikut berperan aktif dan bergabung dalam upaya melestarikan dan menjaga keadaan alam.
3. Merangkul seluruh lapisan warga yang berada didekat lokasi sektor pariwisata untuk sama-sama saling menjaga kebersihan dengan melakukan kerja bakti secara gotong royong secara bersama-sama dan menciptakan 5K yaitu: kebersihan, keamanan, keindahan, ketertiban dan keramahan terhadap para wisatawan.
4. Keikutsertaan dalam melestarikan dan menjaga adat-istiadat dan budaya terhadap kegiatan wisata, budaya kuliner, dan lain-lain serta.

3. Usaha Promosi Berupa Jasa dan Sarana Wisata

Banyak sekali tantangan dan hambatan yang harus diusahakan agar mendapat dukungan dari masyarakat yang berada di sekitar lokasi wisata. Pada saat ini lah peran pemerintah daerah sangat penting untuk menumbuhkan kesadaran masyarakat agar bisa melakukan pembangunan serta pengembangan sektor pariwisata. Sektor pariwisata sangat memerlukan suatu trik maupun

ide yang strategis dapat digunakan sebagai pola pengembangan kepariwisataan yang terencana atau tersusun dan terorganisir agar potensi kekayaan sektor pariwisata yang dimiliki dapat dikembangkan secara optimal.

a. Konsep Pariwisata

Yang lebih luas yang dikemukakan oleh Kodhyat (1983, h. 4) pariwisata adalah perjalanan yang dilakukan dari satu tempat ke tempat lain bersifat sementara, biasanya perorangan atau kelompok, sebagai usaha mencari keseimbangan dan kebahagiaan dengan lingkungan hidup dalam dimensi sosial, budaya, alam, dan ilmu. Dari pengertian tentang kepariwisata ada beberapa faktor yang harus diperhatikan dan dipahami Faktor-faktor tersebut berkaitan tentang perjalanan yang dilakukan dari satu lokasi ke lokasi lain, kegiatan perjalanan tersebut tidak hanya semata-mata sebagai wisatawan yang datang berkunjung saja.

b. Strategi Pengembangan Pariwisata

Menurut Suryono (2004, h. 80) strategi berkaitan dengan prinsip persoalan Kebijakan pelaksanaan, penentuan tujuan yang hendak dicapai, dan penentuan langkah-langkah serta cara apa yang digunakan pada sarana-prasarana. Strategi untuk perluasan di sektor pariwisata mencakup 3 hal yaitu Tujuan, Sarana, dan Cara apa yang akan dilakukan. Oleh sebab itu, strategi yang dimiliki harus dilengkapi pula dengan keahlian dalam membaca peluang dan kesempatan yang datang. Pemerintah Daerah (PEMDA) harus berupaya dalam memfasilitasi sarana dan prasarana berupa akomodasi apa saja yang akan dibutuhkan sektor pariwisata nanti.

Menurut pasal 57 itu dicantumkan pemaparan bahwa usaha sarana pariwisata dapat berupa :

1. Penyediaan akomodasi
2. Penyediaan makan dan minum
3. Penyediaan angkutan wisata
4. Penyediaan sarana wisata, dan

5. Penyelenggaraan kawasan pariwisata.

Indikator keberhasilan dalam pengembangan sektor pariwisata sebagai sumber penghasil dalam Rencana Strategis Departemen Kebudayaan dan Pariwisata Tahun 2005-2009 (2006: 3) dapat dilihat dari tiga unsur yaitu

1. Peningkatan Jumlah wisatawan mancanegara yang berkunjung (*foreign tourist*).
 2. Pengeluaran para wisatawan mancanegara perwisatawan, dalam perhari dan kunjungan yang dilakukan (*foreign tourist expenditures*).
 3. Lama waktu untuk menetap bagi wisatawan mancanegara (*foreign tourist length of stay*).
- c. Faktor yang berkaitan dengan kegiatan Pengembangan di sektor Pariwisata Kota Pagaralam

Faktor Positif Berupa Dukungan

1. Objek Pariwisata kota Pagaralam yang sudah dikenal oleh kebanyakan masyarakat luas yaitu gunung dempo terletak di perbatasan antara provinsi Sumatra selatan dan Bengkulu berada di kawasan dingin penghasil kopi robusta yaitu kota Pagaralam, hal itu juga dapat menambah minat wisatawan yang ingin datang berkunjung ke wisata pagaralam menikmati suasana tenang di pelataran luas, sambil istirahat dan memandang hamparan tumbuhan.
2. Peran pemerintah dan segenap masyarakat yang berada di dekat lokasi pariwisata. Pemerintah berperan langsung memberikan bimbingan berupa arahan dan keterlibatan langsung di lokasi tempat wisata dan bekerja sama dengan lapisan masyarakat setempat dalam upaya mengembangkan sektor pariwisata yang ada di Kota pagaralam.
3. Diberikan kemudahan untuk saling koordinasi antar pihak yang terlibat. baik pihak dinas kebudayaan dan pariwisata dengan para pengelola objek wisata Kota Pagaralam. Jika ada kerusakan

dan permohonan untuk menyediakan fasilitas untuk para wisatawan bisa langsung melaporkan ke dinas kebudayaan dan pariwisata secara langsung dengan memberikan kritik dan saran dari para pengelola masing-masing objek wisata. Hal tersebut dapat memberikan manfaat jangka panjang bagi sektor pariwisata.

Faktor Negatif Berupa Penghambat

1. Dana yang terbatas

Sektor pariwisata ialah sektor pilihan, dibuat oleh pemerintah bukan sektor yang wajib di dahulukan pengembangannya oleh pemerintah daerah. Pemerintah kota Pagaralam juga lebih mengupayakan secara maksimal berkaitan dengan anggaran yang dibutuhkan karena sektor pariwisata yang berada di kota Pagaralam merupakan kekayaan berupa aset yang bisa menambah Pendapatan Asli Daerah (PAD).

2. Tempat Lokasi

Kurang strategisnya lokasi wisata yang sangat sulit dijangkau dengan jalan kaki dan jika ingin menambah fasilitas akomodasi sarana dan prasarana dikhawatirkan akan tingginya biaya transportasi, dalam menuju ke kawasan objek wisata.

3. Kepemilikan lahan dengan pihak lain

Jika akan membuat suatu rencana pengembangan objek wisata maka harus melibatkan Perum Perhutani.

Setelah mengumpulkan data-data yang berkaitan dengan wisata kota Pagaralam, selanjutnya dilakukan analisis berdasarkan data-data tersebut. Pada perancangan Motion Graphic promosi wisata kota Pagaralam ini menggunakan analisis data 5W+1H seperti :

1. **What** (apa yang dirancang)

Rancangan yang akan dibuat adalah Motion Graphic yang berfungsi sebagai media promosi untuk mengenalkan objek wisata yang dimiliki kota Pagaralam. Dari rancangan

tersebut akan menampilkan ilustrasi-ilustrasi dan foto-foto dalam bentuk konten kreatif dan memiliki keunikan yang ada dari masing-masing tempat objek wisata tersebut.

2. **When** (kapan dipublikasikan)

Motion Graphic promosi sektor pariwisata ini akan dipublikasikan setelah mendapatkan izin yang pasti serta disetujui oleh pihak-pihak terkait baik itu pembuat Motion Graphic maupun Dinas Pariwisata kota Pagaralam.

3. **Where** (dimana akan ditayangkan)

Motion Graphic ini akan ditayangkan di bagian pemasaran Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Pagaralam dan juga dipublikasikan melalui situs media sosial yang ada, agar para wisatawan dapat lebih mudah mengakses informasi kapan dan dimana saja untuk mengetahuinya.

4. **Who** (siapa target audience)

Motion Graphic ini dirancang untuk memberikan wawasan tentang wisata di kota Pagaralam dengan target audience masyarakat umum terutama dari kalangan muda yang berusia 17-25 tahun.

5. **Why** (kenapa dipublikasikan)

Perancangan ini bermanfaat untuk memberikan pengetahuan serta pemahaman kepada masyarakat mengenai objek wisata kota pagaralam, serta potensinya lokasi dari objek wisata tersebut.

6. **How** (bagaimana perancangan dilakukan)

Perancangan dilakukan dengan menampilkan keindahan dan objek wisata kota Pagaralam dengan keunikan-keunikan yang dimilikii serta lokasi dari objek wisata tersebut dengan menggunakan media Motion Graphic dengan ilustrasi flat design.

Perancangan Motion Graphic wisata Kota Pagaralam ini disampaikan melalui media animasi. Motion Graphic merupakan susunan video desain grafis yang terdiri dari potongan-potongan

atau frame, digabungkan sehingga menghasilkan sebuah video yang berdurasi 2 menit. Video animasi Motion Graphic menyampaikan pesan secara komunikatif (sesuai dengan apa yang diterima dengan pesan yang disampaikan) kepada seluruh lapisan masyarakat agar mereka mengetahui bahwa kota Pagaralam juga memiliki destinasi wisata alam yang menarik, Motion Graphic ialah sebuah media informasi yang berisikan visual serta gambar animasi yang sangat menarik, tujuannya agar para wisatawan dapat lebih cepat menyerap maksud dari informasi dan lebih efektif dalam penggunaan waktu.

Informasi grafis yang dibuat terdiri dari beberapa bagian adegan dengan bumper berupa langkah proses berdurasi 2 detik untuk menampilkan tipografi. Terdiri bagian opening mencakup pembukaan pengenalan tempat wisata, scene materi apa yang akan disampaikan di dalam video mulai dari menampilkan gambar-gambar, informasi wisata atau tempat yang akan di promosikan, setelah itu video ditutup dengan grafis penutup, media pendukung berupa poster, X-banner, t-shirt, stiker, kerajinan yang dihasilkan masyarakat setempat. Penayangan Motion Graphic ini akan dilakukan di sosial media seperti website, facebook, youtube dan lain sebagainya disesuaikan dengan penggunaan media mana yang selalu atau sering dikunjungi dan mengalami peningkatan.

Konsep dalam Pembuatan video Animasi motion graphic:

1. Konsep Verbal

Perancangan Motion Graphic promosi untuk sektor pariwisata kota Pagaralam ini selain menggunakan metode Motion graphic yang menggerakkan suatu objek gambar yang semua tidak bergerak seolah olah bergerak, dan juga akan ditambahkan konsep verbal berupa narasi yang dibawakan oleh narrator dengan menggunakan Bahasa Indonesia yang sederhana agar pesan dan informasi dengan mudah dimengerti oleh audiens.

2. Konsep Visual

a. Format Visual

Perancangan Motion Graphic ini menggunakan unsur utama dalam bentuk *flat design* yang diolah dengan Software Adobe Photoshop untuk mengilustrasikan setiap objek tempat wisata kota Pagaram. Untuk itu perancangan perlu memperhatikan bagaimana agar *flat design* menjadi sorotan utama untuk mendominasi dalam pembuatan Motion Graphic. Dalam pembuatan Motion Graphic ini memakai Simbol-simbol agar semua orang yang melihat video animasi tersebut dapat memahami informasi yang disampaikan serta menggunakan tipografi sebagai penegas informasi video animasi.

b. Fotografi

Pengambilan foto-foto yang digunakan Motion Graphic untuk pembuatan konten pada promosi wisata kota Pagaram ini diperlukan foto yang menarik serta memperhatikan sisi estetis agar foto menarik minat target audiens, serta penggunaan foto berwarna akan lebih menampilkan kondisi kekinian secara menyeluruh dari tempat tersebut.

c. Visualisasi warna

Warna yang dipakai adalah warna cerah, dan pemakaian warna disesuaikan kembali dengan isi atau makna informasi yang akan disajikan dan apakah memiliki pengaruh pada audiens. Perpaduan warna yang dipakai pada perancangan media utama dan pendukung adalah :

- RGB (Red, Green, and Blue) akan diterapkan pada media elektronik.
- CYMK (Cyan, Magenta, Yellow, and Black) diimplementasikan pada media cetak.

d. Visualisasi Huruf

Pemilihan font pada perancangan Motion Graphic promosi wisata kota Pagaram menggunakan font dengan

tingkat keterbacaan jelas untuk diaplikasikan ke media elektronik maupun media cetak. Contoh font yang yang bisa digunakan seperti :

- **Comic Sans Ms**

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

- **Tahoma**

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Pembuatan ini menghasilkan media yang dapat mendukung iklan promosi animasi wisata kota Pagaralam dan menjadi kegiatan penghasilan tambahan masyarakat, diantaranya membuat kerajinan dari rotan yang terletak di Desa Muara Tenang kecamatan Dempo selatan kota pagaralam berupa alat-alat rumah tangga seperti keranjang rotan, kursi rotan, tutup saji, dan lain sebagainya. Hasil Motion Graphic ini juga dimanfaatkan oleh dinas Pariwisata Kota Pagaralam untuk mendukung promosi destinasi wisata yang lebih kreatif dan inovatif.

2.3 Pengertian Pendapatan (PAD)

Kawasan dari kota pariwisata yang ada di Indonesia salah satunya terletak di provinsi Sumatera Selatan kota Pagaralam. Kota yang merupakan daerah tujuan wisata dengan luas wilayah 633,66 Km² merupakan kota yang prioritas utamanya adalah sektor pariwisata. Upaya menjadikan sektor pariwisata sebagai sektor pendorong pertumbuhan ekonomi dirumuskan oleh Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata Republik Indonesia Tahun 2009, yakni(Guskarnali et al. , 2019):

- (1) Meningkatkan kemakmuran serta kesejahteraan masyarakat dengan membuka lapangan pekerjaan.

- (2) Mewujudkan pembangunan sektor pariwisata sehingga memberikan manfaat sosial, budaya, ekonomi bagi masyarakat, dan terpeliharanya lingkungan.
- (3) Meningkatkan kepuasan para wisatawan yang berkunjung.
- (4) Menciptakan iklim yang kondusif berfungsi sebagai pelayanan dalam mewujudkan kemakmuran masyarakat di sekitar lokasi objek wisata.

Pendapatan Asli Daerah (PAD) merupakan sumber yang paling penting untuk pembangunan masyarakat karena mencerminkan kemandirian dari kota pagaralam, sehingga hal tersebut dapat mendorong pendapatan asli daerah (PAD), Sumber PAD terdiri dari : pajak daerah, restribusi daerah, laba dari badan usaha milik daerah (BUMD), dan pendapatan asli daerah lainnya yang sah. Salah satu sumber PAD Kota Pagaralam adalah pada sektor pariwisata. PAD sektor pariwisata berasal dari pajak restoran, pajak hotel, pajak hiburan dan retribusi tempat rekreasi dan olahraga serta retribusi tempat penginapan/pesanggrahan/villa. PAD ialah penghasilan yang digunakan untuk kepentingan daerah, oleh karena itu kemampuan melaksanakan total anggaran, sehingga otonomi daerah dapat terwujud dengan baik. Media animasi Motion Graphic ini dapat menjangkau segala lini penjurur, karena bisa diakses kapan saja secara luas oleh wisatawan.

Motion Graphic merupakan media visual animasi yang efektif digunakan untuk kegiatan promosi dan publikasi karena menggabungkan audio, teks dan gambar secara terperinci serta dapat menghasilkan video ilustrasi objek pariwisata yang kreatif. Dengan adanya peningkatan wisatawan yang datang berkunjung diharapkan dapat meningkatkan PAD kota pagaralam.

2.4 Pentingnya Pengelolaan (PAD)

Pendapatan Asli Daerah PAD ialah bagian penting PEMDA dalam menjalankan kegiatan pemerintahan. Tujuan dari pengelolaan PAD adalah untuk mengetahui, menganalisa peran

pendapatan asli daerah. Kemampuan keuangan pemerintah akan tercermin dari kontribusi PAD yang dihasilkan oleh pemerintah daerah. Untuk meningkatkan penerimaan pendapatan asli daerah pemerintah daerah perlu melakukan analisis terhadap potensi mana yang harus dikembangkan serta apakah berada di lokasi yang strategis untuk di kembangkan dan memiliki peluang yang besar sebagai pemasukan daerah. Pengelolaan kekayaan daerah yang baik dapat memberikan manfaat serta sebagai kunci keberhasilan pembangunan ekonomi,

Menurut Undang-Undang Nomor 32 tahun 2004 pemerintahan daerah adalah penyelenggaraan semua urusan kegiatan pemerintah oleh pemerintah lokal dan DPRD menurut asas otonomi dan tugas pembantuan dengan prinsip otonomi seluas-luasnya dalam sistem dan prinsip NKRI sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia tahun 1945. Sumber keuangan daerah adalah sumber penghasilan daerah yang dapat dijadikan sebagai sarana untuk kegiatan pembiayaan daerah dan kas daerah. Dalam Undang-Undang Nomor. 33 Tahun 2004 pasal 5 disebutkan bahwa sumber penerimaan daerah terdiri dari (Ambarita et al. , 2016) :

Pendapatan Daerah sebagaimana dimaksud pada ayat (1) bersumber dari :

- a. Sisa lebih perhitungan anggaran daerah
- b. Penerimaan pinjaman daerah
- c. Dana cadangan daerah

Pendapatan asli daerah adalah pendapatan yang dihasilkan daerah dan dipungut berdasarkan peraturan perundang-undangan.

Pendapatan asli daerah bersumber dari :

- a. Pajak daerah
- b. Retribusi daerah
- c. Hasil pengelolaan aset daerah
- d. Pendapatan asli daerah yang sah

Pembangunan Daerah, kegiatan Pembangunan diartikan suatu proses usaha mewujudkan hasil yang akan dicapai melalui pemrosesan yang bertahap dan perubahan secara terencana dan sesuai dengan skema. Pembangunan daerah mencakup tiga inti nilai (Kuncoro & Todaro dalam Kuncoro 2004, h. 63) yaitu :

- a. Ketahanan (*sustenance*) yaitu kemampuan untuk dapat memenuhi kebutuhan pokok berupa (sandang, pangan, papan, serta kesehatan).
- b. Harga diri (*Self esteem*) yaitu proses pengerjaan pembangunan harusah memaanusiakan orang. Berarti pekerja yang melakukan pembangunan juga manusia yang memiliki perasaan dan harus tumbuh sikap peduli antar sesama dalam meningkatkan kebanggaan sebagai manusia.
- c. *Freedom from Servitude* Kebebasan bagi setiap masyarakat yang tinggal di suatu negara terutama di sekitar sektor pariwisata untuk berfikir, berperilaku, dan berusaha untuk berpartisipasi dalam pembangunan.

Berbagai kegiatan sebelumnya memperlihatkan bahwa pengelolaan retribusi yang baik disektor pariwisata dapat meningkatkan pendapatan asli daerah Perencanaan cukup optimal untuk melaksanakan pembangunan dan pengelolaan sehingga pembangunan pariwisata dapat berkembang secara bertahap tapi terus melanjutkan pembangunan.

BAB III

PERAN PERGURUAN TINGGI UNTUK MENUNJANG MOTION GRAPHIC PADA SEKTOR PARIWISATA

3.1 Peran Perguruan Tinggi dalam Memberikan Pembinaan kepada Masyarakat Terkait pada Sektor Pariwisata

Pendidikan adalah pondasi dalam kehidupan bangsa dan negara. Suatu bangsa dapat dikatakan berkembang dan mengalami kemajuan jika adanya dukungan masyarakat atau sumber daya manusia (SDM) yang baik, unggul dan berkualitas. Usaha untuk meningkatkan kualitas tersebut bisa dengan mengoptimalkan proses pendidikan. Pendidikan merupakan sebuah usaha yang direncanakan untuk mengembangkan keterampilan masyarakat atau sumber daya manusia agar (SDM) memiliki berbagai kemampuan yang memadai.

Keberadaan perguruan tinggi memiliki peran penting dalam mengembangkan sektor pariwisata di Indonesia, khususnya dapat membina masyarakat atau sumber daya manusia (SDM) dalam memberikan kontribusi di sektor pariwisata. Manusia ialah sumber daya yang mampu membuat sumber daya organisasi lainnya dapat bekerja sama sehingga berdampak langsung bagi kemajuan dan perkembangan perusahaan termasuk kemajuan industri pariwisata. Sumber daya manusia (SDM) diterima sebagai bagian penting terkait pengembangan pariwisata. Hampir seluruh tahap serta elemen yang ada di sektor pariwisata membutuhkan sumber daya manusia (SDM) untuk menggerakannya. Lain kata, faktor SDM ini mempunyai tingkat pengaruh yang cukup tinggi dalam menumbuhkan ekstensi pariwisata (Aryaningtyas & Maria Th, 2021).

Untuk memajukan pembangunan dan kemakmuran masyarakat, sehingga dibutuhkan pendekatan pengembangan pariwisata termasuk peran aktif masyarakat lokal melalui pengembangan tempat wisata. Salah satunya kota yang berada di

Sumatera Selatan yang masih dalam tahap perintisan tempat wisata ialah Kota Pagaralam. Kota Pagaralam ini masih memerlukan bimbingan bagi masyarakat agar bisa mengupayakan kegiatan-kegiatan pada sektor pariwisata secara profesional.

Penguatan di sektor pariwisata ini adalah bagian dari penguatan kekuatan nasional untuk memperkuat kawasan sektor pariwisata. Alasan memilih untuk memperkuat sektor pariwisata, karena diakui mempunyai kedudukan yang dapat meningkatkan ekonomi Bangsa Indonesia.

Agar dapat menunjang keberhasilan suatu wisata dibutuhkan cara dan strategi Agar dapat mendukung keberhasilan suatu sektor pariwisata dibutuhkan cara atau strategi, yang dimana strategi ini kiat- kiat untuk mencapai dari suatu pengembangan ide. Salah satu strategi yang baik dan menjadi stakeholder adalah strategi penguatan pariwisata dengan cara melalui pemberdayaan masyarakat. Menurut Chandler strategi adalah sebuah alat yang digunakan untuk mencapai tujuan suatu perusahaan dalam jangka panjang, program tidak lanjut serta prioritas alokasi sumber daya. Sedangkan menurut Glueck dan Jauch (Sedarmayanti 2014:2) strategi ialah rencana yang disatukan, luas dan berintegrasi yang menghubungkan keunggulan strategi perusahaan dengan tantangan yang ada lingkungan, kemudian dirancang untuk memastikan tujuan utama dari perusahaan dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh organisasi(Asri, Nuryah Sj & Basith, 2017).

Dengan demikian strategi yang digunakan dalam pembangunan pariwisata diharapkan menjadi model pembangunan pariwisata berkelanjutan sesuai dengan kebijakan pemerintah dibidang pariwisata. Pembangunan berkelanjutan diformulasikan sebagai suatu pembangunan yang mampu memenuhi keperluan maupun kebutuhan hari ini tanpa mengurangi kemampuan dan potensi generasi yang akan datang dalam memenuhi kebutuhan mereka.

Implementasi dari gagasan atau ide ini dapat diterapkan pada program pengembangan pariwisata, harus mampu

mengembangkan pariwisata dalam hal penjagaan ketahanan lingkungan. Selain itu, hasil dari strategi maupun program yang dibuat mampu memberikan peran terhadap perkembangan ekonomi negara, memajukan kualitas hidup masyarakat hingga mampu dan berusaha menjaga keberlanjutan pariwisata.

Perguruan tinggi memiliki kontribusi yang cukup besar kepada masyarakat untuk memberikan pemberdayaan dan pembinaan yang berhubungan dengan sektor pariwisata, salah satunya ialah melalui video motion graphics. Dengan video motion graphics masyarakat dapat mengerti terkait pemahaman dan pengetahuan terhadap posisi, peran dan kedudukannya dalam konteks pembangunan kepariwisataan di Pagaram. Meningkatkan kapasitas dan peran aktif dalam pembangunan kepariwisataan di Pagaram khususnya dalam mewujudkan sadar wisata dan sapta pesona.

Pemberdayaan dan pembinaan ini berhubungan dengan respon-respon masyarakat. Setiap perguruan tinggi memiliki hubungan dengan masyarakat. Masyarakat adalah sekelompok orang yang berada di luar perguruan tinggi namun tidak dapat dikendalikan. Di dalam masyarakat yang tidak terkendali tersebut, ada pemerintah dan berbagai kelompok-kelompok lain. Sehingga pada pemberdayaan dan pembinaan ini dapat dilihat dengan jelas hubungan antara perguruan tinggi dengan masyarakat yang berada di luar, seberapa jauh jalinan hubungan ini akan dilakukan sehingga memberikan faedah bagi kedua belah pihak. Pemberdayaan dan pembinaan ini juga menunjukkan bahwa perguruan tinggi bekerja dengan sungguh-sungguh dan bergerak untuk memberikan pembinaan yang baik terhadap tuntutan dan kebutuhan masyarakat di bidang pariwisata.

Perguruan tinggi merupakan pelaku dalam pembinaan promosi pariwisata di Pagaram, disebut sebagai pelaku dikarenakan perguruan tinggi bisa membina masyarakat Pagaram mengenai pariwisata serta mengajukan sarana dan prasarana penunjang kepada Dinas Pariwisata. Adapun cara yang dilakukan

perguruan tinggi terkait pemberdayaan dan pembinaan tempat wisata di Pagaralam yakni dengan membantu mempromosikan tempat wisata, mempublikasikan tempat wisata melalui sosial media, Sumber Daya Manusia yang berkualitas, memberikan motivasi kepada masyarakat seperti kelompok wisata, ibu-ibu PKK, karang taruna serta membina masyarakat untuk mengelolanya.

Masyarakat setempat yang berada di Kota Pagaralam memiliki peran penting dalam mengembangkan tempat wisata di Kota Pagaralam karena sumber daya, keunikan tradisi serta budaya yang sangat melekat pada komunitas adalah bagian-bagian utama penggerak kegiatan tempat wisata. Di lain pihak, masyarakat setempat yang hidup berdampingan dengan objek wisata di Kota Pagaralam menjadi bagian dari sistem ekologi yang saling berkaitan satu sama lain.

Perkembangan tempat wisata yang berhasil itu tergantung dengan tingkat dukungan dan penerimaan masyarakat.

Dukungan dari masyarakat lokal atau dikenal dengan dengan Community Based Tourism adalah hasil pengembangan masyarakat yang memberikan peluang pembangunan yang menyebarkan manfaat yang tidak ada ke seluruh komunitas selain komunitas tersebut. Dengan adanya dukungan dari masyarakat bermanfaat untuk mengembangkan ekonomi, serta dapat memberdayakan masyarakat setempat dengan keterampilan untuk mengembangkan perusahaan pariwisata.

Pengelolaan sektor pariwisata diharapkan dapat mengalami perkembangan yang cukup baik, salah satunya dengan cara perencanaan berbasis masyarakat. Perencanaan berbasis masyarakat merupakan jenis perencanaan yang menitikberatkan pada tingkat akar rumput komunitas-komunitas sebagai alternatif dari pendekatan top down.

Dalam pola membangun sektor pariwisata yang berkelanjutan, pengaruh kedudukan masyarakat menjadi cukup penting. Pembangunan sektor pariwisata harus dilandaskan dengan

kriteria keberlanjutan yang berarti pembangunan dapat didukung secara ekologis dengan jangka waktu yang panjang serta layak secara ekonomi, adil secara etika dan sosial terhadap masyarakat.

Model pemberdayaan masyarakat menurut (Dhamotharan, 2009) ada 7 macam diantaranya ialah (Purwanti, 2019) :

1. Pengembangan suatu Hubungan atau Relasi. Dalam tahap ini harus ada hubungan yang saling percaya antara anggota masyarakat yang satu dengan yang lainnya dan antara masyarakat dengan pihak luar seperti penyedia fasilitas, narasumber, pemerintah, dan sebagainya.
2. Menemukan Kapasitas atau Daya Tampung. Dalam tahap ini masyarakat mulai memahami dan menyadari kemampuannya di masa lampau dan juga mengetahui masalah yang sedang dialami oleh masyarakat pada saat itu, bagaimana masyarakat mampu memecahkan masalah tersebut, struktur organisasi apa yang akan digunakan. Masyarakat mencoba untuk menemukan serta memahami terhadap potensi apa yang telah mereka miliki, kekuatan atau kelemahan masyarakat, serta potensi sumber daya apa yang dimiliki.
3. Menumbuhkan Tujuan dan Cita-Cita Masyarakat. Dalam tahap ini masyarakat diminta untuk membangun tujuan serta cita-citanya. Cita-cita ialah gambaran mengenai masa depan yang positif. Setelah memiliki cita-cita, kemudian masyarakat mengembangkannya menjadi visi. Visi ialah terjemahan dari cita-cita menjadi gambaran jangka panjang yang jelas dan dapat menumbuhkan komitmen yang kuat dan motivasi serta arah untuk melakukan tindakan.
4. Arah Tindakan Masyarakat. Dalam tahap ini masyarakat mampu menentukan tujuannya dengan jelas bagi kegiatan-kegiatannya. Tujuan ini dirumuskan dengan jelas dan disetujui masyarakat.
5. Merancang Tindakan Masyarakat. Dalam tahap ini masyarakat merancang atau membuat suatu tindakan dengan cara menginterpretasikan semua visi, tujuan serta kegiatan ke dalam rencana yang logis dan sistematis. Selama proses membuat suatu

rencana, masyarakat diharapkan mencoba menggunakan sumber daya internal maupun eksternal.

6. Melaksanakan Kegiatan yang telah disusun. Pada tahap ini, masyarakat melakukan kegiatan yang sudah disusun. Dalam tahap ini input internal maupun eksternal harus diatur, agar semua kegiatan yang direncanakan dapat terlaksana dengan sukses dan berhasil.
7. Mendokumentasikan hasil dan hal yang dipelajari. Pada tahap yang terakhir, masyarakat menjalankan refleksi terhadap hasil yang sudah dicapai. Refleksi ini dilakukan oleh kelompok masyarakat dengan semua pihak-pihak luar yang terlibat. Dokumentasi adalah evaluasi mengenai proyek, rencana dan aksi untuk menilai berhasil atau tidaknya suatu perencanaan maupun pelaksanaan kegiatan sejalan dengan visi ataupun tujuan yang telah ditentukan.

3.2 Peran Perguruan Tinggi untuk Memberikan IPTEK ke Masyarakat Terkait Sektor Pariwisata

Ilmu Pengetahuan dan Teknologi (IPTEK) adalah bidang yang mendalami tentang berbagai berita serta pengetahuan pada teknologi di banyak bidang. Masa sekarang atau era modern seperti saat ini, peran teknologi sangat dibutuhkan di berbagai bidang dalam kehidupan. Kehidupan manusia di masa sekarang saat ini utamanya dipengaruhi karena berkembang pesatnya ilmu pengetahuan dan teknologi (IPTEK) dan sudah tidak bisa lagi dihindari dalam dunia pembelajaran.

Adapun desakan global yang mendesak bahwa dalam dunia pembelajaran harus menyesuaikan perkembangan teknologi terhadap usaha untuk memajukan mutu dunia pembelajaran, harus direalisasikan penyesuaian penggunaan IPTEK bagi dunia pembelajaran khususnya pada proses belajar mengajar (Budhi Pamungkas Gautama et al., 2020).

Seperti yang dapat kita ketahui, tingginya data yang

menggunakan teknologi informasi di Indonesia, terutama Handphone dan penggunaan jaringan. Demikian penggunaan aplikasi sosial di Indonesia mencapai 87,13% dari penggunaan jaringan, menggambarkan bahwa teknologi dan informasi telah mencapai bagian dari kehidupan manusia. Tentu saja hal ini berdampak besar pada masyarakat sekitar untuk pengguna teknologi dan informasi ini, baik langsung atau tidak langsung. Dengan perkembangan teknologi saat ini, banyak aspek-aspek yang terpengaruh salah satunya yaitu dunia pendidikan. Perkembangan teknologi dan informasi untuk dunia pendidikan dapat memberikan banyak manfaat bagi tenaga didik dan peserta didik untuk melakukan pembelajaran dengan mudah dengan teknologi yang berkembang saat ini.

Pendidikan adalah faktor yang wajib ada demi capaian tujuan pendidikan berdasarkan kebutuhan peserta didik dan tenaga didik. Sebuah tantangan didalam persaingan dunia yang sedang dialami oleh negara kita Indonesia masa sekarang tidaklah mudah, akan indonesia mempunyai tujuan dan cita-cita agar negara ini maju dan berkembang di tahun 2045. dengan hasrat, asa serta pencapaian bahwa di zaman yang akan datang negara ini akan lepas dari predikat negara menengah kebawah, dan sejajar dengan negara adidaya. Salah satu tumpuan majunya negara adalah pendidikan dan generasi SDM baik, unggul dan berkualitas. Dengan ini perguruan tinggi mempunyai tugas utama dalam menyelenggarakan dunia pendidikan yang krratif, yang berorientasi pada bidang IPTEK yang rata diseluruh bagian tanah air Indonesia.

Pentingnya suatu pendidikan sudah menjadi bukti dalam kemajuan generasi millennial serta pendirian globalisasi. Lewat berkembangnya layanan digital telah tercipta suatu inovasi mengenai kedisiplinan, batas pembelajaran, batas etika, batas praktik dan skill, dan sebagainya. Semua dosen dan anak didik, serta penduduk lainnya saat ini butuh pertimbangan nyamannya dan skillnya terkait digunakannya teknologi dan informasi digitalisasi. Dengan memiliki inovasi, pemikiran, dan skill yang

perlu untuk digunakan dalam teknologi sebagai ditunjangnya ksgiatan. Solusi ini membutuhkan kerjasama dari berbagai instansi khususnya diperguruan tinggi dalam hal pemberian pengetahuan dan skill sesuai dengan batas yang telah ditetapkan pemerintah dan institusi.

Dunia Pendidikan mengusung fungsi tridharma antara lain ialah sebagai berikut :



Ketiga dharma ini saling berhubungan antara lain ialah pembelajaran: teoretik, penelitian: inovasi harus secara penuh mendukung, dan mengabdikan: transformasi. Penelitian dilakukan bukan untuk alasan pribadi, kredit, naiknya pangkat, ataupun uang. Ketika melaksanakan suatu penelitian terdapat tujuan utama yakni demi keutamaan masyarakat, khususnya penelitian sosial. Maka, capaian penelitian harus ada feedback ke masyarakat. Penelitian harus ditingkatkan dengan Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat yang sesuai dengan kepentingan masyarakat. Penelitian harus mempunyai dampak yang positif, masyarakat bukan sekedar responden. Jenis penelitian bermacam-macam seperti dasar, perkembangan, survei, eksplorasi, aplikatif dan lain-lain. Tidak seluruh penelitian dapat kita tindaklanjuti dengan PPM. Tetapi, banyak hasil penelitian dapat dilanjutkan ke aksi PPM. Penelitian menghasilkan pengetahuan yang memiliki nilai kebenaran, empirik dan dapat dipertanggung jawabkan. Jika hal itu di PPM kan, kualitas PPM akan meningkat, artinya dampak kepada sasaran lebih berguna. Sumbangan perguruan tinggi terhadap masyarakat lewat PPM juga lebih signifikan. Perguruan tinggi tidak lagi bercitra sepihak, tak tersentuh dan tak mau menyentuh dan masyarakat lebih merasa dekat dengan perguruan tinggi(Febriantoko & Rotama, 2018).

IPTEK dan perguruan tinggi ini saling berpartisipasi untuk menguatkan perekonomian serta meningkatkan kesejahteraan warga negara Indonesia. Perihal ini bisa kita lihat dari kecanggihan teknologi yang telah dilahirkan di sektor Pariwisata. Perguruan tinggi di Indonesia telah membuat inovasi yang melahirkan manfaat yang berdampak langsung bagi masyarakat.

Kegiatan memperkenalkan IPTEK kepada masyarakat merupakan bentuk keterlibatan universitas untuk mengimplementasikan IPTEK.

Kegiatan memperkenalkan dan memberikan wawasan mengenai IPTEK kepada masyarakat adalah bentuk pendidikan tinggi yang melibatkan fakultas dan mahasiswa untuk tujuan transformasi IPTEK. Kegiatan seperti ini cenderung menunjuk kepada visi perguruan tinggi. Perguruan tinggi cenderung memiliki visi dan karakter tersendiri, oleh karena itu ditekankan pada kegiatan pengembangan IPTEK.

Adapun bentuk memperkenalkan dan memberikan wawasan mengenai IPTEK yang dilakukan oleh perguruan tinggi kepada masyarakat adalah melalui motion graphics yang merupakan salah satu bentuk kecanggihan dan kemajuan IPTEK.

Motion graphics ini ialah suatu jenis animasi gabungan antara teks, grafik, warna, dan gerakan untuk membuat video secara visual yang dapat dipergunakan dengan berbagai cara, tujuan, dan gaya, untuk ilustrasi, tipografi, fotografi, video, musik, dll dirancang dengan teknik animasi 2D atau 3D. Motion Graphic ialah teknik animasi bergerak agar objek yang terlihat lebih dinamis atau menarik.

Dalam pembuatannya, Motion Graphic tersebut terdiri dari elemen-elemen penting agar penonton tidak merasa jenuh dan bosan. Dengan begitu, penonton yang melihatnya tentu saja akan tertarik dengan apa yang kita tampilkan. Berbeda dari yang lain, motion Graphic memungkinkan kita membuat animasi yang awalnya tidak mungkin menjadi mungkin. Kita dapat membuat berbagai animasi yang memungkinkan kita membuat hewan atau

tumbuhan yang dapat berbicara, atau juga kendaraan yang berubah menjadi manusia. Promosi ini dapat dibuat lebih sederhana dan mudah diingat karena menarik perhatian penonton. Menggunakan video biasa tanpa motion graphic memakan waktu yang terlalu lama, tetapi Motion Graphic memberikan waktu yang lebih efisien. Dengan begitu, para penonton tidak akan merasa bosan karena video terlalu panjang dan lebih tertarik dengan promosi yang dilakukan akan lebih mudah diingat. Jika kita akan melakukan promosi melalui Live Action, tentunya membutuhkan aktor, peralatan kamera yang canggih, dan juga setting background yang digunakan untuk syuting, tentunya cukup memberatkan dari segi biaya dan waktu proses pembuatannya. Namun dengan Motion Graphic, kita hanya perlu mengunduh beberapa aplikasi atau software di laptop atau komputer. Bahkan di zaman yang canggih seperti ini sudah banyak aplikasi yang terunduh di Handphone yang bisa kita gunakan untuk membuat motion graphic sederhana.

Motion Graphics ini mempunyai pengaruh yang besar di dalam sektor pariwisata.

Dengan adanya motion graphics, baik dosen maupun mahasiswa yang berada di perguruan tinggi dapat memperkenalkan dan memberikan gambaran kepada masyarakat berupa tempat wisata yang terletak di wilayah Sumsel yakni Pagaralam melalui motion graphics secara visual.

Pariwisata adalah gaya hayati rakyat modern, sektor ini mampu menjadi sarana dalam hal peningkatan pendapatan baik bagi pemerintah pusat maupun daerah yang berpengaruh pada peluang yang dapat memberi keuntungan, maka dari itu sektor ini harus diperkenalkan kepada masyarakat.

Motion graphics ialah media IPTEK yang cukup efisien, sebab pada perancangan motion graphics terdapat teks dan gambar yang dapat menginformasikan secara rinci dan detail mengenai kota Pagaralam. Selain itu, dapat memberikan informasi kepada masyarakat yang mau berkunjung ke objek-objek wisata yang ada di kota Pagaralam, sehingga dengan berkunjungnya wisatawan ke

kota Pagaralam diharapkan dapat meningkatkan pendapatan daerah Kota Pagaralam. Motion graphic ini nantinya dapat diakses oleh calon wisatawan di website maupun sosial media dinas pariwisata kota Pagaralam, yang menjadikan informasi tentang objek-objek wisata yang terdapat di Kota Pagaralam. Perancangan motion graphics ini berisi terkait mewakili informasi objek wisata dalam format vektor agar lebih menarik, unik dan mudah dikenali oleh masyarakat umum, beberapa ikon dari objek wisata Kota Pagaralam disederhanakan bentuknya menjadi icon yang nantinya dapat mewakili bentuk dari objek wisata Kota Pagaralam.

3.3 Peran Perguruan Tinggi di dalam Sumbangsih Tukar Pikiran/Memberikan Ide/Gagasan kepada Pemerintah pada Sektor Pariwisata

Negara Indonesia mempunyai kekayaan berupa sumber daya alam yang melimpah dan beragam di berbagai daerah yang ada di Indonesia. Keanekaragaman tersebut dikarenakan adanya pengaruh letak geografis masing-masing daerah. Perihal tersebut mengakibatkan, setiap daerah memiliki lokasi yang unik dan beragam dengan pemandangan yang indah, dan berbagai komoditas khusus yang menghasilkan teknik dan produk lokal yang berbeda yang unik di wilayah tersebut. . Selain itu setiap daerah juga memiliki kebiasaan, adat istiadat dan kesenian dengan ciri khasnya masing-masing yang menjadi obyek wisata bagi para wisatawan baik dari dalam negeri maupun dari luar negeri. Potensi masing-masing daerah di Indonesia sebagai daya tarik wisata yang unik dan khas tidak hanya memberi pengetahuan dan hiburan bagi wisatawan namun dapat membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat setempat yang pada akhirnya diharapkan mampu meningkatkan pendapatan masyarakat di daerah tersebut.

Pariwisata ialah sumber devisa negara dengan potensi, status dan kontribusi yang cukup besar untuk mendorong pertumbuhan ekonomi negara. Sektor pariwisata Indonesia mudah

berkembang jikalau dilakukan perbaikan infrastruktur, keamanan dan manajemen yang baik untuk mewujudkan sektor pariwisata yang memiliki daya tarik tinggi untuk wisatawan lokal dan wisatawan asing. Dalam hal ini, keinginan untuk melakukan wisata kembali dapat dibangkitkan. Secara umum, akan berdampak positif bagi bangsa dan negara Indonesia.

Peningkatan di sektor pariwisata ini mampu membangkitkan tingkat perekonomian, yang berarti bahwa lapangan kerja, pendapatan masyarakat, pendapatan lokal dan pendapatan mata uang asing pemerintah dapat ditingkatkan dengan mengembangkan berbagai kemungkinan pariwisata domestik. Kebijakan Pemerintah Daerah (PEMDA) dalam membangun sektor pariwisata cukup penting posisinya untuk mendukung keberhasilan pengembangan pariwisata di tanah air. Pengembangan dan pertumbuhan pariwisata memerlukan perencanaan untuk memastikan bahwa pembangunan berlanjut di sepanjang lintasannya dan mendukung kapasitas. Pembangunan yang dilakukan di wilayah objek wisata mampu memberikan sumbangsih yang besar jika dapat dikelola dengan baik, karena sumbangsih bagi daerah yang bersangkutan, pariwisata dapat memacu pertumbuhan kawasan sekitar objek wisata tersebut.

Perguruan tinggi dengan tridarmanya dituntut selain menciptakan sumber daya manusia (SDM) yang baik, unggul dan berkualitas, juga diharapkan mampu mewujudkan penelitian- penelitian yang berhubungan mengenai potensi daerah yang dapat mendukung industri sektor pariwisata. Kemenristekdikti setiap tahunnya mempersiapkan dana untuk penelitian kompetitif nasional maupun penelitian desentralisasi yang difokuskan untuk dosen-dosen yang berada di perguruan tinggi negeri maupun swasta yang dapat dikerjasamakan dengan pemerintah daerah. Penelitian-penelitian yang dilakukan mampu memiliki roadmap yang jelas dari hulu sampai ke hilir yang diharapkan mampu dimanfaatkan untuk mendukung tumbuhnya industri pariwisata dengan baik sehingga dapat membuka

lapangan kerja baru dan dapat meningkatkan pendapatan daerah dan masyarakat.

Kota Pagaralam jika diperhatikan dengan teliti sebenarnya wilayah yang mempunyai potensi wisata alam yang luas, bahkan Kota Pagaralam ini ialah salah satu dari 10 daerah tujuan wisata utama di Sumatera Selatan yang paling banyak diminati para wisatawan. Dengan alam yang arsi serta budaya yang dimiliki, Pagaralam banyak menawarkan berbagai daya tarik wisata. Serta, ditunjang oleh potensi pasar wisatawan, Pagaralam juga tidak kalah besarnya mengingat jumlah masyarakat setempat yang berada di Kota Pagaralam yang cukup tinggi. Wisata alam, budaya dan seni ialah hal yang lumrah di kawasan Pagalalam, dan terdapat keunikan lokal yang membuat produk wisata Pagalalam mampu bersaing dengan daerah lain di Sumatera Selatan.

Dalam mengembangkan daya tarik para wisatawan dibutuhkan strategi yang baik dan benar. Untuk mencapai hasil yang maksimal sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai, diperlukan untuk menyusun strategi, analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) yang merupakan pendekatan yang dapat digunakan untuk menilai kondisi fisik dan kondisi di sekitar lokasi wisata yang ada di Kota Pagaralam. Strategi ini nantinya dapat dikembangkan bersama antara perguruan tinggi dan pemerintah Kota Pagaralam. Saran perguruan tinggi akan dijadikan sebagai salah satu masukan dalam kaitan pengembangan daya tarik wisata.

Dengan adanya Motion Grapic ini, pemerintah sangat terbantu karena adanya bantuan dari perguruan tinggi sehingga mereka tidak perlu susah payah lagi dalam menciptakan strategi-strategi agar meminimalisirkan kelemahan untuk menghindarkan dari ancaman, selain itu Motion Grapic ini juga memudahkan masyarakat dalam memahami strategi-strategi dalam menjalankan tempat wisata.

Kota Pagaralam mengalami kendala terkait promosi pariwisata yang dinilai kurang memadai dan tidak efektif. Terkait kurangnya promosi pariwisata ini disebabkan karena masyarakat

setempat belum memprioritaskan tempat wisatanya sebagai objek pariwisata yang dapat pembangunan perekonomian daerah sehingga dana yang dianggarkan masih belum mencukupi untuk mengembangkan produk-produk wisata yang akan dipasarkan atau dipromosikan.

Promosi pariwisata ini dapat dibantu dengan tersedianya sarana maupun prasarana yang menarik dalam objek wisata, sehingga dapat menarik pengunjung untuk berwisata kembali ke Kota Pagaralam. Program pengembangan sektor pariwisata ini adalah gambaran tentang strategi untuk mengembangkan potensi pariwisata yang sudah diterapkan di Kota Pagaralam. Strategi ini terbentuk melalui dengan adanya pemanfaatan sumber daya, adanya pendanaan, adanya sarana maupun prasarana yang dimiliki untuk melakukan upaya pengembangan potensi sektor pariwisata.

BAB IV

KONSEPSI PENELAHAAN MODEL MOTION GRAFIK

4.1 Model Motion Graphic

Motion yang berarti gerak dan juga graphic ialah grafik maka jika digabungkan dengan singkatnya motion graphic merupakan grafik bergerak. Motion Graphic merupakan video animasi yang mencakup berbagai unsur ukuran, huruf, dan bentuk tiga dimensi lalu kemudian dibuat dengan berbagai aplikasi visual.

Motion Graphics dapat berupa teks dan gambar. Teks dengan gambar yang digabungkan menjadi satu berjalan dalam ruang dan waktu, memakai gerak dan ritme untuk menghubungkannya. Motion graphic juga merupakan kategori animasi yang memanfaatkan animasi dengan berbagai bagian desain dalam kelompok komponennya yang membutuhkan proses panjang.

Sebagai aturan, data adalah konsekuensi dari penanganan informasi dalam struktur yang lebih berguna dan lebih signifikan bagi penerima. Motion graphic ini juga merupakan salah satu jenis konten digital yang pemanfaatannya terus-menerus dilakukan oleh suatu perusahaan atau organisasi untuk memberikan data yang luas, misalnya iklan bantuan masyarakat, profil organisasi, dan perangkat khusus. Hiburan virtual juga dapat dimanfaatkan untuk menyebarkan konten.

Maka penggunaan dari animasi berupa Motion Graphic dapat dijadikan sebagai solusi yang mempunyai tujuan untuk dapat menangani keterbatasan antara ruang dan waktu dan menciptakan gairah belajar. Motion graphic istilah untuk memberikan berbagai solusi desain grafis profesional dalam menghasilkan suatu desain komunikasi yang baik dan efisien untuk pemanfaatan dalam dunia internet. Pada dunia promosi, informasi, dan hiburan. Animasi ini merupakan gambar statis yang ditampilkan secara berurutan sehingga gambarnya akan menjadi gambar yang bergerak. Selain

sebagai hiburan, animasi juga telah menjadi penunton, penginspirasi, juga sebagai sarana sosialisasi.

Selain itu, animasi motion graphic memiliki keunggulan dalam memunculkan minat dan motivasi dalam proses belajar mengajar, menjelaskan konsep yang kompleks dan menyajikan gambar yang lebih realistis. sangat membantu siswa dalam proses belajar. juga membantu dalam mengatasi permasalahan yang memerlukan solusi baru, khususnya berupa media baru berbasis motion graphic ini. Yang nantinya dapat digunakan sebagai bahan edukasi dan sosialisasi baru yang dapat diakses oleh masyarakat umum melalui media sosial(et al. , 2021).

Motion graphic sebagai saluran yang ditujukan kepada audience atau masyarakat dalam memberikan sebuah informasi fasilitas aplikasi yang mana nantinya akan dialokasikan ke media sosial dan public dalam segi memikat perhatian kepada audience dengan animasi yang memikat dari aspek-aspek motion graphic yang bisa memberikan kesan dengan memakai pendekatan pendekatan emosional, artistik, kreatif, rasional dan unique selling point untuk memberikan informasi yang jelas kepada target audiens. Menggabungkan rekaman video atau animasi agar bisa mewujudkan sebuah ilusi gerak atau fantasi serta audio agar dapat menghasilkan output multimedia, untuk iklan fasilitas masyarakat yang berbentuk video atau animasi juga mudah dipublikasikan melalui sosial media seperti youtube atau televisi. Dengan menggunakan video motion graphic informasinya edukatif dan informatif dengan memanfaatkan fasilitas yang lengkap dengan background musik dan personalitas yang terdapat pada video.

Semakin berkembangnya zaman maka berkembang juga konten multimedia dan juga media komunikasi visual gerak (dinamis) memberikan peluang bagi peneliti dalam menyampaikan berbagai informasi yang menarik, dinamis dan mudah dipahami dengan memanfaatkan media visual gerak berbasis animasi motion graphic. Beberapa tahun terakhir banyak didapati pengujian

animasi visual yang akan digunakan ke beberapa media elektronik seiring dengan kemajuan teknologi media digital.

Motion graphic berguna untuk memberikan informasi atau pesan dalam bentuk gambar yang bergerak dengan disertai audio dan juga tulisan yang merupakan sebagai menarik audiens atau masyarakat yang mana informasi tersebut dapat lebih mudah untuk dipahami. Motion graphic ini juga dapat digunakan sebagai sarana dalam proses belajar, hiburan, konten media sosial maupun berita serta digital marketing. Motion graphic ini merupakan sebuah pemanfaatan dalam konten media sosial sebagai brand yang gunanya untuk menarik followers, terkadang juga motion graphic ini digunakan dalam berita serta akun-akun media sosial negara.

Ada beberapa jenis motion graphic :

1. video Motion graphic dua dimensi, bisa membentuk sebuah ilustrasi struktur dengan gerakan tiga dimensi. yang memuat gambar pada layar dan proyeksi yang mencakup panjang dan lebar, namun tidak dalam, yang terlihat seperti tempat atau ruang dua dimensi yang terdapat pada tiga ruang dimensi.
2. Motion graphic tidak mesti pindah posisi, asalkan sesuatu yang berpindah dalam jangka waktu tertentu pada objek tersebut. Contohnya, pada layar akan memuat sebuah pokok font, font tersebut hanya diam tidak berpindah tempat melainkan akan adanya perubahan dalam dirinya seperti dalam durasi tertentu font tersebut berubah warna.
3. motion graphic terus digunakan dalam media, namun pada saat yang sama tidak aktif sepanjang waktu. diperkenalkan secara langsung dan klien tidak memiliki perintah penuh atas motion graphic.

Motion graphic merupakan solusi yang digunakan beberapa ahli visual untuk membuat rencana korespondensi yang dinamis dan kuat untuk film, televisi, dan internet disebut sebagai grafik gerak. Memindahkan gambar dan kemudian memberikan gambar dengan koherensi sehingga tampak bergerak adalah dua opsi untuk

prosedur grafik bergerak/gerak. Untuk membuat grafik gerak yang efektif, ada beberapa hal yang perlu dipikirkan:

1. Spatial, Selama proses koreografi animasi, sangat penting untuk menyadari berbagai faktor, termasuk spasial, seperti instruksi, ukuran, arah referensi, gerakan, perubahan gerakan lain, dan hubungan antara gerakan dan batas bingkai . Gerakan frame juga dimaksudkan dari simulasi kamera atau gerakan sebenarnya.
2. Temporal, yang meliputi waktu dan kecepatan, memainkan peran penting dalam gerakan koreografi. Waktu dinyatakan secara numerik dalam bentuk frame per detik (fps) baik dalam video maupun film. Kecepatan maksimum yang dapat dimainkan animasi untuk membuat ilusi terus menerus ditunjukkan oleh frame rate ini. Untuk film komersial, frame rate standar pada film adalah 24 fps.
3. live action atau Sangat realistis, bekerja dengan konten yang nyata, ada beberapa variabel yang perlu dipertimbangkan termasuk struktur atau pengaturan, properti film, dan properti yang sesuai dengan kehidupan, misalnya, nada, kontras, pencahayaan, kedalaman bidang, pusat, titik kamera , ukuran bidikan, dan outline portabel.
4. Dalam desain grafis, tipografi adalah cara untuk menyusun sebuah pesan. Dalam hal penggunaan jenis, ada beberapa opsi yang dapat digunakan berdasarkan persyaratan, seperti jenis huruf, berat, huruf kapital atau huruf kecil.

Tujuh tips membuat motion graphic

1. Merancang personal branding

Ketika membuat desain visual, setiap orang memiliki kualitas dan karakteristiknya masing-masing. Akibatnya harus mengembangkan merek pribadi. Video yang dihasilkan adalah permukaan lukisan yang disiapkan. Jika terlihat seperti itu, itu adalah dibuat dengan warna, bentuk, dan struktur yang reflektif.

2. Bercerita

Buat video yang dapat menyampaikan sebuah cerita. seolah-olah bisa berhubungan dengan kehidupan penonton. Tentu saja penonton akan lebih tertarik jika video tersebut dipilih untuk bercerita. Buatlah motion graphic yang relevan dengan kehidupan penonton dan Sebuah subjek.

3. Menjelaskan

salah satu tujuan dari motion graphic adalah untuk memberikan penjelasan yang mendalam dan dapat dimengerti tentang sesuatu hal. Ada peristiwa yang kadang-kadang perlu dinarasi. Artinya video yang dibuat dapat menampilkan sesuatu. Biasanya hal ini sangat berguna untuk film atau video tutorial.

4. Latihan dari Nol

Mulai dari awal Pelatihan adalah bagian terpenting dalam membuat grafik gerak yang baik. Bekerja dalam menguasai beberapa aplikasi atau alat melalui latihan. Tentu saja, video akhir akan lebih baik jika keterampilan lebih matang. Cobalah membuat grafik gerak dari awal hanya menggunakan beberapa alat dan komponen sederhana.

5. Gunakan Motion Tracking

Manfaatkan pelacakan gerak untuk memberikan tampilan yang lebih sinematik pada video motion graphic. Teknik pelacakan gerak bisa sangat membantu. Berfokus pada satu hal, hal ini merupakan strategi dalam pembuatan video motion graphic. Diibartkan seseorang berdiri di trotoar sementara orang lain bergerak, hal seperti ini disebut transisi dan metode ini sangat bermanfaat.

6. Berani Mencoba Sesuatu yang Kreatif

keberanian ber-eksperimen dengan cara yang kreatif. Dalam sebuah video, Anda tidak boleh membatasi diri untuk memudahkan, memutar, atau memperluas ruang. Secara alami, grafik gerak yang inovatif berpotensi menarik lebih banyak pemirsa yang senang menggunakannya. Penonton akan lebih cenderung memperhatikan dengan cara ini.

7. Berani Mencoba Tools yang Beragam

dapat ber-eksperimen dengan berbagai alat, dari Adobe Premiere Pro hingga After Effects. Berusahalah untuk memperoleh alat tambahan agar Anda dapat menguasai berbagai fitur yang disediakan. Secara alami, Anda dapat mengembangkan beberapa fitur ini untuk menghasilkan gerakan grafis yang tidak monoton dengan menguasai berbagai tools. Grafik gerak adalah cara yang menyenangkan untuk mengiklankan bahwa orang tidak akan merasa bosan untuk mendengarkannya. Berbagai alat dan aplikasi untuk pembuatan grafik gerak.

Beberapa cara menggunakan motion graphic

1. Adobe Illustrator

Bukan hal yang aneh ditelinga karena Adobe menawarkan sejumlah aplikasi yang mengubah pengeditan video menjadi animasi. Video grafik gerak dapat dibuat di laptop dengan bantuan perangkat lunak Adobe Illustrator. Vektor dapat dibuat lebih sederhana dengan menggunakan alat. Kemudian, Anda dapat menggunakan fitur motion tweening untuk mengubah ikon atau visual grafis lainnya menjadi animasi bergerak. Dengan fitur ini, gambar dapat bergerak, mengubah ukuran atau font, memutar, memudar, atau memudar untuk membuat efek tertentu.

2. Adobe After Effect

tools dari adobe yang bisa digunakan untuk membuat video keren dengan motion graphics. Karena memiliki banyak fitur, tools ini bisa digunakan oleh para profesional maupun pemula. Saat membuat animasi dan motion graphics, Adobe After Effects tidak sulit untuk digunakan . Cara menggunakannya adalah pertama-tama membuat komposisi objek dan kemudian memberikan efek animasi yang sesuai. Fitur animasi teks yang dapat membuat teks animasi 3D yang bergerak dan dapat berubah warna merupakan fitur yang mudah

digunakan oleh pemula. Pemula dapat bereksperimen dengan sejumlah fitur, termasuk yang mencetak teks pada kain kusut, membuatnya tampak seperti mengambang di air, dan melipat efek teks. Anda dapat mencoba fitur motion graphic dalam kreasi 2D atau 3D yang dapat membuat animasi dari objek gambar, logo, atau objek lainnya untuk membuat video promosi yang menarik setelah mempelajari berbagai fitur animasi teks yang dapat membentuk motion graphics sederhana.

3. Cinema 4D

Cinema 4D adalah aplikasi yang relatif sederhana untuk pemula yang tertarik mencoba membuat grafik gerak. Software ini disukai oleh para animator karena lebih mudah digunakan dibandingkan Adobe After Effects. Hasil videonya sama kerennya, meski lebih sederhana. Animasi, tekstur, rendering, dan fitur lainnya semuanya dapat memperoleh manfaat dari alat ini. Pengguna dapat dengan mudah membuat video grafik gerak yang keren berkat semua fiturnya. Alat ini adalah konten promosi, dan hasilnya akan tampak dibuat oleh para profesional. sejumlah besar video instruksional tentang cara menggunakan alat ini.

4. Nuke

Nuke adalah program yang dapat digunakan untuk membuat grafik gerak dan gambar bergerak lainnya. Untuk menggunakan aplikasi tersebut, Anda harus terlebih dahulu mendownload software Nuke dari internet dan menginstalnya di laptop atau komputer. Fakta bahwa alat ini dapat menggabungkan video dan objek 3D secara bersamaan adalah tanda kecanggihannya. Animator profesional sering menggunakan alat ini. Namun, ini tidak menghalangi pengguna pemula untuk menggunakan alat ini. Ada banyak tutorial Nuke yang tersedia secara online dan di YouTube.

5. Jitter Video

Jitter Video adalah website yang menawarkan tools untuk membuat video motion graphic yang mudah diakses

selain aplikasi dan software. Pengguna bisa membuat video promosi menarik tanpa biaya yang tinggi, yakni hanya dengan aplikasi ini. Animasi teks, preset animasi, animasi kustom, figma, video, dan ekspor hanyalah beberapa dari banyak fitur bermanfaat Video Jitter. Karena dapat mempermudah membuat video grafik gerak online, alat ini adalah favorit para animator. Perlu membuat akun dan masuk untuk menggunakan fitur tersebut. Setelah membuat akun di situs web Video Jitter, alat ini mudah diakses secara online dan tersedia secara gratis. Selain itu, situs web ini menawarkan sejumlah besar opsi templat video grafik gerak. Hasilnya, membuat grafik gerak dapat dibuat lebih sederhana dan lebih cepat.

6. Legend – Text Animated Maker

Dengan desain gerakan juga bisa dibuat di ponsel Android dengan memperkenalkan aplikasi Legend - Message Enlived Creator. Legenda adalah aplikasi realistik gerakan Android untuk membuat teks atau teks menjadi ilustrasi gerakan yang bergerak sesuai dengan denah yang disusun. Cara paling efektif untuk menggunakannya sangat sederhana, Anda dapat dengan mudah membuat teks tertentu, kemudian, memilih keaktifan teks, mengatur variasi dan menyimpannya dalam desain video. Selain itu, Anda juga dapat menambahkan foto-foto yang diletakkan di atas fondasi teks agar ilustrasi gerakan terlihat lebih memikat. Aplikasi pembuatan ilustrasi gerakan ini sangat mudah digunakan untuk membuat desain dasar gerakan video. Semua hal dianggap sama, desain gerakan dapat memberikan lebih banyak perubahan dan bahan khusus yang unik untuk calon klien.

7. Stop Motion Studio

Stop Motion Studio adalah aplikasi motion graphic android yang dapat dicoba karena dapat digunakan untuk membuat gambar bergerak. Caranya sangat sederhana, tepatnya dengan memindahkan artikel yang ideal dilihat dari deretan edge. Aplikasi ini menawarkan pembuatan grafik gerak dalam

beberapa mode, termasuk mode overlay. Mode overlay memudahkan untuk menampilkan perbedaan frame-by-frame objek. Aplikasi ini juga menyertakan panduan animasi yang mengajarkan Anda cara menggunakannya. Instruksi untuk membuat video grafik gerak disertakan dalam panduan animasi. Jika baru memulai dan ingin membuat video grafik gerak yang menarik, maka aplikasi ini sangat cocok .

8. Apple Motion

Video motion graphic juga dapat dengan mudah dibuat oleh pengguna iPhone menggunakan ponsel. Menggunakan aplikasi Apple Motion adalah cara membuat motion graphics di iPhone. Karena aplikasi ini sudah terhubung dengan Final Cut Pro X, menggabungkan video menjadi lebih mudah. Apple Motion cukup sederhana dalam penampilan dan mudah digunakan. Fitur-fitur Apple Motion memudahkan pembuatan video promosi bertema grafis gerak secara langsung.

4.2 Sistem Operasi Motion Graphic

Dengan adanya kemajuan di bidang teknologi visual, akan lebih mudah untuk menciptakan beberapa gabungan teknik visual dengan menciptakan suatu media visual yang baru.

Dalam Proses pembuatan Motion Graphic ini dapat meliputi berbagai proses seperti pembuatan teks, animating, rendering, coloring dan editing video, serta storyboard dijadikan sebagai acuan dalam proses produksinya nanti. Data-data yang sebelumnya telah didapatkan kemudian akan disusun dalam sebuah naskah dan proses selanjutnya hingga akan menjadi sebuah video motion graphic yang dapat mudah dipahami(Haminah Sagala et al. , 2020).

Motion graphic Sebuah proses panjang praproduksi, produksi, dan pascaproduksi diperlukan untuk sebuah film. Pra-penciptaan memainkan peran penting, tahap berikut dapat memberikan aturan atau arahan sebagai siklus penciptaan atau proses gerakan. Kegiatan penelitian, bercerita, scripting, penulisan skenario, karakter desain, dan desain lingkungan adalah contoh

kegiatan praproduksi. Mereka akan dapat menentukan sudut kamera, pemblokiran, set, dan berbagai peran yang membantu dalam sebuah adegan melalui storyboard ini. Selain itu, storyboard dapat berguna sebagai referensi produksi saat merekam atau membuat setiap adegan dalam urutan yang berurutan atau efektif. Papan cerita memainkan peran penting dalam produksi iklan grafis gerak karena berfungsi sebagai cetak biru untuk setiap adegan dan sebagai panduan untuk transisi, tata letak, pemblokiran, dan definisi gerakan kamera—semuanya yang harus sering dilakukan dalam produksi animasi. Membuat perencanaan ke depan sebelum membuat animasi atau grafik gerak, menjadi lebih rapi, terorganisir, dan diproses dalam waktu kurang.

Dalam proses pembuatan motion graphic tentunya designer harus memiliki skill dan juga kualifikasi yang perlu dikuasai didalam motion graphic diantaranya sebagai berikut(V. J. Caiozzo, F. Haddad, S. Lee, M. Baker et al. , 2019) :

1. Skill Desain Grafis

Keterampilan desain grafis adalah kemampuan seorang desainer untuk menguasai teknik dasar desain grafis seperti tata letak, tipografi, dan berbagai elemen teori warna yang penting.

Sebelum mempelajari cara membuat animasi, keterampilan desain grafis harus diasah karena membuat gambar lebih mudah daripada membuat animasi.

Yang mana seorang designer mampu menguasai dasar teknik dalam desain grafis seperti mengenai layout, typography, dan juga berbagai unsur-unsur yang penting dalam teori pemberian warna. Membuat gambar menjadi bergerak tidaklah mudah, maka *skill* desain grafismu perlu diasah terlebih dahulu sebelum belajar membuat animasi.

2. Animasi dan Teori Warna

Warna juga merupakan aspek yang akan menghayati sebuah desain, yang biasanya warna yang terdapat dalam desain gerak harus sesuai dengan pesan yang ingin disampaikan, serta mood dan perasaan yang ingin dirasakan oleh penonton. Teori

warna dan animasi berhubungan dengan tipografi. Teori warna juga terlibat dalam proses pembuatan grafik gerak oleh desainer grafis.

Dalam pembuatan video motion graphic harus benar-benar menguasai 12 unsur penting yang terdapat dalam animasi, yang tidak terlepas dari teknik yang akan digunakan. Berikut 12 unsur tersebut:

1. Squash and stretch
 2. Anticipation
 3. Staging
 4. Straight ahead and pose to pose
 5. Follow through and overlapping action
 6. Slow in and slow out
 7. Arc
 8. Secondary action
 9. Timing
 10. Exaggeration
 11. Solid Drawing
 12. Appeal
3. Kreatif

Skill berpikir kreatif seorang desainer motion graphic ini penting dalam membuat desain motionnya terlihat hidup. Kreativitas juga penting untuk mengubah sebuah ide yang paling sederhana yang menjadi karya motion dalam menarik perhatian audiens. Skill ini bisa dilatih dan dikembangkan seiring banyaknya pengalaman, Salah satu tujuan utama seorang *motion designer* adalah untuk menyampaikan cerita kepada audiens.

4. Kemampuan Teknis

Selain kreativitas, kemampuan dalam teknis juga merupakan hal sangat penting. Dalam konteks ini, sangat perlu menguasai software-software yang penting dalam pembuatan motion graphic. Software-software itu di antaranya:

- Pengeditan foto

- Grafik gerak digital
- permodelan
- animasi
- desain bisnis.

Motion Graphic juga merupakan hasil pengembangan dari Graphic design, suatu elemen elemen yang terkandung dalam Motion Graphic ini sendiri antara lain seperti : tipografi, komposisi, warna, style frame, audio visual dan juga elemen elemen grafis lainnya.

Dalam proses pembuatan motion graphic menggunakan sketsa grafis yang sesuai, hal ini dapat dilakukan dengan empat tahap yaitu

1. Animating

Animasi merupakan sebuah proses yang dapat menggerakkan objek-objek still image agar tampak terlihat seolah-olah mempunyai ilusi pergerakan. Proses animating dalam setiap scene mempunyai metode dasar yang relatif sama, yaitu menggunakan opacity, scale, position dan rotation. Dapat juga menggunakan beberapa effect dari Adobe After Effect CS6 pada beberapa scene, diantaranya cc sphere, transition, masking, magnify, dll. Selanjutnya dalam video setiap scene memasuki proses render motion graphic per scene.

2. Compositing atau penggabungan.

Setelah seluruh scene telah melalui proses render di Adobe After Effect CS6, proses yang dilakukan selanjutnya adalah compositing. Proses ini dapat dilakukan untuk mengkombinasikan seluruh video hasil render dalam proses animating yang telah dilakukan sebelumnya. Perangkat lunak yang akan digunakan dalam proses compositing ialah Adobe Premiere CS6. Selanjutnya, semua video-video dari hasil render yang telah dilakukan sebelumnya di import kedalam panel project.

3. Rendering

Langkah terakhir dalam membuat video motion-graphic adalah rendering, yang dapat dilakukan di Adobe Premiere CS6. Dalam Adobe Premiere, rendering mengacu pada proses mengeksport atau menyelesaikan konversi berbagai format file ke dalam format video.

4. Testing

Pengujian Selama fase pengujian, pengujian ulang berdasarkan video yang direkam sebelumnya dilakukan. Untuk menghilangkan kemungkinan video bebas, rusak, atau mentah, tahap pengujian pertama melibatkan peninjauan atau evaluasi hasil video. Selanjutnya, rekan-rekan di DSDM bisa melihat hasil video untuk melihat apakah motion graphic yang dibuat menarik dan mudah dipahami.

Kelebihan Implementasi Motion Graphic dalam Digital Marketing

1. Penggunaan Waktu Lebih Efisien dan Fleksibilitas Tinggi

Jika melihat iklan berbentuk audio visual lebih baik daripada cetak tidak terkecuali animasi. Motion graphic ini tidak hanya menyegarkan mata para penonton tapi juga berguna untuk mempercepat penyampaian informasi.

Bila sebelumnya orang merasa enggan melihat iklan karena tidak ingin membacanya maka melalui motion graphic kondisi tersebut dapat teratasi. Motion graphic mempercepat waktu customer mencerna informasi yang disampaikan, bahkan kelebihan lainnya adalah customer erasa tertarik untuk mencoba produk atau jasa yang diatwarkan oleh video promosi ini.

2. Menonjolkan Kesan Modern

Sama seperti membuat film yang membutuhkan banyak waktu dan tenaga, pembuatan iklan animasi juga terbilang lama. Anda yang tidak terampil atau memiliki keahlian dalam bidang ini kemungkinan besar membutuhkan waktu lebih banyak daripada profesional. mampu menyelesaikan animasi iklannya dengan mudah dan cepat. membutuhkan animasi iklan modern

dalam waktu cepat karena produk sudah harus launching ke pasaran. Mengapa animasi iklan tampak modern? Alasan utamanya karena modelnya tidak sederhana dan memenuhi kaidah teknologi.

3. Promosi Brand Lebih Atraktif

Ada alasan mengapa banyak anak-anak menyukai buku bacaan bergambar. Alasan utama karena buku bergambar jauh lebih menarik secara visual dan tidak terkesan membosankan. Anak-anak juga bisa berimajinasi dengan gambar yang mereka lihat. Hal yang sama juga berlaku pada iklan berbentuk motion graphic. Iklan ini tidak hanya mempermudah penyampaian pesan tapi juga sangat menonjol karena tampak atraktif. Mereka yang semula tidak suka iklan pun menjadi menyukainya apalagi jika iklan tersebut memiliki slogan yang unik.

4. Harga Terjangkau

Motion graphic sebagai media promosi atau launching produk? Menggunakan motion graphic kabarnya jauh lebih terjangkau karena tidak membutuhkan influencer atau pameran terbuka. Kerika sejak awal kita hanya memiliki budget kecil untuk promosi produk, maka bisa memilih media ini sebagai pilihan pertama. Meskipun lebih murah, motion graphic menawarkan hasil yang tidak kalah bagusnya dari pendekatan promosi lainnya.

5. Pesan Menjadi Lebih Efektif

Pesan yang dibuat bisa jadi sangat bagus karena menyajikan kata-kata menarik, tapi kata-kata itu dapat memberikan kesan tersendiri dimata orang yang melihatnya melalui video motion graphic. Apalagi jika target marketing utama adalah penyuka game, film atau animasi.

BAB V
TINDAK LANJUT PENELITIAN
PENDAPATAN ASLI DAERAH (PAD)

5.1 Pengertian Pendapatan Asli Daerah

Pendapatan Asli Daerah merupakan suatu penerimaan daerah dari berbagai usaha yang berkaitan dengan pendapatan daerah untuk menghimpun dana bagi kebutuhan daerah yang bersangkutan yang dikumpulkan oleh daerah dan berdasarkan peraturan daerah yang diambil dari sumber dan kemungkinan di wilayahnya sendiri berdasarkan hukum dan peraturan yang berlaku. Pengertian lain dari PAD adalah gabungan dari beberapa pendapatan yang terdiri dari pendapatan pajak daerah, retribusi daerah, pendapatan dari usaha milik sendiri, hasil pengelolaan barang milik daerah lainnya, dan pendapatan asli daerah lainnya. Berdasarkan Pasal 18 Undang-Undang Nomor 1. Dalam Pasal 33 Perimbangan Keuangan Pemerintah Pusat dan Daerah Tahun 2004 PAD didefinisikan sebagai segala sesuatu yang yang diperoleh dan diterima daerah yang dipungut berdasarkan peraturan daerah sesuai dengan peraturan perundang-undangan(V. J. Caiozzo, F. Haddad, S. Lee, M. Baker et al. , 2019).

Pasal 3 ayat (1) menyatakan bahwa tujuan PAD adalah memberdayakan pemerintahan daerah guna membiayai penyelenggaraan wilayah daerah sesuai dengan kapasitas yang dimiliki daerah dalam jangkauan wilayah wewenangnya. peralihan penyelenggaraan pemerintahan dan pembentukan negara terhadap wilayah perkotaan dan daerah dengan pemberian wewenang untuk mencari informasi sumber pendanaan bagi penyelenggaraan pemerintahan. Sumber pendanaan dari PAD, hibah pemerintahan dan perundangan lainnya.

Dalam pendanaan pembentukan daerah yang memegang peranan penting adalah Pendapatan Asli Daerah yang dimilikinya. Melihat banyaknya kapasitas yang dimiliki dari berbagai daerah, kenaikan penghasilan dari Pendapatan Asli Daerah mampu

menaikkan kapasitas perekonomian daerah. Selain pembangunan ekonomi daerah yang semakin berkembang dengan perekonomian nasional maupun internasional. Kesanggupan daerah untuk mengembangkan penggunaan aliran dari penghasilan Pendapatan Asli Daerah menjadi suatu hal yang utama.

Pendapatan Asli Daerah (PAD) terdapat dalam beberapa sektor yang dapat dikembangkan untuk meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD), antara lain sektor perdagangan, sektor jasa, sektor pertanian, sektor pariwisata dan perdagangan. Secara khusus, pariwisata merupakan sektor yang paling potensial untuk dikembangkan dan dimanfaatkan, karena hampir semua diberbagai wilayah Indonesia terdapat kapasitas objek pariwisatanya sendiri.

upaya peningkatan pendapatan daerah dengan mengoptimalkan potensi industri pariwisata. Sumber daya pariwisata daerah dan program pengembangan dan pemanfaatan potensi diharapkan dapat mendorong pembangunan ekonomi. Pengembangan pariwisata meliputi aspek sosial budaya, ekonomi dan politik. Hal ini sesuai dengan UU Kepariwisataan No. 10 Tahun 2009, yang menyatakan bahwa tujuan pengelolaan kepariwisataan adalah untuk meningkatkan pendapatan nasional guna meningkatkan kesejahteraan dan kemakmuran rakyat, memperluas dan pemerataan kesempatan berusaha dan lapangan kerja, memajukan pembangunan daerah dan memperkenalkan kesejahteraan rakyat. Kegiatan pemanfaatan destinasi dan daya tarik wisata di Indonesia serta peningkatan rasa cinta tanah air dan penguatan silaturahmi antar masyarakat.

Kesuksesan pembangunan ekonomi pariwisata berarti menaikkan fungsinya dalam pendapatan daerah. ketika pariwisata menjadi unsur utama, dengan mempertimbangkan unsur-unsur pendorongnya, seperti banyaknya destinasi wisata yang ditawarkan, jumlah kunjungan wisatawan baik dalam negeri maupun luar negeri, jumlah pengunjung hotel dan yang tidak kalah penting adalah peningkatan pendapatan per kapita.

Industri pariwisata Indonesia dianggap sebagai negara penukar mata uang terbesar di sektor minyak dan gas. Apalagi saat pemerintahan Indonesia merencanakan strategi pembangunan wilayah, kepariwisataan menjadi peluang yang bisa dijadikan sumber pendapatan daerah. kepariwisataan dimanfaatkan oleh berbagai daerah di Indonesia yang pendapatannya masih kecil untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, sehingga kepariwisataan dapat mendukung sumber daya alam dan menambah Penenerimaan terhadap daerah. Sehingga dalam meningkatkan Pendapatan, pemerintahan harus memajukan serta mendorong destinasi kepariwisataan sehingga mampu mendorong kemajuan ekonomi.

Daerah Pagar Alam adalah bagian dari beberapa kawasan yang termasuk diprioritaskan oleh pemerintah, termasuk sektor pariwisata yang diharapkan dapat mendorong pertumbuhan Pendapatan Asli Daerah (PAD). Terletak 298 km sebelah barat dari kota Palembang. Pada ketinggian 700 meter di atas permukaan laut. letaknya terletak di kaki Gunung Dempo, gunung tertinggi ketiga di Sumatera. Lereng bukit berubah menjadi perkebunan teh yang dikenal dengan motto Basemah, yang berarti bersih, sejuk, aman dan ramah. Kota Pagaralam menjadi kota dengan berbagai objek wisata yang dapat dijadikan peluang untuk meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD), antara lain objek wisata seperti Gunung Dempo, Air Terjun Maung, Air Terjun Pintu Langit, Telaga Tebat Gheban dan Teh Pagar Alam. Kabun, Air Terjun Lematang Indah, Green Paradise, Tegurwang Megalith, Curup Wang Waterfall dan Dempo Park dan lain-lain (Prambayun et al. , 2022).

Berkaitan dengan itu, kegiatan pengembangan pariwisata harus terus mendapat perhatian dari negara, sehingga keberhasilannya dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti keamanan kawasan, layanan serta infrastruktur pariwisata, dan situasi global. Kondisi buruk secara langsung mempengaruhi jumlah wisatawan yang akan berkunjung di kota Pagaralam.

Alasan mengapa pariwisata harus dikembangkan di Pagaralam adalah karena dapat menambah penerimaan ekonomi

suatu daerah serta efek permangunan pariwisata lebih nyata, seperti terbukanya lapangan pekerjaan makanan, menawarkan souvenir dan pemandu. Selain itu, pengeluaran pariwisata di kawasan wisata meningkatkan pendapatan masyarakat setempat. Kota Pagaralam sendiri memiliki beberapa tempat wisata yang dikembangkan secara utuh sebaik mungkin, mulai dari keunikan adat istiadat yang masih dilestarikan di tempat ini, peninggalan sejarah, air terjun yang mencolok dan daerah perbukitan yang dijadikan tempat wisata, yang kemudian memungut pajak dari tempat-tempat tersebut menjadi sumber pendapatan utama bagi Kota Pagaralam.

5.2 Kondisi Terkini Pendapatan Asli Daerah Khususnya Sektor Pariwisata

Dinas Pariwisata Pagaralam merupakan unit organisasi perencanaan yang keberadaannya diasumsikan lebih efektif dan efisien mewujudkan kemandirian industri pariwisata dan berdaya saing mempertimbangkan peluang daerah (keanekaragaman budaya, seni, sumber daya alam dan sumber daya manusia).

Pagaralam adalah sebuah kota di wilayah administrasi provinsi Sumatera Selatan, yang geografinya mendukung industri pariwisata. Keindahan alam seperti udara segar, pegunungan yang indah, kebun teh yang luas, pemandangan air terjun yang indah menjadikan Pagaralam sebagai tujuan wisata bagi wisatawan domestik maupun mancanegara. Selain itu, Kota Pagaralam juga memiliki wisata budaya seperti situs purbakala dan adat istiadat masyarakat yang merupakan keanekaragaman budaya kota Pagaralam. Kota Pagar Alam termasuk dalam 80 Kawasan Strategi Pariwisata Nasional yang ditetapkan oleh pemerintah pusat, yang memprioritaskan kota Pagar Alam untuk pemerintah daerah dan potensi pariwisatanya. Perekonomian baik, namun berdasarkan Laporan Realisasi Anggaran (LRA), rata-rata kontribusi PAD terhadap perekonomian pariwisata kota Pagaralam belum terlalu tinggi dari waktu ke waktu yaitu hanya 2,5%, faktor wilayah dipengaruhi oleh beberapa faktor utama. Salah satu factor tersebut

ialah pendapatan di industri pariwisata. Salah satu penyebab tidak optimalnya sumbangsi sektor pariwisata adalah kurangnya iklan dalam upaya mempromosikan pariwisata, Pemkot Pagar Alam telah menerapkan berbagai strategi promosi pariwisata, namun tetap fokus pada kegiatan promosi tradisional.

Situasi pendapatan daerah saat ini khususnya di bidang pariwisata kota Pagaralam semakin mengalami kenaikan yang lebih baik hal tersebut karena perkembangan pariwisata kota Pagaralam merupakan salah satu tujuan pengunjung yang tertarik untuk melihat keindahan alamnya. Sehingga hal ini berdampak positif terhadap pertumbuhan pendapatan khususnya pada industri pariwisata yang mengalami pertumbuhan yang terlihat dari jumlah pengunjung dalam negeri dan luar negeri, atau setidaknya pertumbuhan berada pada posisi yang konstan.

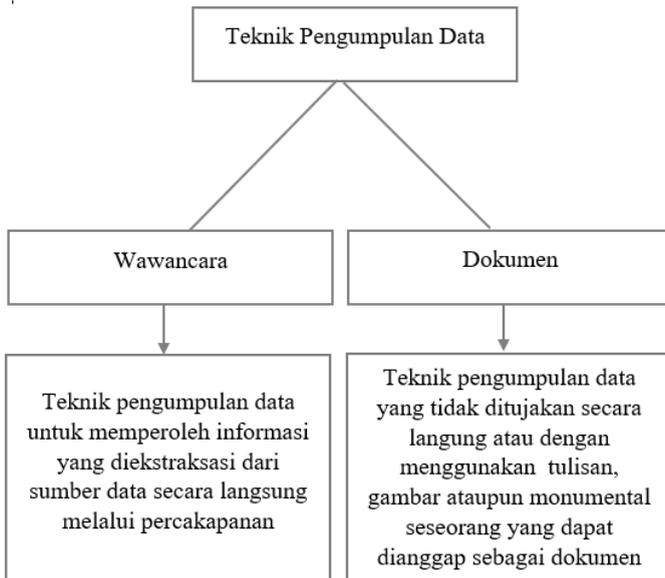
Salah satu potensi yang dapat dimanfaatkan Kota Pagaralam sebagai sumber pembiayaan selain pariwisata adalah pemungutan retribusi daerah khususnya pendapatan daerah, karena merupakan salah satu komponen dan penggerak pertumbuhan daerah. Pembayaran Sumber Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Pagaralam bergerak di sektor pariwisata. PAD dalam industri pariwisata berasal dari pajak restoran, pajak hotel, pajak hiburan, rekreasi, biaya olahraga serta biaya akomodasi/restoran/villa. Laporan Pelaksanaan APBD Kota Pagaralam menunjukkan bahwa porsi PAD Pariwisata di Kota Pagaralam dari total PAD belum menunjukkan dampak yang diharapkan terbukti dengan rata-rata porsi PAD Pariwisata dalam 3 tahun terakhir tidak melebihi 2,5 persen dari total PAD (tiga) per tahun.

Faktor yang mempengaruhi minimnya Pendapatan Asli Daerah industri pariwisata adalah sumber daya manusia yang tidak mencukupi dan kelalaian wajib pajak. Misalnya, banyak hotel/tempat penginapan yang terlambat membayar pajak dengan berbagai alasan dan tidak rutin mengurus izin, kondisi sosial ekonomi yang rendah, kondisi ekonomi yang tidak stabil mempengaruhi sektor bisnis dan jasa, serta kurangnya promosi

akan objek wisata unggulan dari pemerintah. Untuk mengatasi kendala yang muncul, diperlukan strategi yang tepat untuk mengelola sumber daya secara ekonomis dan efisien. Untuk memperkenalkan tempat wisata terbaik kota Pagar Alam kepada para wisatawan.

Teknik Pengumpulan data dilakukan melalui dokumentasi dan wawancara. Data yang diperoleh adalah data Kuantitatif dan kualitatif Pendokumentasian dilakukan dengan menghitung potensi PAD di sektor pariwisata, wawancara dilakukan dengan pemerintah kota Pagaralam. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Berdasarkan Laporan Realisasi Anggaran Pemerintah Kota Pagaralam Tahun 2019-2020 nanti realisasi penerimaan PAD diperoleh hasil sebesar 116,27% untuk periode 2019-2021. Pada tahun 2019 rata-rata realisasi pendapatan PAD sebesar 122,81%, tahun 2020 sebesar 113,26% dan tahun 2021 sebesar 112,73%. PAD dibagi menjadi Pendapatan Pajak Provinsi, Pendapatan Retribusi Provinsi.

Dibawah ini tampak diagram alir Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini:



Gambar 5.1 Diagram Alir Teknik Pengumpulan Data

PAD sektor pariwisata terhadap realisasi PAD Kota Pagaralam menunjukkan bahwa kontribusi sektor pariwisata terhadap PAD masih belum mampu mendukung operasional pemerintah Kota Pagaralam. Rata-rata kontribusi PAD sektor pariwisata terhadap total PAD adalah 3,63% pada 2019, 1,80% pada 2020 dan 4,15% pada 2021. Pada periode 2019-2021 rata-rata yang diperoleh adalah 3,19% kontribusi sektor pariwisata terhadap total PAD. Hal ini dikarenakan kunjungan wisatawan di berbagai lokasi wisata di Kota Pagaralam masih rendah.

Kegiatan wawancara dilakukan dengan Pegawai Negeri Sipil yang bekerja di pemerintahan kota Pagaralam. Dalam kegiatan wawancara tersebut dipilih 3 informan yang mengetahui secara langsung tentang pariwisata dan pembiayaan daerah kota Pagaralam.

5.3 Persentase Sumbangi Penghasilan Asli Daerah pada Sektor Pariwisata Secara Nasional

Berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 50 Tahun 2011 mengenai Rencana Induk Pengembangan Pariwisata Nasional Kota Pagaralam Provinsi Sumatera Selatan Tahun 2010-2025, kontribusi sektor pariwisata terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) masih tidak melebihi 2,5 persen total Pendapatan Asli Daerah (PAD).

Menurut data pasokan, permintaan dan daya dukung kota Pagaralam. Evaluasi menggunakan analisis potensi objek dan objek wisata alam sesuai pedoman analisis objek aktif dan bentang alam Direktorat Jenderal Kehutanan dan Perlindungan Alam (ADO-ODTWA). 2003) dan analisis daya dukung menggunakan rumus Douglass (1982). Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kota Pagar Alam memiliki 7 potensi wisata alam dan 29 lokasi wisata alam yang berpotensi untuk mengembangkan perkebunan teh Gunung Dempo dengan persentase indeks tertinggi 87,89%, persentase terendah 33,51%. Yaitu Batuk Blange. Jumlah wisatawan sesuai daya dukung masing-masing kegiatan wisata, yaitu liburan, ada 1.

041. 336 orang per tahun dan 555. 685 orang per tahun dalam kegiatan wisata(yogie zulni pratama, 2021).

Strategi pengembangan ke depan tersebut fokus pada peningkatan keunikan kota Pagar Alam sebagai daerah tujuan wisata dengan mengembangkan kawasan wisata berbasis partisipasi masyarakat, memajukan masyarakat sadar wisata, diversifikasi produk wisata yang dapat menjadi ciri khas daerah dibandingkan dengan daerah lainnya. Selain itu kegiatan memajukan pariwisata dan melestarikan desa juga merupakan tujuan utama dikembangkannya media promosi wisata Kota Pagaralam yang unik. Dalam hal ini budaya pariwisata lokal akan dijadikan sebagai unsur yang diangkat didalam media iklan dan publikasi. Dengan demikian, sektor pariwisata memiliki dampak yang lebih baik terhadap pendapatan asli daerah (PAD).

5.4 Pengelolaan Sektor Pariwisata dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD)

Keindahan kota Pagaralam merupakan modal awal pengembangan pariwisata kota. Kota Pagaralam dijuluki "Rena Besemah", yang berarti tanah Besema. Oleh karena itu kota tersebut menjadi pusat budaya Baemah, di mana budaya Besemah dicirikan oleh banyak monumen budaya. Cagar budaya saat ini meliputi situs megalitik, rumah adat Bagh, aturan adat, bahasa, aksara, instrumen, musik, lagu tradisional, Kontes seni dan budaya tahunan di Pagar Alam seperti Kontes Kenidai Pelang, Basemah Expo/F Besemah, Sanggar Seni dan kontes lainnya yang diselenggarakan oleh pemerintah. Untuk menarik wisatawan, diperlukan sebuah konsep yang akan membawa perkembangan yang lebih baik ke destinasi wisata tersebut salah satunya ialah konsep perkembangan yang mempertimbangkan pada isu-isu yang terjadi saat ini pada sector pariwisata.

Salah satu konsep pengembangan pariwisata yang mempertimbangkan isu-isu yang berkaitan dengan lingkungan, sosial budaya dan sifat masyarakat daerah tujuan wisata adalah

konsep pariwisata berkelanjutan yang saat ini sedang dikembangkan. Sakti memahami bahwa pariwisata berkelanjutan adalah cara atau cara untuk mengembangkan pariwisata sesuai dengan kebutuhan wisatawan, dengan memperhatikan keberlanjutan dan memberikan kesempatan pemanfaatan dan pengembangan kepada generasi muda menurut susunan sosial yang berlaku. Aktivitas pengembangan kepariwisataan harus dilaksanakan dengan efisien dan sumber daya harus dilestarikan guna menjaga keberlanjutan di masa depan dan mencapai dampak yang lebih baik di kota Pagaralam.

Perkembangan pariwisata Pagar Alam semakin meningkat dari tahun ke tahun, kebanyakan calon pengunjung tertarik mengunjungi destinasi wisata kota Pagar Alam untuk melihat panorama alamnya dan menjadi primadona tujuan wisata. Dalam hal ini dapat dilihat dari jumlah pengunjung baik dalam negeri maupun luar negeri yang terus tumbuh atau setidaknya berkembang. Dapat dilihat pada tabel 1. 1

Tabel 5.1
Total Pengunjung Luar Negeri dan Dalam Negeri ke Kota Pagaralam Tahun 2016-2021

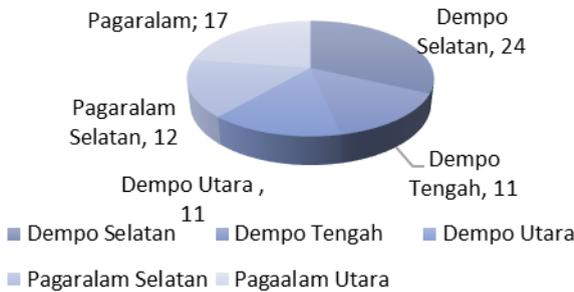
Asal Wisatawan	Total Wisatawan Yang Berkunjung ke Kota Pagaralam (Orang)					
	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Mancanegara	102	151	162	97	102	8
Domestik	126364	224042	256802	302119	275015	314481
Jumlah	126466	224193	256964	302216	275117	314489

Sumber : Dinas Pariwisata Kota Pagar Alam

Tabel 1.1 menunjukkan bahwa dari tahun 2016 hingga tahun 2021 jumlah wisatawan baik wisatwan domestik maupun wisatwan mancanegara yang berkunjung ke Kota Pagaralam setiap tahunnya mengalami peningkatan, sehingga diyakini potensi besar industri pariwisata akan membawa perkembangan ekonomi di Kota Pagar Alam. Sehingga dapat menambah PAD.

Pengelolaan bidang pariwisata berdasarkan Komunikasi dan Pariwisata Seni Budaya Kota Pagar Alam, bahwa jumlah tempat wisata yang diminati wisatawan lokal dan mancanegara sebanyak 75 wisatawan pada tahun 2020 menurut sumber informasi Dinas Pariwisata Kab. Pagar Alam.

Objek Wisata Kota Pagaralam Tahun 2020



Ggambar 5.2 Diagram objek wisata Kota Pagaralam

Berdasarkan Jenis-jenis objek wisata yang terdapat di kota pagaralam maka dapat dirinci pada tabel 1. 2

Tabel 5.2

Objek Wisata berdasarkan Jumlah wisata alam dan wisata budaya di Kota Pagar Alam Tahun 2020

No	Kecamatan	2020		
		Jumlah Objek Wisata Kota Pagar Alam (Objek)		
		Wisata Alam	Wisata Budaya	Total Objek
1	Dempo Selatan	7	17	24
2	Dempo Tengah	3	8	11
3	Dempo Utara	3	8	11
4	Pagar Alam Selatan	5	7	12
5	Pagar Alam Utara	6	11	17
Jumlah		24	51	75

Sumber : Dinas Pariwisata Kota Pagaralam, 2020

Hasil data pada Tabel 1. 2 menunjukkan jumlah destinasi wisata yang berdampak baik terhadap pendapatan asli daerah (PAD). Hal ini terlihat pada data yang menunjukkan adanya peningkatan destinasi wisata serta tabel kunjungan wisatawan ke Kota Pagaralam yang sebaliknya menunjukkan jumlah wisatawan yang semakin bertambah dari tahun ke tahun yang memberikan dampak yang lebih baik. Namun, hal ini tentunya harus diimbangi dengan ketersediaan infrastruktur dan akomodasi yang memadai, salah satunya adalah hotel.

Hotel memegang peranan penting dalam industri pariwisata karena banyak orang yang tidak mau mengunjungi kawasan wisata karena kurangnya pelayanan hotel yang memadai. Hotel adalah jenis akomodasi yang menggunakan sebagian atau seluruh bangunan untuk penyediaan akomodasi, makanan dan minuman yang dikelola secara komersial dan memenuhi persyaratan yang ditetapkan oleh pemerintah.

Berikut data Jumlah fasilitas Hotel yang berada di Kota Pagaralam tahun 2020

Tabel 5.3
Fasilitas Penginapan di Kota Pagar Alam, 2020

No	Kecamatan	2020		
		Jumlah Komponen Hotel di Kota Pagar Alam		
		Hotel	Kamar	Tempat Tidur
1	Dempo Selatan	1	4	6
2	Dempo Tengah	0	0	0
3	Dempo Utara	4	32	44
4	Pagar Alam Selatan	38	267	397
5	Pagar Alam Utara	45	298	399
Jumlah		88	601	846

Sumber : Dinas Pariwisata Kota Pagaralam, 2020

Selain infrastruktur berupa hotel Dinas Pariwisata juga menyediakan fasilitas berupa penginapan. Diantaranya penginapan yang ada di Pagaram ialah:



Pengelolaan industri pariwisata agar lebih menarik bagi wisatawan, salah satunya perlunya mempromosikan dan mempublikasikan tempat-tempat wisata unggulan kota Pagaram dengan tujuan untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan dan memberikan gambaran kawasan dengan memberikan informasi. pada pelayanan penunjang dan akomodasi serta sebagai sarana pemberian informasi yang dapat menarik wisatawan untuk berkunjung. Strategi pengembangan bidang pariwisata selanjutnya adalah fokus pada pelaksanaan pemasaran yang memenuhi minat tamu dan calon pengunjung, serta memperhatikan peluang dan fasilitas yang tersedia. Skema yang cukup efektif dalam meningkatkan penerimaan di suatu daerah adalah dengan memasang iklan di media dengan menggunakan teknik motion

graphic. Dalam hal ini, media massa harus mampu memposisikan diri sebagai informasi yang menjangkau semua ini, sehingga daya wisata kota Pagaralam dikenal luas di kalangan pengunjung. Daya tarik kota Pagarlam dapat ditawarkan dalam bidang wisata alam, wisata sejarah, wisata budaya dan wisata kuliner. Pelaksanaan program dan promosi tempat wisata alam membutuhkan kerjasama masyarakat dan pelaku lokal untuk melaksanakan rencana tersebut. Salah satu bentuk strategi yang cukup efektif dalam meningkatkan pendapatan daerah adalah memasang iklan di media dengan menggunakan teknik motion graphic. Dalam hal ini media harus mampu memposisikan diri sebagai informasi yang menjangkau semua lini, sehingga potensi wisata kota Pagaralam dikenal luas oleh wisatawan. Daya tarik kota Pagarlam dapat ditawarkan dalam bidang wisata alam, wisata sejarah, wisata budaya dan wisata kuliner. Pelaksanaan program dan promosi tempat wisata alam membutuhkan kerjasama masyarakat dan pelaku lokal untuk melaksanakan rencana tersebut.

Motion graphic adalah media visual berbasis waktu yang menggabungkan film dan desain grafis, elemen pendukung seperti animasi 2D dan 3D, video, film, tipografi, ilustrasi, fotografi dan music. Diharapkan media grafis dapat memberikan informasi kepada masyarakat yang ingin berwisata ke kota Pagaralam, karena banyaknya wisatawan yang berkunjung ke kota Pagaralam diharapkan dapat meningkatkan pendapatan daerah kota Pagaralam. Wisatawan selanjutnya bisa mengakses kemudahan grafik bisnis di website Dinas Pariwisata Kota Pagaralam dan media sosial yang menginformasikan tentang tempat wisata Kota Pagaralam. Desain grafis gerak ini menampilkan atraksi wisata yang didesain dalam format vektor agar lebih menarik dan mudah dikenali. Beberapa ikon yang terdapat pada landmark kota Pagaralam disederhanakan menjadi ikon yang nantinya dapat mewakili bentuk dari landmark kota Pagaralam (Febriantoko & Hendra, 2018).

Fasilitas lain di kawasan wisata tentunya akan mempengaruhi pertumbuhan wisatawan. Semakin luas fasilitas kawasan wisata saat ini, semakin banyak wisatawan yang tertarik untuk datang karena merasa harus lebih nyaman dan tenang saat berwisata. Ciri tersebut dapat berupa jumlah atraksi yang tersedia, jumlah kamar hotel di sekitar tempat wisata yang dikunjungi. Selain itu, banyaknya tempat makan atau restoran dan kafe juga menjadi sumber daya pendukung yang sangat diperlukan.

Selain pelayanan, kunjungan wisatawan juga sangat dipengaruhi oleh infrastruktur jalan dan angkutan umum. Dengan sarana dan prasarana yang cukup memadai dan transportasi umum yang mudah, nyaman dan aman, pengunjung tidak perlu khawatir ketika akan melakukan perjalanan ke suatu tempat tujuan wisata karena prasarana jalan dan transportasi biasanya layak dan dapat digunakan tidak semua turis datang dengan mobil pribadi, terutama turis asing yang datang dengan pesawat. Bepergian secara otomatis, mereka membutuhkan transportasi umum untuk mencapai tujuan wisata yang mereka inginkan. Oleh karena itu, transportasi sangat penting dalam pariwisata.

Daya tarik pariwisata Pagar Alam bukan hanya tentang keindahan alamnya saja. Tetapi, ada beberapa pariwisata Pagar Alam yang menarik tentang air terjun dan peninggalan sejarah megalit. Dikarenakan hal tersebut, pariwisata di Pagar Alam dibagi menjadi beberapa wisata alam, yakni pariwisata sejarah dan arkeologi, Pariwisata pertanian dan perkebunan, pariwisata budaya dan nilai tradisional dan pariwisata khusus. Tersebar nya pariwisata tersebut menyebabkan adanya perbedaan metode tempat pariwisata di Pagar Alam untuk mempermudah pemilihan tempat wisata yang sesuai dengan minat dan selera pengunjung.

Fasilitas yang ada pada Pagar Alam sudah mencukupi untuk menjadi penghubung industri pariwisata. Meskipun tidak sepenuhnya optimal dikarenakan fasilitas yang ada belum siap. Sejak berdirinya Pagar Alam City, Manajer Humas telah melakukan banyak kegiatan untuk mempromosikan objek wisata

Kota Pagar Alam. Kegiatan promosi Pariwisata merupakan hasil diskusi yang dilakukan operator hubungan masyarakat pagar alam dengan pengelola wilayah yang termasuk kedalam Rencana Strategis Kota Pagaralam. Mempromosikan tempat wisata dapat dilakukan dengan 2 metode, yakni secara langsung dan secara tidak langsung. Metode langsung berarti kepada pelancong secara langsung, sedangkan tidak langsung berarti melalui agen perjalanan atau organisasi perjalanan lainnya.

Aktivitas-aktivitas yang dilakukan oleh para propagandis Pagar Alam untuk mempromosikan pariwisata meliputi pengiklanan, publikasian, melakukan pameran, mementaskan seni, serta word of mouth atau iklan dari dari mulut ke mulut. Promosi ini mengambil bentuk yang berbeda di tingkat lokal dan nasional. Media promosi tidak hanya mencakup materi cetak seperti brosur, tetapi juga sumber daya elektronik. Selain itu, berbagai acara yang layak dipromosikan juga merupakan peluang promosi. Penawaran ini berjalan secara teratur pada jadwal yang telah ditentukan sebelumnya yang berubah setiap jam dan setiap tahun. Melihat materi dari informan, Penulis memaparkan penerapan promosi dari memiliki hubungan yang erat antara masyarakat Pagar Alam dan media yang digunakan seperti mencetak pamflet atau brosur, pameran, pentas seni dan dari mulut ke mulut, sedangkan penulis menggambarkan media promosi dengan video memiliki keunggulan tersendiri.

Pelaksana hubungan masyarakat Pagar Alam melakukan publikasi sebagai salah satu cara untuk mempromosikan kegiatan mereka. Membuat brosur maupun pamflet khusus sebagai bahan promosi pariwisata yang dapat diterbitkan. Hampir setiap tahun diproduksi leaflet dan brosur dengan tampilan yang berbeda namun tetap bernuansa islami, terutama ketika ada kegiatan promosi atau kunjungan pimpinan daerah atau kegiatan lain di luar kota. Dalam acara promosi ini, manajer Humas mengambil momen yang tepat untuk menyebarkan brosur maupun pamflet kepada para audiens yang hadir. Selain brosur dan leaflet tersebut, manajer humas juga

sebaiknya selalu membawa brosur dan leaflet tersebut dalam setiap kegiatan pariwisata di luar daerah atau di luar negeri.

Selain brosur, pamflet dan booklet, hubungan masyarakat Pagar Alam juga melakukan pengiklanan melalui radio, televisi, dan media surat kabar dalam publikasi perjalanannya sebagai bahan promosi. Deskripsi lebih rinci tentang pemandangan di Pagar Alam biasanya disediakan melalui sumber ini. Majalah Basemah dan Basemah Post menjadi salah satu majalah daerah yang dimiliki oleh Pagar Alam yang terbit setiap tiga bulan sekali untuk memuat aktivitas-aktivitas yang berhubungan dengan kota Pagar Alam dengan mempromosikan tempat wisatanya. Majalah Basemah dan Basemah Post kebanyakan dikirimkan segera ke kantor kecamatan, kantor kabupaten terdekat, perguruan tinggi di Sumatera Selatan, dan perwakilan masyarakat pagar alam di berbagai daerah maupun kota.

Era teknologi juga mendukung kegiatan promosi Pagaralam dengan baik. Selain media cetak dan elektronik penulis yang telah disebutkan sebelumnya, Pagar Alam menggunakan Internet sebagai sarana untuk meneliti berbagai wilayah Indonesia, bahkan seluruh dunia. Menggunakan media online adalah cara efektif untuk beriklan sehingga tidak perlu untuk bertemu langsung dengan para audiens. Via website Pagar Alam, masyarakat bisa memperoleh informasi mengenai objek wisata Pagar Alam, lokasinya, wisata dan wisata lainnya termasuk sarana dan prasarana.

Kota Pagar Alam sering berpartisipasi dalam kegiatan pameran untuk meningkatkan kepopuleran di berbagai kalangan masyarakat dan menarik minat pengunjung akan tempat wisata di Pagar Alam. Yakni, maksud dan tujuan dari pameran kali ini adalah untuk memperkenalkan dan menginformasikan tentang aset dan potensi destinasi wisata di berbagai wilayah nusantara, memberikan referensi untuk mengembangkan potensi pariwisata Indonesia dan menciptakan citra positif pariwisata Indonesia. Iklim investasi negara dan kemungkinan pariwisata menjadi alat dalam

pengembangan industri pariwisata. Dalam hal ini, sebaiknya sektor pariwisata Kota Pagaralam mengkombinasikan kebutuhan pelaku bisnis dan wisatawan untuk membuka peluang investor membantu pengembangan wisata Kota Pagaralam.

Kesenian menjadi salah satu cara untuk mempromosikan tempat wisata karena berisi karakteristik daerah pariwisata. Kesenian yang berupa tarian dan lagu dapat digunakan untuk mendeskripsikan kepada calon wisatawan tentang destinasi wisata yang mereka kunjungi. Pagar Alam sebagai kota yang memiliki banyak budaya dan seni selalu menampilkan tarian dan lagu daerah Pagar Alam tradisional yang sarat akan budaya Melayu di setiap acaranya.

Kesenian Pagar Alam menjadi salah satu daya tarik dari budaya pagar alam yang berhasil meluluhkan hati para wisatawan dengan pesonanya. Terdapat beberapa provinsi yang ada di Indonesia sering mementaskan tari Pagar Alam diantaranya adalah kota Riau, Kalimantan Timur, Batam, Surabaya, dan kota-kota besar lainnya. Dalam pembukaan International Standard Indonesia Solo Exhibition (ISE) di Malaka dan Cina, seni Pagar Alam pernah diundang untuk mementaskan tariannya dalam acara tersebut.

Selain terkenal dengan tariannya yang unik, kostum dan banyak tarian kreasi penari “kebagh” lainnya juga dikagumi oleh penonton China dan Malaysia. Menurut mereka, kostum penari Pagar Alam sangat khas dan jarang terlihat, namun tetap santun karena tidak terlalu terbuka. Sama dengan fungsi yang digunakan. Hal ini menjadi nilai tersendiri bagi seni Pagar Alam yang ingin mewujudkan kota religi.

Selain itu, hal lain yang dapat dilakukan untuk mempromosikan pariwisata Pagar Alam adalah dengan iklan dari mulut ke mulut atau bisa disebut juga *word of mouth*. Pengiklanan ini dinilai lebih efektif dan efisien daripada pengiklanan lainnya dikarenakan para wisatawan akan menyampaikan kesannya secara langsung kepada keluarga maupun sahabatnya mengenai keindahan

objek wisata di Pagar Alam. Sehingga keluarga maupun sahabat yang mendengarkan cerita dari keindahan objek wisata di Pagar Alam merasa tertarik dan ikut berkunjung juga ke Pagar Alam.

BAB VI

TINDAK LANJUT PENELAAHAN VIDEO PROMOSI MOTION GRAPHIC PARIWISATA

6.1 Pengambilan Data Primer

Informasi atau data yang telah dikumpulkan langsung dari subjek penelitian dengan menggunakan instrumen yang ditetapkan disebut sebagai "data primer." Peneliti mengumpulkan data primer untuk menjawab pertanyaan penelitian. Langkah internal dalam proses penelitian yang dikenal sebagai pengumpulan data primer sering diperlukan untuk pengambilan keputusan. Data primer dianggap lebih akurat karena detail. Data primer menurut Purhantara, Indriantoro, dan Supomo (2010:79), adalah informasi yang dikumpulkan peneliti langsung dari sumbernya. Informasi penting umumnya disinggung sebagai informasi yang unik atau informasi baru yang bersifat luar biasa. Peneliti harus mengumpulkan langsung data primer untuk memperolehnya. Observasi, diskusi terfokus, wawancara, dan penyebaran kuesioner adalah beberapa metode yang dapat peneliti gunakan untuk mencari data primer. Peneliti menggunakan data ini untuk mendapatkan informasi langsung tentang Pagaralam untuk video promosi yang ingin memperkenalkan kota Pagaralam industri pariwisata yang belum dikenal oleh Provinsi Sumatera Selatan.

Untuk mendorong penyelidikan video promosi pariwisata di kota Pagaralam, data primer tentang kasus dikumpulkan untuk penelitian ini.

6.2 Pengambilan Data Sekunder

Data sekunder adalah informasi yang dikumpulkan oleh peneliti dari sumber yang diketahui (Hasan, 2002:58). Informasi ini digunakan untuk membantu mendapatkan informasi penting. Data pendukung dan data sekunder desain ini dapat dikumpulkan dari berbagai sumber, termasuk buku online, jurnal, dan situs web. Saat mengumpulkan data sekunder, sumbernya harus dipastikan akurat.

Strategi pemilihan informasi opsional disebut teknik untuk memanfaatkan bahan rekaman. Karena peneliti dalam hal ini meneliti dan memanfaatkan data yang dihasilkan oleh pihak ketiga daripada mengambil data sendiri secara langsung. Suatu fakta atau gambaran yang telah dikumpulkan dan nantinya akan diolah untuk menghasilkan data yang berguna bagi suatu penelitian disebut data. Informasi ini akan digunakan untuk membantu pengambilan keputusan.

Metode yang digunakan untuk mengumpulkan data sekunder disebut metode pengumpulan data sekunder. Data yang diperoleh dari pihak ketiga berupa penelitian terdahulu disebut sebagai data sekunder. Data sekunder dapat berasal dari buku, jurnal ilmiah, arsip, dokumen, dan sumber lain yang dapat diakses baik secara online maupun secara langsung dari perpustakaan atau instansi terkait lainnya. Data sekunder memiliki keuntungan karena relatif murah dan membutuhkan sedikit waktu untuk dikumpulkan.

Studi literatur, media, lembaga pemerintah atau swasta, dan metode pengumpulan data sekunder lainnya hanyalah beberapa contoh. Ketika memilih data yang akan digunakan dalam penelitian saat ini, peneliti harus melatih pemikiran kritis dan kehati-hatian.

6.3 Teknik Pengumpulan Data

Teknik Pengumpulan data merupakan strategi cerdas bagi seseorang untuk mengumpulkan informasi yang mereka butuhkan untuk pelaksanaan program dan kegiatan yang akan mereka lakukan (Sugiyono, 2018). Dalam kegiatan ini, pelaksana menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

6.3.1 Metode Pustaka

Tinjauan pustaka dilakukan untuk mengetahui lebih dalam tentang berbagai gagasan yang menjadi pedoman proses penelitian. Tinjauan pustaka ini dapat dilakukan dengan mencari informasi atau pengetahuan dalam artikel, tulisan, makalah, buku, dan e-book penelitian sebelumnya.

6.3.2 Metode Dokumentasi

Adalah metode pengumpulan data yang tidak langsung ditujukan kepada subjek penelitian melainkan melalui dokumen. Metode ini dapat digunakan dalam tinjauan pustaka ini untuk menemukan hal-hal yang berkaitan dengan perancangan media komunikasi visual. Buku harian, surat pribadi, laporan, notulen rapat, catatan kasus dalam pekerjaan sosial, dan dokumen lainnya dapat digunakan. Saat melakukan kegiatan penelitian wisata di sektor pariwisata Kota Pagaralam, metode ini dimanfaatkan dengan cara pendokumentasian (pengambilan gambar).

6.4 Mengenal Kota Pagaralam di Provinsi Sumatera Selatan

Berdasarkan non-8 tahun 2001, Kota Pagar Alam adalah sebuah kota di provinsi Sumatera Selatan. No. Kota Pagar Alam pernah menjadi bagian dari Kabupaten Lahat dan menjabat sebagai kota administratif, menurut pasal 8 Tahun 2001 dalam Naskah Negara Republik Indonesia (Tambahan Naskah Negara Republik Indonesia pada Nomor 4115). Kota ini memiliki kepadatan penduduk kurang lebih 199 jiwa per km², luas wilayah kurang lebih 633,66 km², dan berpenduduk sekitar 126. 181 jiwa . Palembang berjarak 298 kilometer, dan Kabupaten Lahat berjarak 60 kilometer ke arah barat daya kota.

Kota Pagar Alam memiliki luas 633,66 km² (63. 366 ha) dan terletak antara 03°59'08" dan 04°15'45" Lintang Selatan dan 103°07'00" hingga 103°27'26" Bujur Timur. Kota Pagaralam mempunyai lima kecamatan yang membentuk Pembangunan Daerah IV Sumatera Selatan meliputi Kabupaten Pagar Alam Utara, Pagar Alam Selatan, Dempo Utara, Dempo Tengah, dan Dempo Selatan Kota Pagar Alam. Pagar Alam, kota di kawasan yang terkenal dengan pegunungan dan pertaniannya. Di ketinggian lebih dari 700 meter di atas permukaan laut, pariwisata terbukti: Dempo Puncak Potensi ini didukung oleh lokasi kota saat ini, di mana jalur transportasi regional Sumatera Selatan menghubungkan kota dan provinsi. Kota Pagar Alam terletak antara 100 dan 3. 159

meter di atas permukaan laut (dari permukaan laut) di kaki atau di pelataran Gunung Dempo yang tingginya 3. 159 meter.

Kota Pagar Alam berukuran 687,97 km² dan berjarak 60 km ke arah barat daya Palembang, Sumatera Selatan yang berjarak 298 km. Terletak pada 103,15 ° Bujur Timur (BT) dan 415 ° Lintang Selatan (LS). dari Kabupaten Lahat.

Kota Pagar Alam dikenal sebagai "atap Provinsi Sumatera Selatan" karena berada antara 100 dan 3159 meter di atas permukaan laut. Suhu berkisar antara 14°C hingga 34°C di wilayah Kota Pagar Alam yang juga berada di dataran tinggi dan berada di bawah kaki Gunung Dempo (3. 159 meter). Hal ini menunjukkan bahwa suhu di wilayah Kota Pagaralam tergolong sangat dingin, mencapai 14°C.

Sungai Endikat (Ayek Endikat), Sungai Air Kundur (Ayek Air Kundur), Sungai Selangis Besar (Ayek Selangis Besak), Sungai Selangis Kecil (Ayek Selangis Kecil), Sungai Selangis Besar (Ayek Selangis Besak), dan Sungai Selangis Kecil. Sungai Selangis Besar (Ayek Selangis Besak)

Berikutnya adalah daerah garis dengan daerah yang berbeda:

Tabel 6.1 Pembatasan Wilayah kota Pagaralam dengan Kabupaten

Utara	kabupaten Lahat
Timur	Kabupaten Lahat dan kabupaten Muara Enim
Selatan	kabupaten Kaur
Barat	Kabupaten Lahat dan kabupaten Empat Lawang

(http://www.pagaralamkota.go.id/?page_id=3696)

Berikut data demografi per kecamatan di Kota Pagar Alam

Tabel 6.2 Data Demografi Kota Pagaralam

Nama kecamatan	Luas Wilayah	Jumlah Penduduk	Kepadatan Penduduk
Dempo Selatan	239,08 km ²	11.734 jiwa	54 jiwa/km ²
Dempo Tengah	151,96 km ²	12.850 jiwa	74 jiwa/km ²
Dempo Utara	123,98 km ²	20.490 jiwa	165 jiwa/km ²
Pagar Alam Selatan	63,17 km ²	47.976 jiwa	759 jiwa/km ²
Pagar Alam Utara	55,47 km ²	40.812 jiwa	736 jiwa/km ²
Kota Pagar Alam	633,66 km ²	133.862 jiwa	211 jiwa/km ²

(http://www.pagaralamkota.go.id/?page_id=3696)

Kota Pagar Alam selalu mengalami kenaikan jumlah penduduk yang sangat melonjak yang pertama kali didirikan pada tahun 2000, ketika hanya 112.025 orang yang tinggal di sana. Sepuluh tahun kemudian, populasi menyusut 126.363 orang dengan laju 1,22 persen. Karena transmigrasi individu yang menetap di Pagar Alam.

Orang-orang yang tinggal di Pagar Alam berasal dari berbagai suku bangsa. Ada juga banyak orang Jawa, Tionghoa-Indonesia, Melayu Palembang, Minangkabau, Batak, Peranakan, Arab-Indonesia, dan India-Indonesia, selain pribumi (Besemah Malaysia).

Tabel 6.3 Data Jumlah Penduduk Kota Pagar Alam

Tahun	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2008	2010	2021
Jumlah penduduk	112.025	112.934 ▲	113.435 ▲	113.679 ▲	113.789 ▲	114.609 ▲	116.316 ▲	126.363 ▲	147.537 ▲
Sumber: Data Statistik Indonesia ^{[1][10][11]}									

6.5 Perbandingan Tindak Lanjut Penelaahan Periode Sebelumnya

Berdasarkan hasil berikut, data berikut dikumpulkan:

- a) Dokumentasi Metode pengumpulan data yang diperlukan untuk mendukung temuan wawancara adalah mengumpulkan informasi tentang industri pariwisata di kota Pagaram. Informasi ini akan menjadi media atau bahan untuk metode penelitian yang dilakukan melalui wawancara. Kesimpulan berikut dapat diambil dari bukti-bukti yang dikumpulkan dari data LRA:

Tabel 6.4 Komposisi PAD Kota Pagaram

Jenis PAD	2016	2017	2018	Maret 2019
Pendapatan Pajak Daerah	5.761.651.415,00	7.093.380.548,00	8.254.708.162,00	1.634.959.806,00
Pendapatan Retribusi Daerah	2.282.828.998,00	2.748.701.775,00	2.538.878.911,00	664.315.638,00
Pendapatan Hasil Pengelolaan Kekayaan Daerah yang Dipisahkan	5.029.859.760,97	4.996.853.124,57	4.832.400.884,69	5.376.604.051,50
Lain-lain pendapatan asli daerah yang sah	38.038.667.245,93	50.699.956.997,60	57.974.356.396,36	6.307.524.980,39

(.... . <https://ejournal.kahuripan.ac.id/index.php/Ekuivalensi/article/view/258>.)

Sektor pariwisata di Kota Pagaram memberikan kontribusi terhadap total pendapatan asli daerah sekitar 3,19% dari total pada periode 2019 hingga 2021. Total pendapatan sektor pariwisata periode 2019 hingga 2021 adalah Rp6. 120. 044. 853,-. Kontribusi sektor pariwisata sangat kecil karena Pemerintah Kota Pagaram tidak secara sistematis mempromosikan pariwisata sesuai dengan era ekonomi digital. Penelitian berjudul 17 Tahun Berdirinya Pagaram Sebagai Kota Wisata: Bagaimana Sektor Pariwisata Dapat Meningkatkan Pendapatan Pemerintah Daerah? juga memiliki hasil yang sama, yaitu kontribusi sektor pariwisata terhadap PAD yang

kecil. Selain itu, penelitian ini juga didukung oleh penelitian sebelumnya yang berjudul Strategi Pengembangan Pariwisata Dalam Rangka Peningkatan Pendapatan wilayah Pagar Alam bagian Kecamatan tepatnya di Kabupaten Kuningan, yang mana menjadi objek yang diteliti .

b) Wawancara dan Observasi

Wawancara dalam penelitian ini dilakukan dengan informan

Tabel 6.5 Data Informan Wawancara

Jenis Kelamin	Pendididikan	Bekerja (Tahun)	Jabatan
Laki-laki	Strata 2	16	Sekretaris OPD
Laki-Laki	Strata 2	16	Plt. Kepala Dinas
Perempuan	Strata 2	12	Kepala Seksi OPD
Perempuan	SMP	10	Pedagang PKL
Laki-laki	SMA	9	Pemilik Toko Sovenir

(...<https://ejournal.kahuripan.ac.id/index.php/Ekuivalensi/article/view/258>...)

Menurut penelitian sebelumnya (Febriantoko & Rotama, 2018), hasil evaluasi kegiatan promosi pariwisata terkendala oleh kurangnya anggaran, kurangnya sumber daya manusia untuk ahli multimedia, dan kurangnya pemahaman tentang penggunaan multimedia, seperti sebagai motion graphic, untuk meningkatkan kunjungan wisatawan ke kota Pagaralam. Analisis data mengungkapkan bahwa total PAD industri pariwisata masih kurang dari 2% dari total PAD. Menurut Febriantoko & Mayasari (2018), upaya yang dilakukan pemerintah adalah masih sebatas promosi pariwisata konvensional, sedangkan kurangnya kontribusi masyarakat menjadi faktor penghambat peningkatan PAD di sektor pariwisata. Terdapat korelasi antara temuan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya mengenai faktor yang mendukung dan menghambat upaya promosi pariwisata. di Kota Pagaralam.

Hasil wawancara dalam penelitian ini dijadikan tema utama, yaitu pengembangan sektor pariwisata daerah perlu

didukung dengan kegiatan promosi dengan metode motiongraphic yang baik. Salah satu yang dilakukan dengan cara memanfaatkan digital marketing berupa video yang dapat memberi informasi yang jelas dan bias di mengerti pada sektor pariwisata unggulan di Kota Pagaram. Melalui video promosi, masyarakat akan mengetahui destinasi wisata yang menarik yang kita tidak ketahui pada sector pariwisata Kota Pagaram, maupun situs sejarah dan kearifan lokal pada masyarakat yang belum mengetahuinnya dan segera untuk dikunjungi, untuk melestarikan budaya, sejarah maupun kearifan lokal yang ada di kota Pagaram, Sumatera Selatan.

Penggabungan penelitian yang terkait dengan promosi pariwisata berdasarkan penggabungan tema besar yakni pentingnya promosi pariwisata. Promosi melalui video motiongraphic merupakan suatu bentuk promosi yang baik. Motion graphic merupakan media grafik bergerak yang dapat digunakan sebagai video penjelasan yang menjelaskan suatu keadaan yang ada di Kota Pagaram pada sektor pariwisata. Pada penelitian-penelitian sebelumnya, penggunaan motion graphic sebagai media promosi pariwisata di Kota Pagaram merupakan suatu pilihan terbaik yang telah dilakukan . penggunaan media promosi wisata dengan motion graphic ini dilakukan dengan kajian ilmiah secara mendalam.

BAB VII

PERAN VIDEO MOTION GRAPHIC TERHADAP KEMAJUAN PARIWISATA

7.1 Peran Motion Graphic di Sektor Pariwisata

Pariwisata merupakan sektor yang dapat mendorong perkembangan ekonomi suatu daerah. Sektor Pariwisata diperkirakan menjadi jalan bagi pemerintah pusat maupun daerah untuk meningkatkan pendapatannya. Saat ini industri pariwisata sedang mengalami pertumbuhan yang begitu pesat ini merupakan suatu kesempatan yang harus dimanfaatkan untuk meningkatkan sektor pariwisata dan berjangka panjang dimasa mendatang. Kegiatan pariwisata menjadi sebuah kebutuhan pada masa sekarang. Untuk mewujudkan itu semua harus diperlukan sebuah akomodasi berupa sarana dan prasarana yang berhubungan dengan pengelolaan fasilitas maupun informasi sebagai media promosi berfokus pada pengenalan sektor pariwisata kepada masyarakat umum sehingga dapat meningkatkan volume kunjungan wisatawan. Objek dan daya tarik di bidang pariwisata untuk menumbuhkan semangat solidaritas, dan cinta tanah air serta persaudaraan antar daerah.

Dinas Kepariwisataan Kota Pagaralam membutuhkan media promosi berupa konten animasi. Hal ini diyakini dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan dan kontribusi PAD terhadap pariwisata di Kota Pagaralam. Diperlukan strategi promosi yang tepat untuk mengatasi kendala tersebut. Promosi dan publikasi dirancang untuk meningkatkan daya kunjungan wisatawan, selain itu pengunjung dapat memperoleh gambaran terkait pariwisata Pagaralam, mendapatkan informasi mengenai fasilitas penunjang, dan menjadi sarana komunikasi antara wisatawan dengan pengelola Dinas Pariwisata kota Pagaralam. Salah satu media promosi digital yang efektif adalah video promosi pariwisata Motion Graphic. Berdasarkan penjelasan **Biteable**, Motion Graphic dapat dikatakan sebuah animasi dengan komponen

utama berupa teks. Sehubungan dengan hal tersebut, media yang akan digunakan sebagai media promosi harus dapat memberikan jangkauan informasi yang luas, sehingga potensi wisata yang ada di Kota Pagaralam dapat dikembangkan serta dikenal oleh para wisatawan dan masyarakat luas. Dalam pembuatan animasi untuk mempromosikan sektor pariwisata yang ada menggunakan Motion Graphic factor yang paling signifikan adalah penggunaan typografi. Hal ini bertujuan agar informasi yang ditampilkan dapat tersampaikan secara jelas dan mudah dipahami, dengan menggunakan media audiovisual yang digerakkan oleh animasi 2D maupun 3D, dibuat agar semua orang yang melihat informasi itu memiliki ketertarikan dan dapat fokus terhadap pesan yang ingin disampaikan.

Motion Graphic ialah media visual berupa video animasi berbasis waktu dengan menambahkan elemen film dan desain grafis yang dapat mendukung minat serta menghasilkan pendapatan, kebutuhan akan video promosi pariwisata dirasa sangat mendesak, hal ini dikarenakan Penerapan video promosi pariwisata di Kota Pagaralam diharapkan mampu meningkatkan volume kunjungan para wisatawan, baik wisatawan lokal maupun nasional. Pentingnya inovasi promosi pariwisata dan teknologi motion graphic sebagai wadah untuk mempromosikan baik lokasi wisata, situs sejarah, air terjun, bahkan seni kuliner kota Pagaralam yang menyebabkan pada peningkatan PAD di bidang pariwisata, Hasil wawancara dalam penelitian ini dapat dijadikan sebagai tema utama, yaitu bahwa pembangunan sektor pariwisata daerah perlu didukung dengan kegiatan promosi yang baik. Dengan membuat digital marketing berupa video Yang dapat mewakili wisata unggulan di Kota Pagaralam. Melalui video promosi, masyarakat akan mengetahui tentang destinasi wisata menarik, situs sejarah dan kearifan lokal untuk dikunjungi.

Kegunaan Motion Graphic

1. Membagikan Informasi

Kegiatan membagikan informasi atau pesan kepada seseorang dikatakan sebagai cara menyebarkan informasi yang efektif. Pada Motion Graphic cara ini dapat dilakukan dengan mengubah informasi yang ditambahkan gambar berupa foto-foto sektor pariwisata yang diedit serta digerakan dengan menambahkan audio dan tulisan yang sesuai dan jelas hurufnya saat dibaca.

2. Film dan Video

Kegunaannya untuk menampilkan judul pada bagian awal dan akhir video animasi agar para penonton yang melihat informasi merasa kagum dan menyisakan kesan baik dari pemutaran video Motion Graphic. Selain itu, diharapkan untuk menambahkan audio dan membuat gaya penulisan huruf yang kreatif agar video lebih menarik.

3. Logo

Logo yang dapat dibuat dengan Motion Graphic, Jika biasanya logo hanya berbentuk 2 dimensi, kurang terkesan mempunyai daya tarik bisa diubah dalam bentuk animasi serta bersifat menyenangkan. Biasanya logo bergerak ini ditampilkan dalam kebutuhan video untuk sebuah konten agar video terlihat lebih hidup.

4. Pemasaran Digital Melalui Konten Media Sosial

Pada perkembangan dunia teknologi yang semakin pesat era moderen ini, kebutuhan akan konten media sosial semakin bermacam-macam. Untuk menarik perhatian para pendukung dibutuhkan inovasi dari video konten yang dihasilkan berupa foto, bahkan video animasi. Kegiatan berupa siaran berita atau bahkan akun-akun resmi kenegaraan juga menggunakan konten berbentuk animasi. Untuk menarik minat masyarakat secara luas. Berguna untuk memudahkan para pengguna yang mengakses memahami informasi yang diberikan. Jika informasi yang disampaikan rumit atau dalam bentuk teks yang

panjang. Pengubahan format ke dalam Motion Graphic ini dianggap efektif, karena selain lebih singkat tentu jadi lebih mudah dipahami. Informasi yang baik harus singkat jelas dan padat mengenai promosi pada sektor pariwisata melalui konten video.

Kelebihan Implementasi Motion Graphic Dalam Digital Marketing

1. Penggunaan waktu lebih efisien

Selain enak dilihat orang yang sebelumnya tidak tertarik melihat iklan karena tidak ingin membacanya maka melalui Motion Graphic kondisi tersebut dapat teratasi. Tidak hanya menyegarkan mata para pelihat Motion Graphic tapi juga berguna untuk mempercepat penyampaian informasi.

2. Menonjolkan kesan Moderen

Pembuatan yang terkesan singkat mudah dan cepat. Dengan menampilkan semua informasi tentang sektor pariwisata yang dipromosikan, alasan mengapa animasi iklan tampak moderen karena modelnya tidak sederhana dan memenuhi kaidah teknologi.

3. Pesan Menjadi lebih Efektif

Bagi sebagian masyarakat melihat iklan atau promosi dalam bentuk animasi jauh lebih mudah dan efektif dari pada media lainnya, apalagi jika target marketing utama adalah penyuka game, film, atau animasi.

7.2 Manfaat PAD pada Sektor Pariwisata

Pendapatan Asli Daerah adalah pendapatan yang diperoleh daerah dari penerimaan pajak daerah, retribusi daerah, keuntungan BUMD, dan lain-lain yang bersifat secara sah. konsep dari kepariwisataan ialah keseluruhan kegiatan yang berkaitan dengan sektor pariwisata yang bersifat tidak bisa berdiri sendiri harus melibatkan sejarah, kegiatan sosial, ekonomi, budaya, teknologi, serta produk yang muncul sebagai wujud kebutuhan setiap orang

dan negara serta interaksi antara wisatawan dengan masyarakat setempat, sesama wisatawan, pemerintah, lokal. Pemerintah dan Pengusaha. Selain itu, model Logis merupakan alat pengukuran kinerja untuk menjelaskan dan mengevaluasi efektivitas program kerja organisasi. Dalam model Logis membahas hubungan antara sumber daya organisasi seperti sumber daya, kegiatan, keluaran, hasil yang terkait dengan situasi khusus. Selain itu, dalam tugas terakhirnya disebutkan bahwa Motion Graphic ialah media visual berbentuk animasi berbasis waktu dengan menggabungkan film dan desain grafis. PAD yang berasal dari berbagai usaha daerah tersebut dikumpulkan oleh daerah berdasarkan peraturan hukum yang berlaku. Upaya peningkatan pendapatan daerah dengan mengoptimalkan potensi industri pariwisata. Sumber daya pariwisata daerah dan program pengembangan potensi daerah diharapkan dapat mendorong pembangunan ekonomi.

Berdasarkan Undang-Undang Kepariwisata Nomor 10 Tahun 2009 yang menyatakan bahwa tujuan penyelenggaraan kepariwisataan adalah untuk meningkatkan pendapatan nasional guna meningkatkan kesejahteraan dan kemakmuran rakyat, memperluas dan pemerataan kesempatan berusaha dan lapangan kerja, memajukan pembangunan daerah. Fokus utama penelitian ini ada pada sektor pariwisata yang mempengaruhi pendapatan asli daerah. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi program dan kegiatan sektor pariwisata Pemerintah Kota Pagaralam dengan menggunakan model logika, serta merancang strategi inovasi promosi video animasi kreatif yang dapat meningkatkan pendapatan asli daerah Kota Pagaralam. PAD memegang peranan penting dalam pembiayaan pembangunan daerah berdasarkan potensi masing-masing daerah, peningkatan PAD ini dapat meningkatkan kemampuan keuangan daerah. Penelitian ini bertujuan untuk melihat kontribusi pendapatan asli daerah sektor pariwisata terhadap total PAD. sedangkan manfaat bagi masyarakat antara lain berupa pendapatan dan kesempatan kerja.

Dampak Positif Sektor Pariwisata Pada PAD

Dampak pariwisata terhadap peningkatan pertumbuhan ekonomi pada PAD dapat diidentifikasi melalui beberapa saluran yang berbeda, yaitu sebagai berikut :

1. Sektor Pariwisata ialah penghasil pendapatan yang cukup besar, dapat meningkatkan pendapatan nasional.
2. Pariwisata berperan penting dalam mendorong pembangunan daerah.
3. Pariwisata memberikan kontribusi dengan menciptakan lapangan kerja.
4. Mendorong peningkatan investasi dari sektor industri pariwisata.
5. Meningkatkan retribusi daerah serta penerimaan pajak pemerintah.

Dampak Positif Sektor Pariwisata Pada Masyarakat

Pariwisata tentu saja memiliki dampak positif terutama bagi masyarakat yang berada di dekat sektor pariwisata, adapun dampak positifnya :

1. Menciptakan lapangan pekerjaan, serta sebagai penghasilan tambahan bagi masyarakat setempat.
2. Menjaga budaya setempat agar bisa terus dinikmati oleh para wisatawan yang datang berkunjung.
3. Menunjang fasilitas umum para wisatawan dan juga bermanfaat untuk masyarakat setempat. Contohnya seperti perbaikan jalan disekitar lingkungan pariwisata.
4. Membantu mempromosikan daerah.
5. Peningkatan pendapatan dari para wisatawan asing lebih menjanjikan dari pada wisatawan lokal.

Penelitian ini mengkonsolidasikan penelitian sebelumnya untuk memecahkan suatu masalah. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa PAD Kota Pagaralam sebesar 116,27% untuk periode 2019-2021. Rata-rata kontribusi sektor Pariwisata terhadap PAD adalah 3,63% pada 2019, 1,80% pada 2020, dan 4,15% pada

2021 dengan rata-rata 3,19%. Berdasarkan data diatas, maka kontribusi PAD pariwisata terbilang belum memuaskan. Diharapkan implementasi Motion Graphic ini dapat mendorong sumbangsi PAD Sektor pariwisata Kota Pagaralam kedepannya.

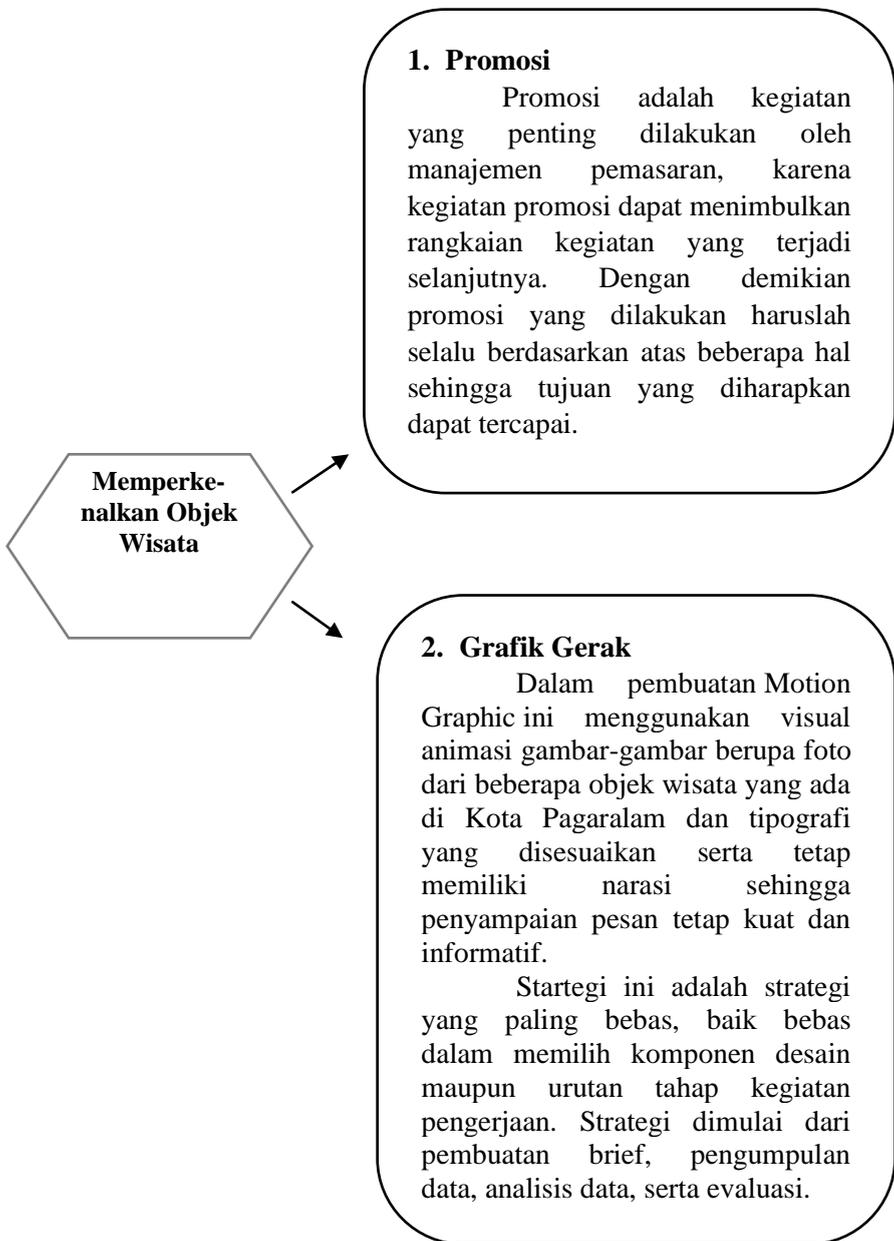
7.3 Manfaat Adanya Inovasi Motion Graphic

Pengembangan promosi Motion Graphic pariwisata kota Pagaralam dalam bentuk animasi, Hal ini dapat dibuat dengan menggabungkan berbagai elemen seperti animasi 2D dan 3D, video, film, tipografi, ilustrasi, fotografi, dan musik. Selain itu, tujuan Promosi adalah untuk menginformasikan, serta menyebarkan informasi, kemampuan teknis yang perlu dimiliki yaitu paham akan software-software dalam pembuatan Motion Graphic di antaranya :

- Adobe photoshop, Adobe Illustrator
- Adobe After Effects
- Cinema 4D
- Maya 3D

Video animasi dapat membuat sebuah karakter agar mempunyai ciri khas tersendiri, serta melatih kreativitas membuat ide baru yang unik dan mudah dikenal bahkan disukai banyak orang. Tujuan dari perancangan kreatif ini agar estetika yang dibutuhkan melibatkan indera pendengaran dan penglihatan yang dirancang semenarik mungkin supaya informasi yang disampaikan dapat dipahami. Penggabungan penelitian menyepakati pentingnya promosi pariwisata, promosi melalui video adalah salah satu bentuk promosi yang baik . Dalam Motion Graphic gerakan grafis adalah media grafis bergerak yang dapat digunakan sebagai video penjelasan yang dapat menjelaskan suatu keadaan, menciptakan sebuah karya desain melalui komunikasi visual yang masih memiliki keaslian karya yang dihasilkan, diperlukan pemahaman terhadap aspek konteks dan aspek komunikasi. Pada dasarnya desain lahir untuk memberikan solusi serta menjawab masalah atau

kebutuhan dari sejumlah orang, bukan hanya sekedar untuk kepuasan pribadi namun lebih tepatnya harus mampu memberikan kontribusi kepada peningkatan apa yang dibutuhkan kegiatan pariwisata yang berada di kota tersebut untuk meningkatkan kualitas hidup manusia secara luas. Keaslian penciptaan karya desain komunikasi visual pada perancangan ini dititik beratkan pada gagasan untuk memecahkan masalah dalam rangka peningkatan dan pengembangan promosi sektor pariwisata kota Pagaralam. Dengan demikian promosi yang akan dilakukan haruslah selalu berdasarkan atas beberapa hal sehingga tujuan yang diharapkan dapat tercapai. Hal ini ditekankan agar hasil akhir yang didapat menghasilkan solusi berupa animasi Motion yang dapat meningkatkan konsistensi dan keefektifan dari promosi, yangmana mampu menciptakan presentasi pemanfaatan inovasi motion graphic agar lebih meningkat untuk perkembangan lebih lanjut. Dibawah ini ditampilkan sebuah diagram proses kegiatan promosi pariwisata di Kota Pagaralam dengan memanfaatkan media video promosi wisata motion graphic. Diagram alir ini menggambarkan sebuah proses serta implementasi motion graphic, yang dapat dilihat sebagai berikut:



Gambar 7.1 Diagram Langkah yang dipakai untuk memperkenalkan sektor pariwisata

BAB VIII
KEGIATAN-KEGIATAN PENGUJIAN
DENGAN VIDEO PROMOSI MOTION GRAPHIC
PADA SEKTOR PARIWISATA

8.1 Pengujian Kredibilitas dan Triangulasi Data

Penelitian rasional dengan menggunakan metode studi kasus yang mencari makna, menyelidiki proses, dan menggali lebih dalam pemahaman dan pemahaman individu, kelompok, atau situasi. Penelitian tersebut diadakan di Kota Pagaralam, Sumatera Selatan. Kota Pagaralam adalah salah satu kota yang terletak di Provinsi Sumatera Selatan yang terbentuk berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 2001 (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2001 Nomor 88, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4115), Kota Pagar Alam dimasukkan sebagai Kota Administratif di daerah Lahat.

Jenis penelitian yang digunakan di kota Pagaralam tersebut ialah penelitian terapan. Penelitian terapan ialah suatu penelitian yang digunakan untuk menemukan solusi atas masalah yang sedang dihadapi atau dialami di masyarakat, industri serta pemerintah sebagai lanjutan dari riset dasar. Penelitian terapan ini bertujuan untuk menemukan solusi dari suatu masalah yang bersifat langsung dihadapi oleh masyarakat dan menjawab pertanyaan spesifik yang ditujukan untuk memecahkan masalah praktis.

Penelitian terapan ini disebut empiris yakni sebuah penelitian yang dilakukan dengan menggunakan data-data yang ada di lapangan sebagai sumber data utama seperti observasi dan hasil wawancara, karena mencoba menerapkan pengetahuan yang diperoleh dengan ide menyatukan pengetahuan untuk memecahkan suatu situasi. Artinya, hasil penelitian diharapkan segera digunakan untuk tujuan praktis. Jenis desain penelitian terapan ini adalah studi evaluasi, penelitian terapan ini merupakan jenis penelitian yang mempunyai suatu tujuan untuk melakukan evaluasi pada tiap-tiap

tahapan yang dilakukan dalam penelitian, yang mulai dari perencanaan, pelaksanaan, sampai dengan hasil penelitian.

Kegiatan-kegiatan tersebut dilakukan melalui Observasi, Dokumentasi, dan Wawancara. Kegiatan observasi dilakukan dengan cara mengisi blangko observasi. Pendokumentasian dilakukan dengan mengambil data keuangan dari lembaga keuangan daerah. Wawancara adalah dilakukan dengan wawancara mendalam dengan semi terstruktur pertanyaan kepada informan ahli.

Jenis penelitian terapan ini menggunakan beberapa teknik untuk mengumpulkan data-data, antara lain adalah sebagai berikut :

1. Wawancara

Wawancara yaitu suatu teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data agar dapat memperoleh suatu informasi yang diekstraksi dari sumber data secara langsung melalui sebuah percakapan atau komunikasi antara Pewawancara dengan Narasumber atau Informan. Teknik wawancara yang digunakan ialah wawancara mendalam. Menentukan mata pelajaran yang akan diwawancarai dengan menggunakan teknik analisis pakar/wajah, yakni wawancara dengan pakar atau orang yang memiliki kompeten yang berhubungan langsung dengan penyusunan program dan kegiatan.

2. Dokumen

Dokumen adalah catatan peristiwa masa lalu. Dokumen ini dapat berbentuk tulisan, gambar, maupun monumental karya dari seseorang yang sesuai dengan tema penelitian. Hasil penelitian dari wawancara ini akan dapat diandalkan apabila didukung oleh dokumen masa lalu. Dokumen yang digunakan dalam kajiannya ini adalah Laporan Realisasi Anggaran.

Di dalam penelitian ini dilakukan pengecekan keabsahan data melalui suatu kegiatan pengujian, yaitu:

1. Uji Kredibilitas

Uji kredibilitas adalah pengujian akurasi. Kredibilitas ialah kumpulan dari beberapa ukuran kebenaran data, yang

menggambarkan tentang kecocokan peneliti konsep dengan hasil studinya. Kredibilitas data ini diperiksa melalui kelengkapan data yang diperoleh atau didapatkan dari berbagai sumber.

2. Triangulasi

Triangulasi merupakan sebuah teknik pengumpulan data yang menggabungkan beberapa teknik pengumpulan data dan data sumber. Tujuannya dari triangulasi ialah mengumpulkan data dan waktu pengujian kredibilitas data dengan cara memeriksa kredibilitas data menggunakan kumpulan data teknik dan berbagai sumber data.

a. Triangulasi Sumber

Triangulasi sumber merupakan sebuah cara yang digunakan untuk mendapatkan data-data pada sumber yang berbeda, namun menggunakan teknik yang sama. Dalam hal penelitian ini, uji data akan dilakukan kepada Kepala Lembaga Keuangan dari wilayah Kota Pagaralam. Data yang sudah dianalisis oleh peneliti dapat menghasilkan sebuah kesimpulan, yang kemudian dikonfirmasi dengan ketiga sumber data tersebut.

b. Teknik Triangulasi

Triangulasi teknis merupakan penerapan berbagai teknik pengungkapan data yang dilakukan terhadap sumber data. Uji kredibilitas data dengan cara yang berbeda ialah teknik triangulasi.

c. Triangulasi Waktu

Pengujian kredibilitas data dilakukan menggunakan triangulasi waktu dengan mengumpulkan data pada waktu yang berbeda.

3. Ulasan Anggota

Memeriksa kredibilitas data oleh anggota. Dengan cara mengecek ulang data ke responden terkait keabsahan atau validitas data yang diperoleh untuk mengetahui seberapa jauh data yang didapat sesuai dengan apa yang disediakan oleh

penyedia data. Jika data yang ditemukan disetujui oleh penyedia data, maka data tersebut valid.

4. Uji Kemampuan Transfer

Transferabilitas adalah validitas eksternal secara kuantitatif riset. Validitas eksternal menunjukkan tingkat akurasi dan penerapan hasil penelitian untuk populasi dimana sampel tersebut diambil.

5. Teknik Analisis Data dan Informasi

a. Teknik Analisis Data Kuantitatif

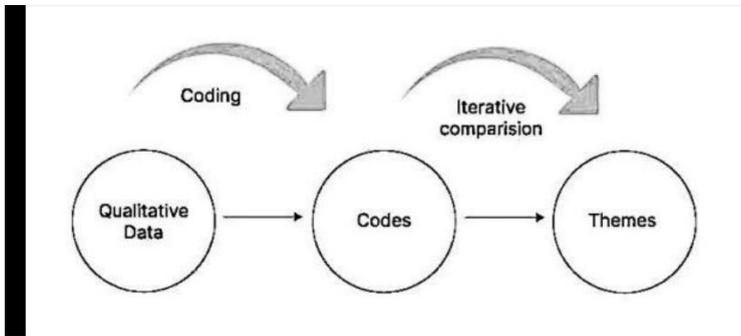
Teknik analisis data kuantitatif pada penelitian ini adalah untuk mengevaluasi kemandirian keuangan daerah berdasarkan akuisisi sumber daya PAD di sektor pariwisata terhadap total PAD. penilaian dari kemandirian keuangan daerah juga digunakan sebagai alat untuk melihat efektivitas realisasi yang direncanakan target PAD.

b. Teknik Analisis Data Kualitatif

Teknik analisis data menggunakan model logika untuk menganalisis korelasi antara sumber daya, kegiatan, keluaran, hasil yang terkait dengan situasi khusus. Sebagai tambahan untuk menggunakan model logis, penelitian ini juga menggunakan pengukuran kinerja analisis empat kuadran-friedman mendekati. Analisis empat kuadran Friedman adalah kombinasi dari dua perspektif yang berbeda untuk menghasilkan kategori. Alat analisis data yang digunakan untuk menganalisis wawancara hasil yang berkaitan dengan penyusunan program dan kegiatan Pemerintah Kota Pagaralam dalam memberdayakan sektor pariwisata adalah analisis tematik. Analisis tematik yaitu sebuah metode yang bertujuan untuk menganalisis, mengidentifikasi, serta melaporkan pola tematik dalam data.

Teknik yang digunakan untuk menafsirkan dan menggambar kesimpulan dengan menggunakan teknik pengkodean. Penggunaan pengkodean teknik untuk mengolah data kualitatif dari wawancara. Teknik pengkodean merupakan cara yang dikerjakan

oleh peneliti untuk mendapatkan suatu gambaran tentang fakta sebagai data kualitatif unit analisis dan teknik untuk mengumpulkan dan menggambar kesimpulan dari analisis psikologis data diperoleh. Data bisa berupa wawancara transkrip, catatan lapangan observasi partisipan, jurnal, dokumen, literatur, artefak, fotografi, video, website, email korespondensi dan sebagainya. Teknik pengkodean yang digunakan dibagi menjadi tiga macam, antara lain pengkodean terbuka, pengkodean aksial, dan pengkodean selektif.



Gambar 8.1 Tingkat Analisis Tematik

Data kualitatif diperoleh dari jawaban siswa yang dianalisis menggunakan analisis tematik teknik. Analisis tematik dilakukan melalui enam tahap, antara lain (1) membiasakan diri dengan data; (2) membuat kode awal; (3) membuat tema; (4) memeriksa dan mengecek tema yang dihasilkan; (5) mendefinisikan tema tersebut; (6) membuat sebuah laporan.

Analisis data dilakukan dengan menggunakan metode campuran yaitu menggabungkan metode kuantitatif dan kualitatif. Analisis data kuantitatif dengan mengukur gap ratio di kemampuan keuangan dan kemandirian daerah, dokumen yang dianalisis adalah Laporan Realisasi Anggaran (LRA). Analisis data kualitatif dengan menggunakan model logis untuk menganalisis hubungan antara sumber daya, aktivitas, output, keputusan terkait untuk situasi khusus. Selain menggunakan model logika, penelitian ini juga menggunakan pengukuran kinerja lainnya yaitu pendekatan yang

merupakan analisis empat kuadran-Friedman. Analisis hasil wawancara menggunakan analisis tematik. Analisis tematik ini digunakan untuk menganalisis tema-tema dalam wawancara yang berhubungan untuk menyusun program dan kegiatan Pemkot Pagaralam dalam pemberdayaan di sektor pariwisata.

8.2 Hasil Pengujian Kredibilitas dan Triangulasi Data

Hasil dari Pengujian Kredibilitas dan Triangulasi dapat dilihat berdasarkan Laporan Realisasi Anggaran yaitu laporan yang berisi informasi-informasi terkait dengan realisasi anggaran, pembiayaan, belanja dan lain sebagainya lalu membandingkannya dengan jumlah anggaran di dalam suatu periode. Laporan Realisasi Anggaran Pemerintah Kota Pagaralam Tahun 2019-2021 realisasi penerimaan PAD diperoleh hasil seperti terlihat pada tabel 1 dibawah ini.

Tabel 8.1 Hasil realisasi penerimaan PAD

Deskripsi	Tahun		
	2019	2020	2021
Pendapatan Asli Daerah - Realisasi Anggaran	122,81%	113,26%	112,73%
Pendapatan Pajak Daerah - Realisasi Anggaran	105,45%	97,52%	99,70%
Pendapatan Retribusi Daerah - Realisasi Anggaran	116,45%	127,74%	94,93%
Pendapatan dari Pengelolaan Kekayaan Daerah yang dipisahkan - Realisasi Anggaran	100,00%	100,10%	113,54%
Lain-lain yang Sah dari PAD - realisasi anggaran	131,34%	120,71%	118,24%

Berdasarkan tabel 1 tersebut dapat diketahui bahwa realisasi pendapatan PAD Kota Pagaralam sebesar 116,27% untuk periode 2019-2021. Pada tahun 2019 rata-rata realisasi pendapatan PAD sebesar 122,81%, tahun 2020 sebesar 113,26% dan tahun 2021 sebesar 112,73%.

PAD dibagi menjadi Pendapatan Pajak Provinsi, Pendapatan Retribusi Provinsi, Pendapatan dari Pengelolaan Kekayaan Daerah Terpisah dan PAD Hukum lainnya. PAD Pagaralam terbagi menjadi beberapa sektor, salah satunya adalah sektor pariwisata. Kontribusi PAD sektor pariwisata terhadap realisasi PAD Kota Pagaralam dapat dilihat pada tabel 2.

Tabel 8.2 Kontribusi PAD sektor pariwisata terhadap realisasi PAD Kota Pagaralam

Deskripsi PAD di Sektor Pariwisata	Perbandingan Total PAD		
	2019	2020	2021
Pajak Hotel	0,82%	0,29%	0,65%
Pajak Restoran	0,31%	0,21%	0,45%
Pajak Hiburan	0,05%	0,02%	0,06%
Pajak Iklan	0,22%	0,17%	0,35%
Retribusi Penggunaan Kekayaan Daerah	1,83%	0,80%	0,37%
Retribusi Parkir Khusus	0,11%	0,08%	0,17%
Retribusi Penginapan dan Villa	0,00%	0,00%	1,68%
Retribusi Tempat Rekreasi dan Olahraga	0,24%	0,18%	0,36%
Retribusi Penjualan Hasil Usaha Daerah	0,05%	0,04%	0,06%

Tabel 2 menunjukkan bahwa kontribusi sektor pariwisata terhadap PAD masih belum mampu mendukung operasional pemerintah Kota Pagaralam. Rata-rata kontribusi PAD sektor pariwisata terhadap total PAD adalah 3,63% pada 2019, 1,80% pada 2020 dan 4,15% pada 2021. Pada periode 2019-2021 rata-rata yang diperoleh adalah 3,19% kontribusi sektor pariwisata terhadap total PAD.

Hasil dari Pengujian Kredibilitas dan Triangulasi selanjutnya ialah analisis wawancara yang merupakan suatu metode yang digunakan untuk memperoleh keterangan dari tujuan penelitian, yang dilakukan dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan informan/ orang yang di

wawancarai, dengan atau tanpa menggunakan pedoman (guide) wawancara. Wawancara dilakukan dengan pegawai negeri sipil yang bekerja di pemerintah Kota Pagaram. Dalam wawancara tersebut dipilih informan yang mengetahui langsung terkait pariwisata dan keuangan daerah. Data informan yang diwawancarai dijelaskan pada tabel 3.

Tabel 8.3 Data informan yang diwawancarai

Pendidikan Terakhir	Pengalaman Kerja	Umur	Jenis Kelamin	Nomor Informan
Gelar Magister	15 Tahun	39 Tahun	Pria	Informant 1
Gelar Magister	20 Tahun	50 Tahun	Pria	Informant 2
Gelar Sarjana	12 Tahun	40 Tahun	Wanita	Informant 3

8.3 Pemilihan Informan dengan Triangulasi

Rendahnya pendapatan daerah ini disebabkan oleh rendahnya jumlah kunjungan wisatawan. Hal tersebut terungkap dalam hasil wawancara dengan informan 1 yang mengatakan bahwa pendapatan daerah Bandar Pagaram cukup rendah, terutama dari sektor pariwisata, karena kunjungan wisatawan ke tempat wisata di Pagaram tidak terlalu banyak. Hasil wawancara informan 1 di atas menunjukkan bahwa tingkat pencapaian sektor pariwisata di Kota Pagaram masih belum optimal. Hal ini dikarenakan kunjungan wisatawan di berbagai lokasi wisata di Kota Pagaram masih rendah. Hal tersebut tampak dengan hasil wawancara dibawah ini:

"Iya sob, selama ini pendapatan daerah Bandar Pagaram cukup rendah, terutama dari sektor pariwisata. Pasalnya, kunjungan wisatawan ke tempat wisata di Pagaram tidak terlalu banyak" (Informan 1)

Pendapat informan 1 tersebut diperkuat dengan pendapat informan 2 yang mengatakan bahwa Pendapatan Asli Daerah di Pagaram sekarang menurun tajam, apalagi sejak ada wabah COVID-19. Hasil wawancara dengan informan 2 menegaskan bahwa kontribusi PAD Sektor Pariwisata di Kota Pagaram

cenderung rendah. Apalagi di masa pandemi, sehingga menurut pemerintah masih jauh dari jumlah yang ditargetkan. Yaitu:

Hmmm. Pendapatan Asli Daerah di Pagaram sekarang menurun tajam kan Riana. Sejauh ini cukup baik, tapi setelah wabah ini menjadi sangat buruk. Karena tidak terlalu banyak yang melakukan tur ke wilayah kami". (Informan 2)

Sedangkan hasil wawancara informan ke 3 sesuai dengan pendapat informan 1 dan 2. Informan 3 mengatakan bahwa Pendapatan lokal Kota Pagaram di sektor pariwisata cenderung rendah karena promosi pariwisata relatif minim. Daerah kota Pagaram rasanya sangat membutuhkan promosi pariwisata yang berkualitas untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Hasil wawancara ditampilkan dibawah ini:

"Setahu saya bro. Pendapatan lokal Kota Pagaram di sektor pariwisata cenderung rendah karena promosi pariwisata relatif minim. Kami merasa sangat membutuhkan promosi pariwisata yang berkualitas untuk menjangkau pasar yang lebih luas" (informan 3)

Hasil wawancara dengan informan 3 ini menunjukkan bahwa sektor pariwisata Kota Pagaram masih membutuhkan terobosan promosi pariwisata dan media promosi pariwisata yang baik. Hal ini diyakini dapat meningkatkan kunjungan wisatawan ke Kota Pagaram di masa yang akan datang.

Selain mewawancarai ketiga informan mengenai rendahnya kedatangan wisatawan di Kota Pagaram. Peneliti juga melakukan proses wawancara terkait perlunya video promosi untuk meningkatkan PAD Kota Pagaram. Informan 1 berpendapat bahwa kunjungan wisatawan selama ini hanya mengandalkan promosi dari mulut ke mulut dan postingan Instagram dari masyarakat. Mereka belum memiliki media promosi khusus pariwisata. Ia rasa jika ada media promosi melalui video promosi pariwisata tentunya sangat bagus. Berdasarkan hasil wawancara dengan informan 1 tersebut, Dinas Pariwisata Kota Pagaram sangat membutuhkan media promosi berupa video promosi. Hal ini diyakini mampu meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan dan kontribusi PAD sektor pariwisata di Kota Pagaram. Yaitu, sebagai berikut:

"Ehhhhh, kunjungan wisatawan selama ini hanya mengandalkan promosi dari mulut ke mulut dan postingan IG dari masyarakat. Kami belum memiliki media promosi khusus pariwisata. Saya rasa jika ada media promosi melalui video promosi pariwisata, sangat bagus" (Informan 1)

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan 1 diatas, Dinas Pariwisata Kota Pagaralam sangat membutuhkan media promosi berupa video promosi. Hal ini diyakini mampu meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan dan kontribusi PAD sektor pariwisata di Kota Pagaralam.

"Ya kalau saya pribadi sih pengen banget ada video promosi wisata Pagaralam yang dikhususkan untuk mempromosikan wisata kota kami ini. Hehehehe. Kalau saya bilang video promosi pariwisata lebih cepat menyebarkan informasi tentang lokasi wisata kita ke seluruh Indonesia, bukan hanya di Sumatera Selatan. " (Informan 2)

Hasil wawancara selanjutnya dilakukan dengan informan kedua, dimana pendapat informan kedua juga sejalan dengan pendapat informan pertama, menurutnya melalui video promosi pariwisata akan lebih cepat menyebarkan informasi tentang lokasi wisata kota Pagaralam ke seluruh Indonesia, bukan hanya di Sumatera Selatan saja. Berdasarkan hasil wawancara di atas, menyatakan kebutuhan akan video promosi pariwisata dinilai cukup mendesak. Penerapan video promosi pariwisata di Kota Pagaralam diyakini mampu meningkatkan kunjungan wisatawan, baik lokal maupun nasional.

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan ketiga. Menampilkan perlunya video promosi pariwisata di sektor pariwisata Pagaralam diharapkan mampu meningkatkan kontribusi PAD pariwisata, ia mengatakan bahwa masyarakat kota Pagaralam sudah lama berencana untuk membuat berbagai media promosi pariwisata digital, tetapi sampai sekarang hal tersebut belum terealisasi karena sumber daya manusia (SDM) yang belum terfokus diarah tersebut. Ia juga berharap jika pihak universitas dapat membantu dalam merealisasikan hal tersebut tentunya kunjungan wisatawan akan lebih banyak dan PAD akan meningkat. Berdasarkan hasil wawancara dengan ketiga informan, keduanya terkait dengan rendahnya kontribusi PAD di sektor pariwisata dan

perlunya media promosi pariwisata berupa video promosi yang menunjukkan perlunya penerapan motion graphic promosi pariwisata. video sangat diperlukan dan cukup mendesak untuk mendukung dan meningkatkan kunjungan wisatawan di berbagai lokasi wisata di Kota Pagaralam. Peningkatan kunjungan wisatawan di berbagai daerah. Lokasi wisata ini diyakini mampu meningkatkan kontribusi PAD dari sektor pariwisata Pagaralam.

Pengumpulan PAD yang dilakukan oleh pemerintah daerah di Kota Pagaralam berdasarkan data pada penelitian ini telah terlaksana dengan baik. Pendapatan rata-rata sektor pariwisata dalam penelitian ini menunjukkan masih belum mampu memberikan kontribusi yang besar terhadap PAD. Sektor pariwisata di Kota Pagaralam berkontribusi terhadap total pendapatan asli daerah sekitar 3,19% dari total periode 2019 hingga 2021. Total pendapatan sektor pariwisata untuk periode 2019 hingga 2021 adalah Rp6. 120. 044. 853,-. Kontribusi pariwisata sektor ini sangat kecil karena Kota Pagaralam Pemerintah tidak secara sistematis mempromosikan pariwisata di sesuai dengan era ekonomi digital.

BAB IX

KONKLUSI PERAN BERBAGAI KOMPONEN TERHADAP KEBERHASILAN MOTION GRAPHIC DI SEKTOR PARIWISATA

9.1 Peran Keberhasilan Promosi Motion Graphic di Sektor Pariwisata

Peran sektor pariwisata kini ditunjukkan dengan maraknya wisatawan domestik Dan juga mancanegara yang akan berkunjung ke destinasi wisata yang ada di Indonesia. Destinasi wisata di Indonesia yang keindahan alamnya sangat terkenal mulai dari pegunungan hingga dasar laut, masyarakatnya yang terkenal ramah, dengan kekayaan budaya yang beragam.

Dalam pariwisata ini tentunya mempunyai tujuan salah satunya untuk meningkatkan penghasilan baik bagi pemerintah pusat maupun pemerintah daerah yang sudah tertuang dalam undang-undang nomor 10 tahun 2009 tentang kepariwisataan.

Kurangnya promosi dalam sektor pariwisata menjadi kendala, maka dari itu diperlukan sebuah strategi atau cara yang tepat untuk mengatasi kendala tersebut, sedangkan dengan berpromosi inilah yang akan meningkatkan daya tarik wisatawan yang akan meningkatkan jumlah kunjungan.

Dengan makin berkembangnya zaman maka era teknologi digital juga makin maju, yang mana banyak orang yang memanfaatkan teknologi sebagai media promosi. Promosi pariwisata dengan motion graphic merupakan strategi yang tepat untuk meningkatkan daya tarik wisata untuk berkunjung ke destinasi di Indonesia, motion graphic mampu memberikan informasi dalam bentuk video yang akan menimbulkan daya tarik wisatawan.

Promosi pariwisata dalam bentuk motion graphic mampu mempromosikan wisata gunung, situs sejarah (museum), air terjun bahkan tempat kuliner, dengan promosi melalui motion graphic yang berbasis media visual yang menggabungkan film dan

desain grafis yang mana itu akan mendukung atau menambah minat wisatawan.

video motion graphic ialah sebuah media yang sangat efektif untuk memberikan sebuah informasi serta bisa diupload kedalam chanel YouTube yang menjadi wadah media sosial paling populer dan juga merupakan aplikasi yang memiliki pemakai aktif terbanyak saat ini. Yang mana hal ini sangat diperlukan suatu sarana promosi berbentuk motion graphic dengan maksud untuk mempromosikan objek wisata dengan menggunakan berbagai macam metode atau tahapan untuk mendapatkan informasinya. Hasil dari beberapa metode atau tahapan inilah yang akan membentuk konsep utama dalam proses pembuatan perancangan motion graphic.

Peran motion graphic sudah teruji dalam sektor pariwisata dikota Bandung yang mana hasil dari promosi destinasi wisata dipagaralam melalui video motion graphic dapat meningkatkan pengunjung wisatawan. Sebagai salah satu pembanding kabupaten/kota pariwisata diIndonesia yang memiliki PAD sektor pariwisata yang tinggi, Kabupaten Badung berada dalam metode Produk Domestik Regional Bruto Kabupaten Badung tahun 2010, berperan dari sektor perdagangan, hotel dan restoran. sektor ini sejumlah 45,68%, bahkan pada tahun 2016 pariwisata Sektor tersebut menyumbang lebih dari 70% PAD Kabupaten Badung. Berdasarkan sebaran 9 sektor dalam PDRB, maka sektor pariwisata merupakan sektor andalan Kabupaten Badung [1].

Peran promosi motion graphic juga berhasil disektor wisata Pacitan, yang mana pacitan Kabupaten kota yang terletak di provinsi Jawa Timur pastinya mempunyai destinasi wisata pantai dengan berbagai dan potensi yang dapat dipasarkan lebih jauh lagi. Aktifitas promosi diadakan oleh DISPARPORA Menurut data ataupun informasi yang didapat, video ini merupakan salah satu sarana yang paling tepat dalam memberikan informasi Dan YouTube juga sebuah sarana sosial yang terkenal dan juga pemakai aktif terbanyak sekarang ini. hal ini diperlukan sebuah sarana

promosi yang berbentuk video motion graphic infografis yang memiliki tujuan untuk mempromosikan atau juga dapat memperkenalkan objek wisata pantai Pacitan melalui aplikasi YouTube. Perencanaan ini dapat dikerjakan dengan beberapa proses atau beberapa cara, yaitu dengan kajian pustaka, jajak pendapat, interview dan pengamatan. Hasil dari semua metode atau tahapan inilah yang nantinya akan membentuk konsep dasar dalam proses pembentukan perencanaan ini. Dengan demikian sebuah perencanaan ini ditujukan akan dapat memajukan performa promosi Disarpورا kota Pacitan di bagian digital khususnya dengan video motion graphic yang diupload di YouTube maupun sosmed lainnya, sehingga akan mengundang atau menarik perhatian wisatawan yang akan mengetahui dan juga mengunjungi destinasi wisata pantai Pacitan(Mahardika & Soewito, 2021).

Perancangan dalam pembuatan motion graphic ini mulanya dilakukan pengumpulan data terlebih dahulu yang dapat dalam bentuk observasi maupun juga wawancara, Sehingga memikat data dari buku maupun jurnal. Data yang diperoleh lalu dapat dikelompok dalam sebuah catatan dan juga melanjutkan proses hingga menjadi sebuah motion graphic yang mudah dimengerti dalam memberikan informasi mengenai pariwisata yang dituju. Dengan motion graphic dapat menjadi salah satu sarana informasi yang mampu menjelaskan tentang letak eksistensi Selayar juga aksesibilitasnya, dan daya tarik utama yang ditawarkan kepada calon wisatawan. Proses pengambilan data dapat dilakukan dengan berbagai tahapan yang di tinjau dari pengamatan langsung, juga bisa dengan wawancara, serta studi literatur. Data yang didapat atau diperoleh lalu bisa dihubungkan dengan teori animasi dan juga visual yang disesuaikan dengan tujuan audiens, yaitu penggambaran kartun dengan visual sederhana. Ilustrasi dari tiap objek disederhanakan namun juga harus menjaga struktur khasnya. Animasi ini juga dapat digabungkan dengan berbagai foto-foto lokasi tempat wisata yang sesungguhnya, dalam menunjukkan

visual yang sesungguhnya dari tiap objek wisata yang terletak di tempat pariwisata tersebut.

Iklan atau promosi juga adalah sarana penting terlibat dalam berperan untuk memperkenalkan letak potensi wisata kepada masyarakat, baik dalam aspek pemasaran dan juga publikasi kepada masyarakat. Tujuan dari perencanaan promosi dalam wisata motion graphic ini ialah untuk menyimpan dan juga sekaligus sebagai media informasi untuk memperkenalkan potensi wisata. Yang mana kegunaan dari penyusunan iklan atau promosi wisata ini adalah untuk memperkenalkan sejarah, tradisi, dan budaya yang dapat digunakan sebagai sarana informasi bagi masyarakat.

Penelitian yang dilakukan ini mempunyai tujuan untuk mempromosikan serta mengiklankan sektor pariwisata di Kota Pagaralam agar menjadi lebih dikenal lagi dikalangan masyarakat luas. Penelitian meninjau sarana yang akan di manfaatkan dalam mempromosikan fasilitas. pada proses pembuatan multimedia khususnya Motion graphic itu sangatlah meningkat khususnya pada bidang promosi sektor wisata. Pada penelitian ini, menemukan bahwa penggunaan motion graphic ini mempunyai dampak positif pada masyarakat berupa suatu pemahaman tempat wisata yang mengakibatkan adanya atau bertambahnya jumlah pengunjung dalam berpariwisata dan kemajuan yang dihasilkan sangatlah menguntungkan dalam visual animasi motion graphic dibandingkan dengan pemakaian media promosi lainnya (Rizal et al. , 2019).

Penelitian motion graphic yang menjadi bidang promosi sektor pariwisata kota pagaralam. Penelitian ini ialah merupakan sebuah penelitian terapan untuk mengkonsolidasikan penelitian sebelumnya untuk memecahkan suatu masalah. Teknik pengumpulan data dapat dilakukan melalui dokumentasi, wawancara dan observasi. Data yang diperoleh adalah data kuantitatif dan kualitatif. Pendokumentasian dilakukan dengan cara menghitung potensi PAD di sektor pariwisata, wawancara dilakukan dengan pemerintah kota Pagaralam. Kecilnya kontribusi sektor pariwisata yang disebabkan belum adanya kegiatan promosi

pariwisata yang baik dan berbasis digital. salah satu strategi untuk meningkatkan penghasilan asli daerah ialah dengan menggunakan inovasi promosi menggunakan media dengan metode motion graphic. Penelitian terapan ini ditujukan untuk menjadi solusi dari permasalahan yang dialami oleh Pemerintah Kota Pagaralam dalam meningkatkan PAD dari sektor pariwisata. Fokus utama pada penelitian ini ialah pada sektor pariwisata yang mempengaruhi pendapatan asli daerah yang dikelola oleh Badan Keuangan Daerah Pagaralam. Penelitian ini memiliki tujuan untuk menguji program dan juga aktifitas sektor pariwisata Pemerintah Kota Pagaralam dengan menggunakan cara model logika, serta merancang suatu strategi dan strategi inovasi promosi proyek yang bisa meningkatkan penghasilan asli daerah Kota Pagaralam. Dilihat dari latar belakang, rumusan masalah dan tujuan penelitian memperlihatkan bahwa penelitian ini sangat penting, karena dengan penelitian ini mampu meninjau kondisi Kota Pagaralam khususnya mengenai penggunaan video promosi pariwisata dengan teknik motion graphic untuk meningkatkan wisatawan di kota Pagaralam. Dengan grafik gerak motion graphic kini telah memperkuat posisinya di industri ini dan menghadapi ekspektasi. Dalam Mengambil sebuah keuntungan dari teknik khusus dan sifat-sifat grafik gerak untuk mencapai suatu komunikasi yang bermanfaat sangat penting dan membenarkan perlunya penelitian tentang motion grafik.

9.2 Peran Motion Graphic Terhadap Pengembangan Literasi Penelitian

Literasi ini sendiri secara sederhana diartikan sebagai kemampuan untuk membaca dan menulis. Dalam konteks pemberdayaan masyarakat ini, literasi mempunyai arti kemampuan dalam memperoleh sebuah berita dan juga memanfaatkan untuk meningkatkan sebuah ilmu pengetahuan yang memiliki manfaat bagi masyarakat.

Literasi juga mempunyai fungsi penting dalam kehidupan. pengetahuan berliterasi akan mengantarkan ke sebuah peradaban pada masyarakat yang terhormat. Bangsa yang literate adalah orang yang mampu membalas tantangan zaman. Sebaliknya, bangsa yang tidak literate akan menjelma menjadi sebuah bangsa lemah yang tidak akan pernah bisa dalam menanggapi dari sebuah tantangan serta rintangan di masa depan.

Minat baca dalam kehidupan khalayak yang minim seharusnya tidak dijadikan “legitimasi” atau juga sebuah alasan yang tepat bagi merosotnya dunia baca. Dengan motion graphic ini memang ditujukan untuk menambah minat baca masyarakat. Maka dari itu jika ketertarikan baca dalam kehidupan masyarakat juga tidak terus meningkat, hal ini dapat menjadi petunjuk adanya strategi yang salah akan literasi.

Literasi digital dengan motion graphic merupakan sebuah pemahaman dan juga kecakapan untuk memanfaatkan sarana digital, alat komunikasi, atau jaringan dalam menemukan, menguji, menggunakan, membuat informasi, dan memanfaatkannya secara sehat, bijak, cerdas, cermat, tepat, dan patuh hukum sesuai dengan kegunaannya dalam tujuan untuk membimbing komunikasi dan juga interaksi dalam kehidupan sehari-hari. Literasi ini lebih berfokus pada hal hal yang berhubungan dengan keterampilan teknis dan juga berfokus pada aspek kognitif dan sosial emosional dalam dunia dan lingkungan digital. Literasi digital dengan motion graphic ini juga merupakan respons terhadap perkembangan teknologi dalam menggunakan sebuah media untuk mendukung masyarakat yang memiliki kemampuan membaca serta meningkatkan keinginan masyarakat untuk membaca. Dalam Literasi digital juga dapat membantu seseorang untuk berpikir secara kritis, memecahkan suatu masalah, dan berkomunikasi dengan lancar. Selain itu, literasi dengan motion graphic juga dapat memberikan kesempatan kepada seseorang untuk berkolaborasi dengan banyak orang. Dampak positif dari literasi digital dalam bentuk motion graphic ini di antaranya dapat untuk

mengakomodasikan proses pembelajaran juga bisa dapat menyeleksi sumber belajar yang benar, relevan juga dapat memberikan suatu manfaat dan juga untuk memberikan peluang agar lebih produktif dalam menciptakan media ajar digital.

Dalam penggunaan motion graphic ini tentunya dapat memperluas dan juga meningkatkan literasi masyarakat karena dengan motion graphic ini dapat memberikan informasi dengan cara menyimak video karena motion graphic tentunya berbasis visual dengan berbagai desain yang menarik perhatian masyarakat untuk membaca informasi dari dalam video tersebut. Manfaat lain dari motion graphic dalam penelitian literasi dapat meningkatkan kesempatan belajar, serta juga dapat melayani kebutuhan dalam perkembangan sebuah informasi yang bermanfaat bagi masyarakat, dapat mengembangkan sebuah kreativitas maupun produktivitas tenaga pendidik, untuk meningkatkan efektivitas maupun efisiensi dalam proses pembelajaran, baik individu dan juga kelompok, juga memajukan cara yang merupakan solusi belajar baru yang paling tepat untuk proses dalam mencapai sebuah tujuan pembelajaran. Motion graphic ini juga merupakan sebagai animasi yang dapat memuat komponen utama teks. Lantas, kegunaannya dalam industri animasi ialah untuk memperdalam cerita dan juga sebagai media komunikasi dengan penonton. Video dalam bentuk motion graphic yang ditayangkan akan menyampaikan pesan dan makna secara lebih mendalam.

Media pembelajaran adalah salah satu faktor yang mempengaruhi kegiatan belajar siswa.

Hal ini sesuai dengan pernyataan Jelantik (2019) bahwa ada dua faktor yang mempengaruhi kegiatan pembelajaran, yaitu faktor materi dan suasana. Faktor suasana erat kaitannya dengan metode, bahan ajar, media, dan hal lainnya yang berkaitan dengan pembelajaran (Jelantik, 2019). Sehingga dalam pelaksanaannya guru seringkali menggunakan media untuk mencapai tujuan pembelajaran yang harus dicapai siswa. Beberapa materi pembelajaran membutuhkan waktu yang lama untuk dipelajari,

sementara alokasi waktunya terbatas. Akan tetapi, dengan digunakannya media pembelajaran yang tepat, materi tersebut sangat mungkin untuk dipelajari sesuai dengan alokasi waktu yang ditetapkan.

Dalam media pembelajaran juga merupakan salah satu aspek yang akan menyebabkan dalam proses belajar. Hal ini disesuaikan dengan penjelasan bahwa ada dua aspek yang dapat mendorong suatu aktifitas proses belajar, yaitu aspek materi dan juga aspek suasana. Aspek suasana hubungannya dengan tahap atau struktur, materi, sarana, dan yang berangkai dengan belajar . Sehingga dalam kegiatannya guru selalu memakai sarana motion graphic untuk mencapai tujuan pembelajaran yang harus dicapai oleh siswa. Beberapa materi dalam proses pembelajaran membutuhkan waktu yang lama untuk dipelajari, sementara waktunya sangatlah sedikit. Namun, dengan menggunakan sebuah media pembelajaran yang tepat yang dapat membantu atau merupakan sebuah solusi yaitu dengan motion graphic yang mampu untuk meningkatkan literasi siswa, materi ini dipelajari sesuai dengan waktu yang telah ditetapkan. Semakin berkembang zaman yang mengalami kemajuan yang pesat dalam penggunaan teknologi juga telah menjalar hingga ke bidang pendidikan, salah satu contohnya ialah dengan menggunakan sebuah media pembelajaran dengan berbasis teknologi. Hal tersebut karena merupakan perkembangan teknologi yang semakin pesat dan maju, bahkan di kehidupan sehari-hari masyarakat juga tidak luput dengan menggunakan alat teknologi karena dengan alat tersebut pekerjaan akan menjadi cepat.

Dalam motion graphic juga menyangkut didalam powerpoint yang merupakan bidang literasi dalam proses belajar karena dengan menerapkan motion graphic dapat meningkatkan literasi siswa yang ketertarikannya dari desain video yang dibuat dengan semenarik mungkin. berdasarkan penelitian diharapkan agar dapat lebih memajukan sarana powerpoint motion graphics yang sederhana akan menjadi powerpoint motion graphics yang

lebih optimal dari segala aspek dasar dalam proses membuat animasi, selain itu percobaan sebaiknya dibuat dengan jumlah informan atau siswa supaya hasilnya bisa lebih benar pada guru, dan juga proses pengkajian menerapkan sarana powerpoint motion graphics menyesuaikan dengan waktu serta menggabungkan sarana pembelajaran dalam menghasilkan peningkatan dengan model pembelajaran yang sebanding.

Mengancang dan juga meningkatkan sarana video motion graphic proses belajar mencatat serta membaca. aspek penelitian yang menggunakan dengan design yang menarik perhatian pembaca dan juga model pengembangan dengan Berdasarkan penilaian pengguna yakni guru dan siswa, media yang dikembangkan akan mendapatkan kategori sangat layak berdasarkan pandangan guru dan mendapatkan penilaian berkategori sangat layak juga dengan pada tanggapan siswa. Hal tersebut menunjukkan bahwa media video motion graphic dapat digunakan sebagai sarana pembelajaran.

Untuk membuat sarana motion graphic yang berhubungan dengan memberikan pesan tentang hubungan komunikasi yang baik maka diperlukan pembuatan visual yang memikat pada informasi bergambar yang berbentuk motion graphic, maupun juga memicukan cerita tersebut kedalam sarana sosial supaya bisa diakses luas serta melalui beberapa tahapan serta pembuatan motion graphic.

Tujuan dari motion graphic untuk meningkatkan minat pembaca dengan cara inovatif dalam menyampaikan informasi agar dapat meningkatkan kemampuan penguasaan terhadap informasi yang dibaca dengan menentukan sebuah sarana pembelajaran yang dipadukan dengan motion graphic. Pengujian validitas dilakukan melalui tahapan wawancara dan angket atau kuisioner untuk mendapatkan asas tersebut.

Kepada masyarakat luas yang menggunakan media pembelajaran yang akan dipublikasikan melalui akun sosial media yang berencana merancang dan juga membuat media pembelajaran

berbasis motion graphic. Media pembelajaran berbentuk penggabungan antara video dengan animasi 2D dengan teknik Motion Graphi, Animasi ini dapat digunakan untuk menampilkan penjelasan materi baik berupa text maupun juga gambar yang dianimasikan, maka dari itu dapat membantu dalam memberikan materi tentang. Kegunaan dari sarana pembelajaran dengan motion graphic khalayak akan mampu menafsirkan dan tahu bahwa pengaruh literasi maka dari itu akan berdampak pada banyaknya khalayak yang dapat membentuk pembaca.

BAB X

KONKLUSI DAN REKOMENDASI

TERHADAP PENELAAHAN MOTION GRAPHIC

10.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil yang diperoleh pada pembahasan bab sebelumnya yang telah menguji data dengan menggunakan metode Deskriptif Kualitatif. Definisi Metode deskriptif kualitatif ialah metode penelitian yang menggunakan data kualitatif deskriptif. Menggunakan beberapa Teknik dalam mengumpulkan data, termasuk wawancara dan dokumen. Teknik mengumpulkan data melalui wawancara merupakan cara pengumpulan data yang bertujuan untuk memperoleh informasi yang dicari dari sumber secara langsung melalui percakapan. Sedangkan pengertian Dokumen adalah catatan peristiwa masa lalu yang berupa tulisan, gambar atau sesuatu yang monumental, yang dapat dianggap sebagai contoh catatan tertulis seperti catatan harian, biografi, cerita, biografi, peraturan dan adat istiadat. Oleh karena itu, berdasarkan hasil pelaksanaan langkah-langkah dan program tersebut, diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan Laporan Realisasi Anggaran Pemerintah Kota Pagaralam Tahun 2019-2020 nanti realisasi penerimaan PAD diperoleh hasil sebesar 116,27% untuk periode 2019-2021. Pada tahun 2019 rata-rata realisasi pendapatan PAD sebesar 122,81%, tahun 2020 sebesar 113,26% dan tahun 2021 sebesar 112,73%. PAD dibagi menjadi Pendapatan Pajak Provinsi, Pendapatan Retribusi Provinsi.
2. PAD Pagaralam terbagi menjadi beberapa sektor, salah satunya adalah industri pariwisata. PAD industri pariwisata berasal dari pajak restoran, pajak hotel, pajak tol dan tempat pembayaran yang berkaitan dengan suatu kegiatan. Istilah pajak restoran adalah pajak untuk setiap pelayanan yang diberikan oleh sebuah restoran. Sedangkan restoran adalah tempat yang menyediakan makanan dan/atau minuman dengan dipungut bayaran, antara

lain restoran, kafe, kafetaria, ruang makan, warung makan, bar, termasuk jasa katering, dan lain-lain. Pajak hotel adalah pajak untuk setiap pelayanan yang diberikan oleh hotel. Hotel adalah suatu bangunan yang dirancang khusus bagi orang untuk bermalam/beristirahat, menggunakan jasa dan/atau fasilitas lain dengan biaya tertentu, termasuk bangunan lain yang terpadu, dikelola, dan dimiliki oleh pihak yang sama, tidak termasuk pertokoan dan perkantoran. PAD industri pariwisata dalam implementasi PAD di kota Pagaram menunjukkan bahwa kontribusi industri pariwisata terhadap PAD masih belum mampu mendukung kegiatan pemerintah kota Pagaram. Rata-rata kontribusi PAD sektor pariwisata terhadap total PAD adalah 3,63% pada 2019, 1,80% pada 2020 dan 4,15% pada 2021. Pada periode 2019-2021 rata-rata yang diperoleh adalah 3,19% kontribusi sektor pariwisata terhadap total PAD. Hal ini dikarenakan kunjungan wisatawan di berbagai lokasi wisata di Kota Pagaram masih rendah.

3. Wawancara dilakukan dengan pegawai negeri sipil yang bekerja di pemerintahan kota Pagaram. Dalam wawancara tersebut dipilih informan yang mengetahui secara langsung tentang pariwisata dan pembiayaan daerah. Adapun informasi informan yang diwawancarai adalah sebagai berikut:

- 1) Data Informan 1

Pendidikan Terakhir : Magister
Pengalaman Kerja : 15 Tahun
Umur : 39 tahun
Jenis Kelamin : Pria
Nomor Informan : Informan 1

- 2) Data Informan 1

Pendidikan Terakhir : Magister
Pengalaman Kerja : 20 Tahun
Umur : 50 Tahun
Jenis Kelamin : Pria
Nomor Informan : Informan 2

3) Data Informan 3

Pendidikan Terakhir : Sarjana
Pengalaman Kerja : 12 Tahun
Umur : 40 Tahun
Jenis Kelamin : Wanita
Nomor Informan : Informan 3

Sektor pariwisata di Kota Pagaralam berkontribusi terhadap total pendapatan asli daerah sekitar 3,19% dari total periode 2019 hingga 2021. Total pendapatan sektor pariwisata untuk periode 2019 hingga 2021 adalah Rp6. 120. 044. 853,-. Hal ini disebabkan karena Kontribusi sektor pariwisata ini sangat kecil dengan kekurangan salah satunya ialah Kota Pagaralam Pemerintah tidak secara sistematis mempromosikan pariwisata di sesuai dengan era ekonomi digital. salah satu strategi untuk meningkatkan pendapatan asli daerah adalah melalui inovasi promosi atau publisitas yang mendukung para wisatawan mendapatkan informasi yang berkaitan dengan destinasi wisata tersebut dengan menggunakan media promosi digital yang efektif yaitu video promosi pariwisata dengan Teknik motion graphic.

Motion graphic adalah media visual berbasis waktu yang menggabungkan film dan desain grafis, elemen pendukung seperti animasi 2D dan 3D, video, film, tipografi, ilustrasi, fotografi, dan musik. Animasi dalam bentuk gerakannya dibuat dengan menggunakan aplikasi seperti *Corel Draw X5* , *Adobe Photoshop CS3*, *Diedit* dengan *adobe premiere* yang menghasilkan video berdurasi 2 menit (Video Singkat) yang menampilkan informasi grafis wisata alam kota Pagaralam. Konsep dalam pembuatan Motion Graphic dibagi menjadi 2 yaitu konsep verbal dan konsep visual.

1) Konsep verbal adalah konsep yang berbentuk cerita, yang disajikan oleh narator dalam bahasa Indonesia yang sederhana sehingga penonton dapat dengan mudah memahami informasi.

2) Konsep Visual meliputi

- a. **Format visual** format yang menekankan bagaimana desain menarik perhatian publik dengan menggunakan simbol-simbol yang memudahkan penonton.
- b. **Fotografi** Untuk menarik pengunjung, Anda perlu menyajikan konten yang dapat menunjukkan sisi estetika, sehingga foto menarik wisatawan
- c. **Visualisasi warna** warna yang digunakan ialah warna yang cerah serta disesuaikan dengan isi pesan yang ingin disampaikan
- d. **Visualisasi huruf** pemilihan huruf sebaiknya menggunakan font yang memiliki tingkat keterbacaan yang jelas dan bisa digunakan media elektronik maupun cetak.

Tujuan dari perancangan motion grafik ini adalah untuk mempengaruhi audience yang menggunakan media motion graphic agar estetika yang dibutuhkan melibatkan indera pendengaran dan penglihatan yang dirancang semenarik mungkin agar informasi yang disampaikan dapat dipahami sepenuhnya oleh wisatawan dalam menopang pendapatan Asli Daerah kota Pagaralam.

Perguruan tinggi berperan penting bagi masyarakat sebagai pemandu dalam industri pariwisata, salah satunya adalah video motion graphic. Video motion graphic dapat membantu masyarakat meningkatkan pemahaman dan pengetahuan tentang posisi, peran dan posisinya dalam konteks pengembangan pariwisata di Pagaralam. Membangun kapasitas dan berperan aktif dalam pengembangan pariwisata Pagaralam, khususnya dalam kesadaran pariwisata dan implementasi Pesona tempat wisata.

Memperkenalkan iptek dan memberikan pemahaman kepada masyarakat merupakan salah satu bentuk kerjasama tim baik fakultas maupun mahasiswa untuk mentransformasikan ilmu pengetahuan, teknologi dan pengetahuan. Kegiatan tersebut lebih berkaitan dengan visi universitas, sehingga kegiatan ini lebih

ditujukan pada pengembangan ilmu pengetahuan dan teknologi di masyarakat.

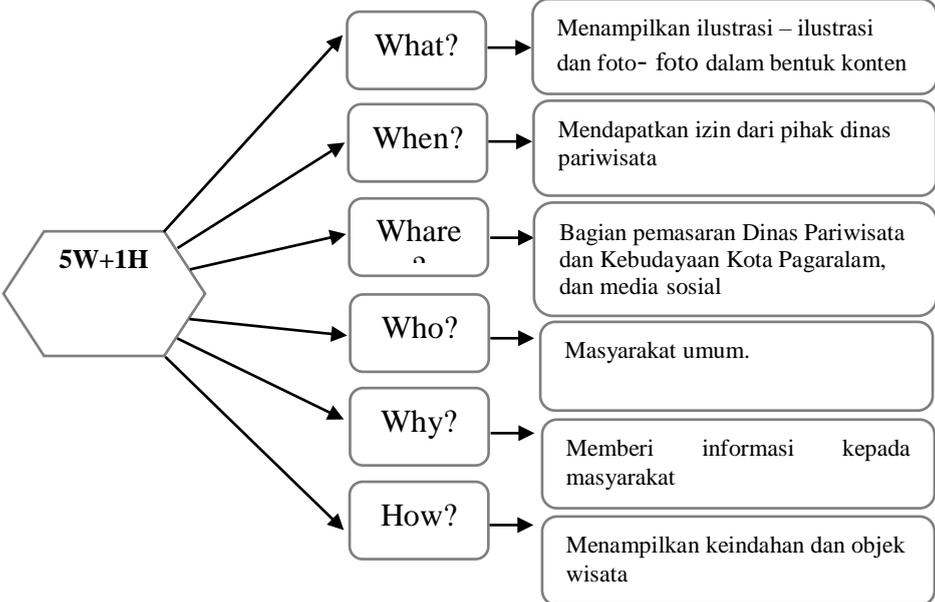
Adapun bentuk memperkenalkan dan memberikan wawasan mengenai iptek yang dilakukan oleh perguruan tinggi kepada masyarakat adalah melalui motion graphics yang merupakan salah satu bentuk kecanggihan dan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi.

Motion graphics memegang peran yang cukup penting di dalam sektor pariwisata. Dengan menggunakan motion graphic, baik dosen maupun mahasiswa dapat mempresentasikan Pagaralam kepada masyarakat berupa salah satu tempat wisata yang ada di Kota Palembang yaitu Pagaralam dalam bentuk visual motion graphic. Pariwisata adalah gaya hidup masyarakat modern. Sektor ini dapat menjadi sarana untuk meningkatkan pendapatan melalui pengaruh negara dan daerah yang dampaknya memiliki perspektif yang menguntungkan, oleh karena itu sektor ini harus diperkenalkan kepada masyarakat luas. Hal ini sejalan dengan Undang-Undang Kepariwisata Nomor 10 Tahun 2009 yang menyatakan bahwa tujuan penyelenggaraan kepariwisataan adalah untuk meningkatkan pendapatan nasional guna untuk dapat meningkatkan kesejahteraan dan kemakmuran rakyat, memperluas dan pemerataan kesempatan usaha dan lapangan kerja, memajukan pembangunan daerah, menunjukkan keindahan wisata yang berada di Indonesia . destinasi dan daya tarik wisata, serta meningkatkan rasa cinta tanah air dan mempererat hubungan persahabatan antar bangsa.

Ilmu pengetahuan dan teknologi yang berada di perguruan tinggi dapat saling memajukan dalam memperkuat perekonomian Indonesia dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Hal ini ditunjukkan dengan keunggulan teknologi yang dihasilkan dan kemitraan dalam industri pariwisata. Perguruan tinggi di Indonesia telah menciptakan inovasi-inovasi yang secara langsung bermanfaat bagi masyarakat. Memperkenalkan ilmu pengetahuan dan teknologi kepada masyarakat merupakan salah satu bentuk

partisipasi perguruan tinggi dalam pengenalan ilmu pengetahuan, teknologi dan informasi. Pengenalan dan visi iptek perguruan tinggi kepada masyarakat dilakukan melalui motion graphic, kompleksitas dan kemajuan iptek.

Promosi adalah sebuah media untuk memperkenalkan suatu barang, jasa, tempat, dan lain lain atau dapat juga disebut sebagai bentuk komunikasi pemasaran. Tujuan dari kegiatan promosi adalah untuk menginformasikan, mempengaruhi dan membujuk serta mengingatkan pelanggan sasaran tentang perusahaan dan bauran pemasarannya. Salah satu kegiatan promosi Praktisi Humas Pagaralam adalah dengan melakukan periklanan, publikasi, pameran dan pameran seni rupa dan dari mulut ke mulut. Promosi ini diselenggarakan dalam berbagai bentuk di tingkat lokal dan nasional. Sedangkan media promosi dengan menggunakan media motion graphic dilakukan dengan menggunakan data yang memuat unsur 5W+1H



Gambar 10.1 Diagram Alir unsur 5W+1H dalam Motion Grafik

10.2 Implikasi Hasil Pengujian

Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan yang dilakukan dalam menguji implementasi video promosi dengan menggunakan Teknik Motion Graphic dalam industri pariwisata dapat dinyatakan implikasi secara teoritis dan praktis antara lain yaitu:

1. Implikasi teoritis

- a. Menciptakan pembangunan sektor pariwisata daerah perlu didukung dengan kegiatan promosi yang baik, salah satu hal yang dapat dilakukan adalah dengan menggunakan digital marketing berupa video yang dapat mewakili wisata unggulan di kota Pagaralam. Melalui video promosi, masyarakat akan mengetahui tentang destinasi wisata menarik, situasi sejarah, dan lokal kebijakan untuk dikunjungi.
- b. Rendahnya kontribusi PAD di sektor pariwisata sehingga diperlukannya media promosi pariwisata berupa video promosi yang diyakini mampu meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan dan kontribusi PAD sektor Kota Pagaralam dan menunjukkan perlunya penerapan motion graphic promosi pariwisata video sangat diperlukan dan cukup mendesak untuk mendukung dan meningkatkan kunjungan wisatawan di berbagai lokasi wisata di Kota Pagaralam baik lokal maupun nasional. Peningkatan kunjungan wisatawan di berbagai daerah. Lokasi wisata ini diyakini mampu meningkatkan kontribusi PAD dari sektor pariwisata Pagaralam.

2. Implikasi Praktis

Berdasarkan hasil dari pelaksanaan program dan kegiatan yang telah dilaksanakan diharapkan dapat menjadikan sebuah masukan bagi Dinas Pariwisata di kota Pagaralam dengan tetap mengoptimalkan pendapatan di daerah dan kalangan sektor pariwisata dapat secara sistematis mempromosikan pariwisata disesuaikan dengan kalangan ekonomi digital. Dengan menggunakan media yang dapat memberikan berbagai

informasi kepada wisatawan baik wisatawan local maupun wisatawan nasional.

10.3 Rekomendasi

Berdasarkan hasil dari pelaksanaan program dan kegiatan yang telah dilaksanakan, terdapat hasil wawancara dengan ketiga informan, keduanya terkait dengan rendahnya kontribusi PAD di sektor pariwisata dan perlunya media promosi pariwisata berupa video promosi yang menunjukkan perlunya penerapan motion graphic promosi pariwisata yang diharapkan dapat menopang bagi pendapatan Asli Daerah Kota Pagaram.

Tujuan dari desain grafis gerak adalah untuk mempengaruhi khalayak dengan bantuan media grafis bergerak sedemikian rupa sehingga sensasi pendengaran dan visual yang berkaitan dengan estetika dirancang semenarik mungkin, sehingga informasi yang disampaikan dapat dipahami sepenuhnya oleh khalayak. sasaran serta dapat memberikan informasi tentang wisata terhadap masyarakat umum sehingga dengan hal tersebut dapat memberikan efek dalam hal peningkatan wisatawan yang berkunjung karena semakin informasi di akses khalayak umum maka akan semakin besar peluang untuk mengalami peningkatan jumlah wisatawan yang kemudian berpengaruh baik terhadap pendapatan asli daerah kota Pagaram.

Menurut ahli teori film Michael Betancourt, grafik gerak adalah media yang menggunakan teknologi perekaman video dan animasi untuk menciptakan ilusi gerak, biasanya dikombinasikan dengan suara yang digunakan dalam produksi multimedia. Video tersebut sangat diperlukan dan cukup mendesak untuk mendukung dan meningkatkan kunjungan wisatawan di berbagai lokasi wisata di Kota Pagaram dan peningkatan kunjungan wisatawan di berbagai daerah. Lokasi wisata ini diyakini mampu meningkatkan kontribusi PAD dari sektor pariwisata Pagaram. Promosi melalui video adalah salah satunya bentuk promosi yang baik menurut Chenchen, Z. dkk.

Destinasi wisata di kota pagaralam tentunya perlu mendapat perhatian lebih terutama promosi pariwisata yang masih tergolong rendah dari pemerintah kepada pembina yang lebih baik, hal ini dibuktikan dengan belum terealisasinya media promosi pariwisata digital dikarenakan kurangnya dukungan sumber daya manusia. dan itu perlu perhatian lebih dari pemerintah khususnya dari sektor pariwisata, agar kita bisa memberikan solusi agar kita bisa mempromosikan tempat ini sehingga membawa banyak manfaat bagi destinasi sehingga menarik wisatawan untuk berkunjung dan tentunya meningkatkan PAD.

Dunia pariwisata diperkirakan menjadi salah satu media untuk meningkatkan pendapatan baik bagi pemerintah pusat maupun daerah. Hal ini sejalan Undang-Undang Kepariwisata Nomor 10 Tahun 2009, yang menyatakan bahwa tujuan penyelenggaraan kepariwisataan adalah untuk meningkatkan pendapatan nasional guna memajukan kesejahteraan dan kemakmuran rakyat, meningkatkan kesempatan kerja, memajukan pembangunan daerah, memperkenalkan dan memanfaatkan kepariwisataan. Objek dan daya tarik di Indonesia serta memperkokoh semangat kebersamaan, cinta tanah air dan mempererat tali silaturahmi antar bangsa.

DAFTAR PUSTAKA

- Ambarita, A. , Sains, P. , Wiratama, D. T. , & Utara, M. (2016). Analisis Pengembangan Sistem Informasi Pengolahan Aset Daerah (Studi Kasus : Dinas Pendapatan dan Pengelolaan Aset Daerah Provinsi Maluku Utara). *Ijns. Org Indonesian Journal on Networking and Security*, 5(4), 2302–5700.
- Aryaningtyas, A. T. , & Maria Th, A. D. (2021). Pembinaan Pengelola Usaha Daya Tarik Wisata Di Jawa Tengah: Sosialisasi Standar Usaha. *KACANEGARA Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 4(1), 13. <https://doi.org/10.28989/kacanegara.v4i1.696>
- Asri, Nuryah Sj, E. F. , & Basith, A. A. (2017). mengenai destinasi dan atraksi wisata. Pada dasarnya, keputusan wisatawan dalam memilih sebuah destinasi terbangun justru di luar oleh hal-hal di luar industri pariwisata itu sendiri. Citra atau. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(12), 1–10.
- Budhi Pamungkas Gautama, Yuliawati, A. K. , Nurhayati, N. S. , Fitriyani, E. , & Pratiwi, I. I. (2020). Pengembangan Desa Wisata Melalui Pendekatan Pemberdayaan Masyarakat. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(4), 355–369. <https://doi.org/10.31949/jb.v1i4.414>
- Febriantoko, J. , & Rotama, H. (2018). Evaluasi Potensi Penerimaan Pendapatan Asli Daerah Bidang Pariwisata di Indonesia. *Jurnal Ekuivalensi*, 4(2), 1–15. <https://ejournal.kahuripan.ac.id/index.php/Ekuivalensi/article/view/134>
- Firawan, I. G. N. F. , & Suryawan, I. B. (2016). Potensi Daya Tarik Wisata Air Terjun Nungnung Sebagai Daya Tarik Wisata Alam. *Jurnal Destinasi Pariwisata*, 4(2), 92. <https://doi.org/10.24843/jdepar.2016.v04.i02.p15>
- Guskarnali, Irvani, Andini, D. E. , & Amelia, R. (2019). Kajian Potensi Air Terjun Penyaber Sebagai Objek Geowisata Desa Keposang-Toboali. *Seminar Nasional Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat, Gambar 1*, 191–195.
- Haminah Sagala, S. , Nugraha, I. , & Siskandar, R. (2020).

- Pembuatan Motion Graphics SOP Produksi Berita sebagai Media Promosi di PT Bintang Advis Multimedia Making motion graphics SOP news production as a promotional media at PT Bintang Advis Multimedia. *Indonesian Journal of Science*, 1(3), 152–161. <http://journal.pusatsains.com/index.php/jsi>
- Junaidi, H. , & Yulianti, D. (n. d.). *Ekonomi Pariwisata Studi Pada Kota Pagaralam*.
- Mahardika, V. P. , & Soewito, B. M. (2021). Perancangan Video Motion Graphic Infografis Sebagai Media Promosi Destinasi Wisata Pantai Pacitan Melalui Youtube. *Jurnal Sains Dan Seni ITS*, 10(1), 91–98. <https://doi.org/10.12962/j23373520.v10i1.60075>
- Personal, M. , & Archive, R. (2018). *Munich Personal RePEc Archive Evaluation of the Potential Revenues of Regional Original Revenue in Tourism in Indonesia*. 90921.
- Prambayun, A. , Oktaviany, D. , & Achmad, Y. F. (2022). Analisis Potensi Virtual reality sebagai Strategi Pemasaran Pariwisata Kota Pagar Alam. *JATISI (Jurnal Teknik Informatika Dan Sistem Informasi)*, 9(3), 2641–2651. <https://doi.org/10.35957/jatisi.v9i3.1341>
- Purwanti, I. (2019). Strategi Kelompok Sadar Wisata dalam Penguatan Desa Wisata. *JISIP: Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 8(3), 101–107. <https://publikasi.unitri.ac.id/index.php/fisip/article/view/1792>
- Revlinasari, D. A. A. , Degeng, I. N. S. , & Wedi, A. (2021). Animasi Motion Graphics Dinamika Litosfer Pada Mata Pelajaran Geografi Kelas X Sma. *JKTP: Jurnal Kajian Teknologi Pendidikan*, 4(2), 168–177. <https://doi.org/10.17977/um038v4i22021p168>
- Rizal, M. , Syafar, A. M. , & Zuhaer, H. (2019). Perancangan Company Profile Berbasis Motion Graphic Sebagai Media Promosi Klinik Hilal Medika Makassar. *Seminar Nasional Sistem Informasi Dan Tenik Informatika (SENSITIF) 2019*, 981–987.

V. J. Caiozzo, F. Haddad, S. Lee, M. Baker, W. P. and K. M. B. , Burkhardt, H. , Ph, R. O. , Vogiatzis, G. , Hernández, C. , Priese, L. , Harker, M. , O’Leary, P. , Geometry, R. , Analysis, G. , Amato, G. , Ciampi, L. , Falchi, F. , Gennaro, C. , Ricci, E. , Rota, S. , Snoek, C. , Lanz, O. , Goos, G. , ... Einschub, M. (2019). Analisis Pengembangan Sektor Pariwisata Dalam meningkatkan pendapatan asli daerah (Pad) Persepektif Ekonomi Islam. *Society*, 2(1), 1–19. http://www.scopus.com/inward/record.url?eid=2-s2.0-84865607390&partnerID=tZOtx3y1%0Ahttp://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=2LIMMD9FVXkC&oi=fnd&pg=PR5&dq=Principles+of+Digital+Image+Processing+fundamental+techniques&ots=HjrHeuS_

yogie zulni pratama, R. soekmadi, A. D. M. (2021). *Potensi Wisata alam diKota Pagar Alam, Provinsi Sumatera Selatan berdasarkan penawaran, permintaan dan daya dukung.*

INDEKS

A

adat istiadat, 11, 20, 45, 66, 121
administratif, 2, 83
akomodasi, 10, 20, 25, 27, 67,
73, 74, 89
Akomodasi, 11, 135
aksesibilitas, 13
Aksesibilitas, 11, 136
alternatif, 13, 38, 137
animasi, 1, 8, 16, 19, 20, 28, 30,
31, 32, 43, 49, 50, 52, 54, 56,
57, 58, 59, 60, 61, 62, 75, 89,
90, 91, 92, 93, 95, 113, 114,
117, 119, 120, 123, 128, 135,
141
Animator, 8, 55, 135
aparatur, 14, 148
arkeologi, 76
artefak, 2, 10, 103
aspek, 11, 13, 14, 41, 50, 58, 64,
95, 114, 116, 118, 119, 139
asuransi, 10
atraksi, 10, 11, 13, 75, 76, 130
Atraksi, 10, 11
audiens, 8, 9, 29, 30, 50, 51, 59,
77, 78, 113
audio, 1, 4, 19, 32, 50, 51, 60,
61, 91, 136
audisi, 7

C

casting, 7

D

deskripsi, 7

destinasi, 5, 11, 13, 14, 15, 21,
29, 31, 64, 65, 70, 71, 73, 78,
79, 88, 90, 111, 112, 123,
125, 127, 129, 130
diversifikasi, 14, 70
draft, 8

E

efektif, 1, 8, 13, 14, 16, 17, 19,
29, 32, 47, 52, 56, 58, 66, 74,
78, 79, 89, 91, 92, 112, 123,
139
eksternal, 13, 40, 102
elemen, 1, 11, 35, 43, 58, 60, 75,
90, 95, 123, 135
emosional, 7, 50, 116
era digital, 3
estetis, 30

F

fasilitas, 11, 12, 14, 20, 27, 39,
50, 73, 74, 76, 89, 94, 114,
122, 139
fasilitator, 15
fauna, 10, 11
flora, 10, 11
fotografi, 1, 16, 43, 75, 95, 103,
123, 139

G

globalisasi, 3, 41
graphic, 1, 4, 6, 8, 9, 16, 24, 29,
44, 45, 49, 50, 51, 52, 53, 54,
55, 56, 57, 58, 59, 60, 61, 62,
75, 87, 88, 90, 96, 109, 111,
112, 113, 114, 116, 117, 118,

119, 120, 123, 124, 125, 126,
127, 128, 147

I

ilustrasi, 1, 16, 28, 32, 43, 56,
75, 95, 123
individu, 2, 19, 21, 85, 99, 117,
141, 143
industri, 4, 9, 10, 12, 35, 46, 64,
66, 67, 71, 73, 74, 76, 79, 81,
86, 87, 89, 93, 94, 99, 115,
117, 121, 124, 125, 127, 130,
140, 143
informatif, 6, 50
infrastruktur, 13, 46, 65, 73, 74,
76
Infrastruktur, 11, 139
intensif, 10
internal, 2, 13, 40, 81
intonasi, 8

K

khalayak, 3, 20, 116, 120, 128
komersial, 1, 52, 73, 138
komisaris, 8
kompetitif, 13, 46
komprehensif, 13, 14, 140
komunikatif, 29
kondusif, 32
konferensi, 10
konservasi, 10
konsultasi, 10
konsumen, 2, 137, 142
konten, 8, 9, 19, 20, 28, 30, 49,
50, 51, 52, 55, 89, 91, 124
kotamadya, 12
kuliner, 22, 24, 75, 90, 111

M

maksimum, 6, 52
mancanegara, 5, 26, 66, 71, 72,
111
Media sosial, 19
media visual, 1, 16, 32, 50, 57,
75, 90, 93, 111, 123
megalithic, 2
milenial, 3
momen, 7, 77
monumen, 11, 70
Motion, 1, 6, 8, 19, 20, 27, 28,
29, 30, 31, 32, 43, 44, 47, 49,
50, 51, 56, 57, 60, 61, 62, 75,
88, 89, 90, 91, 92, 93, 95,
114, 115, 117, 120, 123, 125,
126, 127, 131, 141, 147, 149
motion graphic, 1, 4, 44, 49, 50,
51, 53, 58, 62, 75, 88, 96,
111, 112, 113, 114, 115, 116,
117, 118, 119, 120, 124, 125

N

narasi, 7, 29
nasional, 3, 10, 22, 36, 46, 64,
77, 90, 93, 94, 108, 125, 126,
128, 129, 148, 149

O

opening sequence, 1
optimal, 13, 25, 34, 76, 106, 119

P

pariwisata, 1, 3, 4, 5, 6, 8, 9, 10,
11, 12, 13, 14, 16, 19, 20, 21,
22, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 31,
32, 34, 35, 36, 37, 38, 44, 45,

46, 47, 48, 64, 65, 66, 67, 68,
69, 70, 71, 72, 73, 74, 76, 77,
78, 79, 81, 83, 86, 87, 88, 89,
90, 91, 92, 93, 94, 95, 96, 97,
102, 104, 105, 106, 107, 108,
109, 111, 112, 113, 114, 121,
122, 123, 124, 125, 127, 128,
129, 130, 139
personal selling, 2
potensi, 9, 10, 12, 13, 14, 19, 20,
22, 24, 25, 33, 36, 39, 45, 46,
47, 48, 64, 66, 67, 68, 69, 71,
75, 78, 90, 93, 112, 114, 143
prasarana, 12, 13, 16, 25, 27, 37,
48, 76, 78, 89
prioritas, 14, 31, 36
promosi, 1, 2, 3, 6, 13, 14, 19,
20, 21, 24, 27, 28, 29, 30, 31,
32, 37, 44, 47, 49, 55, 56, 57,
61, 62, 67, 70, 75, 77, 78, 81,
87, 88, 89, 90, 92, 93, 95, 96,
107, 108, 111, 112, 114, 123,
126, 127, 128, 129, 142, 147
publikasi, 2, 3, 19, 32, 70, 77,
78, 89, 114, 126, 131, 149
Publisitas, 2, 3, 143

R

regulator, 15
rekreasi, 10, 32, 67
religi, 11, 79
responsif, 9
retribusi, 6, 32
retribusi, 32, 34, 63, 67, 92, 94
revisi, 8
rotasi, 1

S

sarana, 11, 12, 13, 16, 20, 25,
27, 33, 37, 44, 48, 50, 51, 74,
76, 78, 89, 112, 113, 114,
116, 118, 119, 120, 125, 139
smartphone, 9
Software, 30, 55, 59, 136, 143
sulih suara, 6

T

tipografi, 1, 16, 29, 30, 43, 52,
58, 59, 60, 75, 95, 123
tradisional, 11, 12, 67, 70, 76,
79
transportasi, 11, 27, 76, 83, 136
travel, 12

V

visual, 4, 7, 8, 16, 19, 29, 43, 44,
49, 50, 51, 52, 54, 57, 60, 61,
62, 83, 95, 113, 114, 117,
119, 123, 124, 125, 128, 139,
144, 145
visualisasi, 3, 8, 139
volume, 2, 89, 90

W

wisatawan, 4, 5, 9, 10, 11, 12,
13, 14, 21, 22, 24, 25, 26, 27,
28, 29, 32, 44, 45, 46, 47, 64,
65, 66, 68, 69, 70, 71, 72, 73,
74, 75, 76, 79, 87, 89, 90, 93,
94, 106, 107, 108, 111, 112,
113, 115, 122, 123, 124, 127,
128, 129, 130

GLOSARIUM

A

- Animasi** : menampilkan kumpulan gambar dengan cepat, mengurutkannya berdasarkan kategori. Gambar akan tampak bergerak dan hidup.
- Audio** : merupakan salah satu komponen penting karena merupakan salah satu komponen penting karena berkontribusi pada pembangunan sistem komunikasi berbasis suara, yang merupakan sinyal listrik yang akan menggabungkan elemen suara.
- Animator** : adalah sebutan untuk orang yang membuat ilusi atau desain animasi atau gambar yang dapat bergerak ketika dimainkan.
- Akomodasi** : berarti menawarkan sesuatu untuk memenuhi kebutuhan, seperti rumah atau apartemen sementara, kepada orang yang pindah atau pindah Aksesibilitas: Menunjukkan betapa mudahnya untuk pergi dari tempat lain dengan menggunakan sistem transportasi.
- Arkeolog** : sejarah dan budaya manusia Aksesibilitas: ukuran seberapa mudah atau sulitnya lokasi penggunaan lahan berinteraksi satu sama lain dan sistem jaringan transportasi untuk mencapai lokasi tersebut.
- Animasi** : gambar bergerak yang terdiri dari objek yang diatur dalam urutan logis yang bergerak ke arah yang ditentukan pada setiap titik waktu.
- Premiere by Adobe**: Perangkat lunak yang dirancang khusus untuk mengedit video, audio, dan urutan gambar.

B

- Broadcast** : Proses penyebaran informasi di antara penduduk melalui media. Informasi ini dapat berupa pesan audio, gambar, video, data, dll.
- Berkontribusi** : Sesuatu yang disumbangkan atau dilakukan untuk membantu menghasilkan atau mencapai sesuatu dengan orang lain, atau untuk membantu membuat sesuatu berhasil.
- Biografi** : Sebuah tulisan yang berisi kisah dan keterangan tentang seseorang.

C

- Corel Draw X5** : Software pengolah desain grafis 2D digital yang berbasis vector

D

- Display** : kegiatan suatu perusahaan dalam memajang barang di dalam dan di luar ruangan dengan tujuan untuk secara langsung atau tidak langsung mempengaruhi calon konsumen dari barang yang dijual.
- Data Primer** : Informasi atau data yang telah dikumpulkan langsung dari subjek penelitian dengan menggunakan instrumen yang ditetapkan
- Data Sekunder** : Data atau informasi yang dikumpulkan oleh peneliti dari sumber pihak ketiga yang diketahui untuk memenuhi kebutuhan penelitian. Data dapat berupa buku, jurnal, catatan ilmiah, arsip, bagan, grafik atau data tabular.
- Daya tarik** : Tujuannya adalah sesuatu dengan keindahan, keunikan, dan keragaman budaya dan alam.

- Kualitatif** : Metode penelitian menggunakan data kualitatif deskriptif.
- Dokumentasi** : Dokumentasi proses pengumpulan, pemilihan, pemrosesan, dan penyimpanan informasi di bidang pengetahuan, Memberikan atau mengumpulkan bukti berdasarkan informasi seperti gambar, kutipan, kliping koran dan bahan referensi lainnya.
- Desentralisasi** : Desentralisasi adalah bentuk pendelegasian wewenang kepada unit atau manajer dengan tingkat wewenang yang lebih rendah dalam suatu struktur organisasi
- DISPARPORA** : Dinas Pariwisata, Kepemudaan dan Olahraga

E

- Efektif** : Usaha untuk mencapai tujuan dengan memilih jalan yang benar dari beberapa alternatif dan kemudian menyelesaikan pekerjaan secara akurat dan cepat.
- Ekologis** : Ekologi didefinisikan sebagai studi tentang organisme di habitatnya, atau dengan kata lain, studi tentang hubungan timbal balik antara organisme dan lingkungannya.
- Evaluasi** : Evaluasi adalah proses identifikasi untuk mengukur/mengevaluasi apakah suatu kegiatan atau program yang sedang dilakukan sesuai dengan rencana atau tujuan yang ingin dicapai.
- Eksplorasi** : Kegiatan mencari, menemukan dan memperoleh bahan tambahan yang kemudian dapat dikembangkan secara komersial untuk usaha.

Emperis : Pengalaman yang didapat dari melakukan sebuah percobaan

F

Fotografi : Proses pembuatan gambar atau foto suatu objek dengan merekam cahaya yang dipantulkan yang mengenai objek tersebut pada media yang peka cahaya.

Feedback : Merupakan respon komunikator atau penerima pesan setelah menerima pesan dari komunikator

Filosofi : Adalah pengetahuan dan penyelidikan akal sehat ke dalam sifat segala sesuatu, penyebabnya, asal usul dan hukumnya.

Fasilitator : Seseorang yang membantu memahami tujuan bersama dalam membuat rencana untuk mencapai tujuan.

G

Grafis : Ini adalah teknik komunikasi visual yang menyampaikan informasi secara efektif dengan memanfaatkan kombinasi koordinat titik dan garis.

Globalisasi : pertukaran pandangan dunia, produk, ide, dan aspek budaya lainnya yang mengarah pada integrasi internasional.

I

Ilustrasi : hasil visualisasi sebuah tulisan melalui penggunaan gambar, lukisan, fotografi, atau metode artistik lainnya yang lebih

- menekankan pada hubungan antara subjek dan tulisan daripada pada bentuk.
- Ikon** : Antarmuka grafis di mana data diwakili oleh gambar kecil yang mewakili program komputer atau file komputer di manajer file sistem operasi.
- Implementasi** : Penyediaan sarana untuk melakukan sesuatu yang memiliki efek atau dampak pada sesuatu.
- Interaktif** : Komunikasi dua arah yang mengambil bentuk tindakan dua arah untuk membangun hubungan dua arah yang aktif antara orang-orang yang berkomunikasi. Komunikasi aktif memfasilitasi interaksi.
- Infrastruktur**::Semua bangunan dan fasilitas penting, baik fisik maupun sosial, seperti gedung, listrik, jalan dan lain-lain yang diperlukan untuk operasi masyarakat dan kegiatan sektor pariwisata.
- Investor** : Individu atau badan hukum yang menginvestasikan uang mereka di perusahaan lain dengan harapan dapat mengubah uang menjadi keuntungan maksimal
- Informan** : Orang yang menyampaikan suatu informasi mengenai seseorang atau organisasi kepada sebuah agensi.
- Iklan** : Cara untuk mempromosikan produk, brand atau layanan kepada audience untuk mendorong ketertarikan, pelibatan dan penjualan.
- Implikasi** : Suatu akibat yang muncul atau terjadi karena suatu hal ataupun karena suatu perumusan masalah

K

- Kombinasi** : Gabungan beberapa objek dari grup yang terlepas dari Urutannya.
- Konservasi** : Upaya, langkah, dan cara untuk mengelola dan memanfaatkan biosfer secara bijak untuk mencapai manfaat sebesar-besarnya secara berkelanjutan bagi generasi saat ini dengan tetap melestarikan potensinya untuk memenuhi kebutuhan dan harapan masa depan.
- Komprehensif** : Situasi di mana sesuatu dapat menjelaskan informasi yang lengkap dan komprehensif serta memberikan pemahaman yang lebih dalam.
- Kompetitif** : Kemampuan, yang berasal dari karakteristik dan sumber daya perusahaan, untuk berkinerja lebih baik daripada perusahaan lain dalam industri atau pasar yang sama.
- Kedibilitas** : Suatu hal dapat dipercaya dan dapat diujikan.
- Konklusi** : Pernyataan kesimpulan didasarkan pada informasi, bukti atau alasan yang digunakan untuk mencapai kesimpulan.
- Kontribusi** : Keikutsertaan suatu organisasi maupun individu dalam suatu kegiatan.

L

- Logis** : Diartikan sebagai pemikiran langsung, tepat dan teratur sebagai objek formal logika. Berpikir langsung, tepat dan teratur dalam hal ini berarti didasarkan pada hukum yang berlaku, aturan dan aturan yang ditetapkan oleh logika.
- Lokal** : Biasanya mengacu pada hal-hal yang dekat dalam lingkup daerah.

- Literatur** : Sumber atau referensi yang digunakan dalam berbagai macam aktivitas dalam dunia pendidikan ataupun aktivitas lainnya.
- Literasi** : kumpulan kemampuan dan keterampilan sendiri dalam membaca, menulis, berbicara, menghitung, dan memecahkan masalah pada tingkat keahlian tertentu yang diperlukan untuk kehidupan sehari-hari. Oleh karena itu, keterampilan bahasa tidak dapat digunakan untuk mengembangkan literasi.
- Legitimasi** : Penerimaan dan pengakuan atas kewenangan yang diberikan oleh masyarakat kepada pimpinan yang telah diberikan kekuasaan.

M

- Motion Graphic** : Motion Graphic adalah sebuah animasi yang komponen utama berupa teks dengan menggunakan media audivisual yang digerakkan oleh animasi 2D dan 3D.
- Milenial** : Demografis pasca-Generasi X Tidak ada batasan waktu khusus kapan grup ini dimulai atau berakhir.
- Media promosi** : Sarana yang dimanfaatkan untuk mengenalkan produk serta layanan jasa kepada calon atau target konsumen.
- Model Logis** : Alat pengukuran kinerja untuk menjelaskan dan mengevaluasi efektivitas program kerja organisasi.

N

- Narasumber** : Seseorang yang memberi informasi atau menjadi informan dalam suatu persoalan yang sedang diteliti.

Narasi : sepotong tulisan yang menceritakan peristiwa periode waktu tertentu.

O

Opportunities : Aspek positif dari lingkungan yang memberikan peluang bagi program atau organisasi kita untuk memanfaatkannya.

Observasi : metode pengumpulan data dengan cara mengamati secara langsung suatu objek di lapangan.

Output : Data berupa file maupun cetakan yang dihasilkan dari proses pengolahan data input.

P

Promosi : Upaya untuk menginformasikan atau menawarkan sebuah produk kepada konsumen sehingga konsumen membeli dan mengkonsumsi atau menggunakan produk tersebut.

Publisitas : Kegiatan meningkatkan kesadaran dari seseorang, produk, atau layanan agar diperhatikan oleh banyak orang.

Publikasi : Pelaksana dari kegiatan penyebaran informasi.

Potensial : menandakan potensi (kekuatan, kemampuan, dan sebagainya); kemampuan dan kekuasaan

Penelitian terapan : Suatu penelitian yang digunakan untuk menemukan solusi pada masalah yang sedang dihadapi masyarakat, industri serta pemerintah sebagai lanjutan dari riset dasar.

Pengkodean : Teknik yang dilakukan untuk memberikan penekanan pada proses yang terlibat (data dan sinyal) transmisi data.

- Pedoman** : Hal (pokok) yang menjadi dasar pegangan dan petunjuk untuk menentukan atau melaksanakan sesuatu.
- Peneliti** : Seseorang yang tugas utamanya melakukan penelitian dan/atau pengembangan ilmu pengetahuan dan teknologi.
- Perencanaan** : sebuah metode untuk mencari tahu apa yang ingin Anda capai di masa depan dan bagaimana mencapainya.
- PhotoShop** : Software editor berbasis grafis raster untuk membuat dan mengedit gambar dalam bentuk lapisan, manipulasi gambar dan menyimpan foto untuk berbagai format file gambar dan video.
- Praktis** : Cara dalam melaksanakan suatu Tindakan yang berkaitan dengan Tindakan yang menghasilkan suatu keputusan yang etis.
- Pemangku kepentingan**: Ada berbagai orang dalam masyarakat, termasuk individu, kelompok, bisnis, dan organisasi yang berada dalam posisi untuk mendapatkan manfaat dan pandangan, serta mereka yang terlibat dalam kepentingan.

R

- Reflektif** : pemikiran yang memiliki tujuan dan didasarkan pada akal.
- Rendering** : memanfaatkan program komputer untuk menghasilkan gambar yang fotorealistik atau tidak dari model dua dimensi atau tiga dimensi.
- Realisasi** : tindakan yang diambil untuk mencapai sesuatu yang diantisipasi atau direncanakan.

Relevan : hal-hal yang dekat dengan masalah utama yang dihadapi.

S

The StoryBoard : Sebuah lelucon visual dari film lain, seperti film yang sulit dipahami atau film yang sulit dipahami.

Scene : Tempat atau setting sehari sebelum diperpanjang.

Stakeholder : organisasi atau proyek yang berkontribusi pada pencapaian tujuan atau sasaran ditunjukkan sebagai berikut.

Sosialisasi : Salah satu proses transfer, serta nilai dan aturan dari satu generasi ke generasi berikutnya, dalam satu kelompok atau masyarakat.

Staging : Dalam peristiwa drama di salah satu ruang kelas, berbagai komponen digunakan untuk menyoroti pentingnya komunikasi dalam bahasa yang dominan.

T

Tradisi : Konsep suatu kepercayaan atau perilaku yang diwariskan dari generasi ke generasi.

Teoritis : Ketika melakukan penelitian, teori berfungsi sebagai landasan pemikiran.

Typografi : Metode dalam melakukan penyusunan huruf dan teks didalam suatu pembuatan visual agar mudah dibaca dan menarik untuk dilihat.

Triangulasi : Suatu pendekatan yang dilakukan oleh peneliti untuk menggali dan melakukan teknik pengolahan data kualitatif.

Transferabilitas : Validitas eksternal secara kuantitatif riset.

Timing : Upaya dalam mengatur waktu agar semua dapat dikerjakan.

V

Visualisasi : Penyampaian suatu gagasan atau suatu perasaan dengan menggunakan bentuk gambar, tulisan dan peta.

Visual : Sesuatu yang dapat dilihat dengan indra pengelihatan dengan menggunakan simbol-simbol yang memudahkan untuk di terima pada suatu informasi.

Verbal : Metode penyampaian suatu informasi yang berbentuk lisan dan dapat berupa Tulisan

W

Website : Kumpulan halaman yang berisi informasi tertentu dan dapat diakses dengan mudah oleh siapa saja, kapan saja, dan dimana saja melalui internet.

Wisatawan : Orang yang datang dari tempat tinggalnya untuk mengunjungi tempat lain dengan menikmati perjalanan kunjungannya

Weakness : Kegiatan organisasi yang tidak berjalan dengan baik atau sumber daya yang dibutuhkan oleh organisasi tetapi tidak dimiliki oleh organisasi.

Wawancara : Kegiatan tanya jawab lisan untuk memperoleh informasi.

Roadmap Penelitian *Motion Graphic*

ROADMAP PENELITIAN PENGUSUL					
2018 dan Sebelum	2019	2020	2021	2022	2023-2025
Motivasi kinerja; Tax Planning; Sistem pengarsipan; multidimensional database; economy growth; Tourism sector; financial performance; Game labirin; optimalisasi rute; SVM; SMS Interaktif;	application desain; songket industry; mobile application; advertising video; kain blongsong; aset daerah; usaha pertanian;	e-commerce produk kreatif; web portal; GIS; Pengembangan desain kain; promosi UMKM; financial performance; perencanaan pertanian; efektivitas; e-surat; CRM Hotel;	Data model pattern; aplikasi layanan; kansei engineering; design web; UI; Multiplatform GIS; technopreneurshi; poverty; village fund; CLV; UMKM; IoT;	MOTION GRAPHIC AND VIDEO MARKETING UNTUK WISATA	<u>HIGH DEFINITION</u> MOTION GRAPHIC UNTUK MULTI SEKTORAL
Jurnal Nasional; Jurnal Internasional	Jurnal Nasional; Jurnal Internasional; HKI; Buku	Jurnal Nasional; Jurnal Internasional; HKI; Buku	Jurnal Nasional; Jurnal Internasional; HKI; Buku; Paten Sederhana; Paten	Jurnal Nasional; Jurnal Internasional; HKI; Buku; Paten Sederhana; Paten	Jurnal Nasional; Jurnal Internasional; HKI; Buku; Paten Sederhana;

Roadmap Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan dengan alur *Roadmap* penelitian terdahulu. Penelitian terdahulu pengusul digunakan sebagai landasan dalam penelitian penugasan inovasi yang akan dilaksanakan dan berpotensi dilanjutkan secara simultan dengan pengembangan HD hingga 8K Motion Graphic untuk multi sektor. Penelitian Penugasan Inovasi yang direncanakan akan berjalan telah mengikuti Rencana Induk Penelitian Politeknik Negeri Sriwijaya dan sesuai dengan Prioritas Riset Nasional 2020-2024 yaitu pada Fokus Riset Rekayasa Keteknikan melalui Tema Riset Teknologi Informasi dan Komunikasi serta Kebijakan untuk Mendukung Industri 4. 0. Fungsi video promosi berbasis motion graphic memberikan gambaran menarik terkait ojekt wisata unggulan dan sebagai video promosi yang dapat disebarluaskan ke berbagai platform digital.

Tentang Penulis



Riana Mayasari, S.E., Ak., M.Acc., CA., CRMPA. adalah dosen tetap di Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Sriwijaya (POLSRI) di Palembang. Lahir di Palembang. Menamatkan pendidikan S1 di Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia, Penulis

melanjutkan Pendidikan Profesi Akuntansi di Universitas Gadjah Mada dan pendidikan S2 Magister Akuntansi di Universitas Gadjah Mada. Penulis merupakan pemegang sertifikat *Chartered Accountant*, Sertifikat bidang *Risk Management* dan merupakan akuntan teregistrasi. Mata kuliah yang diampu adalah Akuntansi Keuangan, Perpajakan 1, Perpajakan 2, dan Akuntansi Pemerintah. Penulis Aktif didalam menulis buku tentang keuangan dan bisnis. Disamping itu penulis juga aktif didalam menerbitkan jurnal Nasional maupun Internasional. Selain itu juga sebagai reviewer dan editor jurnal ilmiah nasional. Buku yang pernah ditulis adalah Perpajakan 1, Geliat Technopreneurship, Indikator Kinerja Pemerintah Daerah dan Model Penilaiannya, Penerapan Good Government Governance, kaitan pembinaan, profesionalisme, penempatan kerja dan disiplin kerja terhadap kinerja aparatur bidang keuangan pemerintah daerah dan Sistem Pengendalian Intern. Penulis juga pernah mendapatkan hibah bantuan penelitian dan pengabdian masyarakat pada tingkat nasional. Kontak e-mail yang dapat dihubungi riana.mayasari@polsri.ac.id.



Dr. Indri Ariyanti, S. E. , M. Si. Lahir di Prabumulih Sumatera Selatan tanggal 03 Juni 1973. Menamatkan Pendidikan S1 di Universitas Sriwijaya Jurusan Manajemen, S2 di Universitas Sriwijaya Jurusan Ilmu Ekonomi dan S3 di Universitas Sriwijaya di Jurusan Ilmu Ekonomi. Saat ini aktif sebagai dosen di Jurusan

Manajemen Informatika Politeknik Negeri Sriwijaya dan menjadi

reviewer di beberapa agenda kegiatan yang diselenggarakan oleh Dirjen Vokasi Kemendikbudristek. Penulis telah menghasilkan berbagai karya publikasi baik di tingkat nasional dan internasional. Memiliki konsentrasi penelitian di bidang manajemen dan sistem informasi.



Fithri Selva Jumeilah, S. Kom. , M. T. I lahir di Baturaja, 4 Mei 1990. Ia adalah seorang dosen di Politeknik Negeri Sriwijaya lebih tepatnya di Program studi Teknologi Informatika Multimedia Digital Jurusan Teknik Komputer. Sejak 2012 ia sudah menjadi dosen di berbagai perguruan tinggi. Mata kuliah yang biasa diampu adalah matakuliah Motion Grafik, 3D Modeling, Multimedia Interaktif dan Pemrograman. Gelar Sarjana Komputer diperoleh dari Univeristas Sriwijaya Jurusan Teknik Informatika dan untuk gelar Magister Teknologi Informasi didapat dari Universitas Indonesia. Saat ini ia telah banyak menghasilkan penelitian yang terindex sinta.



Indriani Indah Astuti, S. E. , M. Si. , lahir di Palembang tanggal 19 September 1984 Sumatera Selatan. Menamatkan pendidikan D3 Jurusan Akuntansi di Politeknik Negeri Sriwijaya, S1 Universitas Sriwijaya Fakultas Ekonomi Jurusan Akuntansi dan S2 Universitas Sriwijaya Prodi Ilmu Ekonomi Bidang Kajian Utama Akuntansi. Saat ini aktif sebagai dosen di jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Sriwijaya. Penulis telah menghasilkan beberapa karya publikasi tingkat nasional. Memiliki konsentrasi penelitian di bidang ekonomi dan akuntansi.