

BAB I

PENDAHULUAN

1. Latar Belakang

Di zaman *modern* saat ini masyarakat dengan mudah berpergian atau berwisata kemanapun dengan berbagai fasilitas transportasi yang tersedia. Pengertian wisata menurut ketentuan Umum UU No.10/2009 adalah suatu kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu tertentu. Kata wisata secara umum adalah berpergian yang dilakukan sendiri atau bersama-sama (orang banyak), dengan tujuan untuk mendapatkan hal-hal baru, menyegarkan pikiran dari rutinitas kerja sehari-hari dan memanfaatkan waktu libur dengan bersama rekan-rekan atau keluarga untuk berekreasi.

Masing-masing daerah pasti memiliki jenis wisata yang ditawarkan sesuai dengan ciri khas dan daya tarik wisata yang dimiliki oleh daerah itu sendiri. Salah satu daerah pariwisata yang memiliki keunikan dan daya tarik khusus adalah Kota Surakarta atau yang kerap disebut Sala atau Solo. Kota yang berada di Jawa Tengah ini memiliki wisata unggulan yaitu berupa wisata budaya dan wisata belanja, Solo dikenal sebagai surganya kuliner bagi beberapa pencinta kuliner tradisional, bahkan Kementrian Pariwisata Indonesia meluncurkan lima destinasi wisata kuliner unggulan 2015, diantaranya Kota Solo, Bandung, Jogja, Semarang dan Bali. Kota Solo sendiri mendapatkan poin tertinggi bersamaan dengan Kota Bandung, jika dilihat dari kelima kota tersebut hanya Kota Solo yang bukan merupakan Ibu Kota Provinsi. Namun kenyataannya masih banyak ditemukan orang-orang yang tidak mengetahui jenis makanan apa saja yang dimiliki oleh Kota Solo bahkan masih banyak yang hanya mengenal Kota Solo namun tidak mengenal potensi wisatanya.

Di kota ini juga dikenal dengan citra budaya yang masih sangat kental akan kesenian yang dimiliki sejak dahulu kala. Banyak jenis-jenis festival dan *event* yang diadakan oleh pemerintah Kota Solo sebagai agenda rutin untuk mempromosikan kepariwisataan dikota ini, serta sebagai upaya untuk

melestarikan peninggalan kesenian dari para leluhur. Berbagai upaya pemerintah dalam memajukan sektor pariwisata dan mempertahankan kebudayaan di Kota Solo sudah terlihat maksimal hal tersebut terbukti dengan adanya media promosi yang dibuat dalam bentuk *print-ad*, *website*, aplikasi, serta adanya *event-event* yang berskala nasional hingga internasional, dan dibuatnya pusat kuliner Galabo.

Namun segala upaya promosi tersebut dirasa kurang berhasil karena masih banyak masyarakat di luar Kota Solo yang belum mengetahui apa saja potensi wisata yang dimiliki, serta peranan media promosi yang belum berjalan efektif karena informasi yang ingin disampaikan tidak sampai kepada masyarakat luas, informasi hanya berjalan di Kota Solo sendiri. Ditambah dengan adanya penurunan kunjungan wisatawan yang berkunjung ke objek wisata Kota Solo pada tahun 2012-2013 yang dilakukan oleh Badan Pusat Statistik Kota Surakarta dalam katalog yang berjudul Kota Surakarta Dalam Angka Tahun 2014. Terhitung pada tahun 2012 sebanyak 35.797 wisatawan sedangkan pada tahun 2013 hanya sebanyak 30.500 wisatawan. (sumber: <http://surakartakota.bps.go.id/>)

Kota Solo bagi sebagian orang di kota lain masih dianggap sebagai kota persinggahan saja, karena banyak orang yang lebih memilih untuk berlibur ke Kota Jogja dari pada ke Kota Solo. Salah satu faktornya adalah karena potensi wisata yang dimiliki Jogja sudah jauh lebih dikenal. Padahal Solo sendiri sebenarnya memiliki potensi yang sama besarnya, bahkan Kota Solo memiliki keunggulan yang lebih yaitu *ambient signature* yang damai dan tenang, selain itu masih belum banyaknya kemacetan dan tata ruang kota yang rapih sehingga membuat wisatawan dapat merasa nyaman dan santai ketika berlibur.

Hal-hal diatas membuktikan bahwa sebenarnya Kota Budaya ini masih memiliki masalah untuk mempromosikan pariwisatanya kepada masyarakat luas, sehingga perlu adanya sebuah perancangan promosi yang dapat dijangkau oleh masyarakat diluar Kota Solo. Tujuan dari perancangan ini adalah untuk menginformasi potensi Kota Solo agar tersampaikan dengan baik sehingga dapat berujung dengan meningkatnya kunjungan wisata ke Kota Solo.

1.2 Permasalahan

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disusun di atas maka ditarik beberapa permasalahan yang timbul, antara lain:

1. Kota Solo memiliki banyak potensi wisata, namun belum banyak dikenali oleh masyarakat secara luas.
2. Daya tarik kepariwisataan Kota Solo masih tertinggal dengan Kota Jogja, dari sisi media kreatif dalam penyampaian pesan promosi yang dilakukan.
3. Adanya penurunan kunjungan wisatawan di Kota Solo, akibat dari masih lemahnya penyampaian promosi pariwisata yang ada dan strategi kreatif yang belum tepat.

1.2.2 Rumusan Masalah

Dari identifikasi masalah diatas dapat di rumuskan masalah, diantaranya:

1. Bagaimana strategi promosi yang tepat untuk memperkenalkan potensi wisata Kota Solo kepada masyarakat dikota lain.
2. Bagaimana merancang media yang tepat dan kreatif dari strategi promosi yang digunakan untuk meningkatkan kunjungan wisatawan ke Kota Solo?

1.3 Ruang Lingkup Masalah

Agar pembahasan lebih terarah, maka penulis membatasi ruang lingkup masalah pada penelitian ini, maka penulis hanya meneliti:

1. Apa
Kota Solo memiliki banyak jenis potensi wisata yang belum dikenali oleh masyarakat diluar Kota Solo.
2. Siapa
Kepada masyarakat yang belum mengetahui potensi pariwisata yang dimiliki oleh Kota Solo, khususnya di daerah-daerah perkotaan dan padat penduduk. Dalam perancangan media promosi penulis akan berkerja sama dengan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Surakarta, *travel agent*, dan produsen lokal. Serta penulis juga membuat spesifikasi *target audience* dengan melakukan wawancara dengan cara *random sampling* kepada orang-orang yang berada dipusat keramaian seperti *mall*, *cafe* dan tempat hiburan lainnya.

Target audience promosi ini dispesifikian seperti berikut:

Usia : Primer (18-24 Tahun) – Sekunder (25-50)

Jenis Kelamin : Laki-laki dan Perempuan

Lokasi : Jakarta, dipilih karena merupakan kota besar yang berpotensi untuk berlibur ke kota Solo dan masih kurangnya promosi pariwisata Solo di kota ini

Pekerjaan : Mahasiswa, Pekerja Swasta, Pegawai Kantoran

Pendidikan : SMA – Perguruan Tinggi (S1-S2)

Agama : Semua Agama

Segmen Psikografi : Seseorang atau sekelompok orang yang bisa disebut dengan wisatawan, yang gemar berpergian untuk berwisata bersama keluarga maupun rekan-rekannya untuk urusan tertentu dan membutuhkan informasi tentang pariwisata, mencari hal-hal yang unik seperti acara atau festival tradisional, menginginkan sesuatu yang mudah dan praktis, selalu update mengenai informasi lokasi atau objek wisata yang sedang ramai dikunjungi, pengguna sosial media aktif dan merupakan anggota keluarga yang memiliki peran sebagai *inisiator* dan *decision maker*.

3. Kapan

Perancangan ini ditujukan pada saat menjelang libur panjang, seperti libur puasa/Lebaran, libur pergantian tahun ajaran baru, atau libur Natal dan Tahun Baru.

4. Dimana

Penulis akan melakukan sesi wawancara dan pengumpulan data di Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Surakarta. Serta melakukan observasi di beberapa objek wisata serta potensi wisata lainnya yang ada di Kota Solo. Kemudian melakukan wawancara untuk mengetahui *target audience* di Jakarta dan sekitarnya.

1.4 Tujuan Perancangan

Adapun tujuan dari perancangan ini dari keseluruhan rumusan masalah adalah untuk memperkenalkan potensi-potensi wisata yang dimiliki kota Solo kepada masyarakat diluar Kota Solo, sehingga setelah perancangan dilakukan dapat menarik wisatawan untuk berkunjung ke Kota Solo.

1.5 Metode Penelitian

Dalam penelitian ini metode penulisan yang dipilih penulis yaitu metode kualitatif, metode ini digunakan untuk mendapatkan data mendalam yang berbentuk sebuah makna. Makna yang dimaksud adalah sebuah data yang sebenarnya, bersifat induktif berdasarkan fakta-fakta yang ditemukan saat penelitian dilapangan. Data penelitian kualitatif yang dikumpulkan berwujud sebuah kata-kata dalam kalimat atau gambar yang memiliki arti lebih dari sekedar angka atau jumlah. Metode kualitatif juga digunakan untuk meneliti sebuah obyek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data yang dilakukan dibuat secara triangulasi (gabungan), analisis data yang dihasilkan bersifat induktif dan hasil dari penelitian dengan metode ini lebih menekankan makna pada generalisasi. Riset kualitatif bersifat subyektif, peneliti harus turun langsung ke lapangan, melakukan wawancara, observasi lapangan, dan mencari sumber data, kemudian melakukan analisis, dan menyusun laporan. (Sugiyono, 2014 : 1-11)

1.5.1 Cara Pengumpulan Data

Pengumpulan data-data yang dibutuhkan penulis membutuhkan beberapa metode pengumpulan data, antara lain sebagai berikut :

1. Studi Literatur

Data diperoleh dari studi pustaka dan buku-buku karya ilmiah yang menunjang proses penulisan karya tulis. penulis melakukan kajian yang berkaitan dengan teori yang berdekatan dengan permasalahan yang penulis teliti. Dalam pencarian teori, peneliti juga akan mengupulkan informasi dari kepustakaan yang berhubungan seperti buku, jurnal, majalah, dan hasil-hasil

penelitian. Peneliti juga mencari jurnal mengenai promosi di Kota Solo namun dengan kasus dan pemecahan masalah yang berbeda.

2. Wawancara

Menurut (Esterberg dalam Sugiono, 2014) mengemukakan bahwa wawancara adalah sebuah pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide dalam suatu topik tertentu. Wawancara akan digunakan oleh penulis sebagai salah satu teknik pengumpulan data untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti. Peneliti akan menggali informasi yang mendalam tentang sebuah situasi dan fenomena yang terjadi. Wawancara akan dilakukan dengan narasumber langsung, yaitu kepada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Surakarta, wisatawan dan pihak-pihak lain yang bersangkutan.

3. Observasi

Menurut (Marshall dalam Sugiyono, 2014) mengatakan bahwa melalui sebuah observasi, peneliti belajar tentang perilaku, dan makna dari perilaku tersebut. Teknik pengumpulan data ini dilakukan dengan cara mengamati dan meneliti atau mengukur kejadian yang sedang berlangsung. Dengan cara ini data diperoleh adalah data faktual dan aktual, dalam artian data yang dikumpulkan penulis diperoleh pada saat peristiwa berlangsung. Menurut (Patton dalam Nasution, 1988) dengan melakukan observasi maka peneliti akan memperoleh pengalaman langsung, sehingga memungkinkan peneliti menggunakan pendekatan induktif, jadi tidak dipengaruhi oleh konsep atau pandangan sebelumnya. Pendekatan induktif membuka adanya peluang penemuan baru atau *discovery*. Penulis melakukan observasi pada awal pengerjaan tugas akhir, dilakukan di beberapa kawasan yang objek wisata di Kota Solo.

1.5.2 Metode Analisis Data

Metode analisis data yang akan digunakan dalam perancangan promosi ini yaitu dengan cara analisis SWOT, AISAS dan AOI. SWOT yaitu singkatan dari *strength* (kekuatan), *weakness* (kelemahan), *opportunity* (peluang), dan *threat* (ancaman). Menurut (Moriarty, 2011:241-242) AISAS adalah alat utama untuk memahami informasi dikumpulkan dan mengidentifikasi *problem* utama. AISAS merupakan suatu model penelitian untuk mendeskripsikan perilaku konsumen era

internet, menurut (Moriarty, 2009:373) model AISAS digunakan untuk menentukan tujuan atau target capaian suatu perencanaan kegiatan promosi. Dan menurut (Sumarwan ,2003:58) AOI adalah pengukuran kegiatan, minat dan pendapat konsumen

1.6 Manfaat Perancangan

Selain sebagai tugas akhir, perancangan acara yang nantinya dibuat penulis diharapkan dapat bermanfaat baik bagi pembaca, instansi maupun penulis sendiri. Adapun manfaat yang bisa diambil dalam tugas akhir ini yaitu :

1. Bagi Pembaca

Dapat dijadikan sebagai bahan pengetahuan bagi pembaca atau dapat digunakan sebagai referensi dalam mengenal potensi wisata yang ada di Kota Solo. Serta dapat dijadikan sebagai contoh langkah awal dalam pembuatan acara untuk memperkenalkan Kota Solo beserta media promosinya.

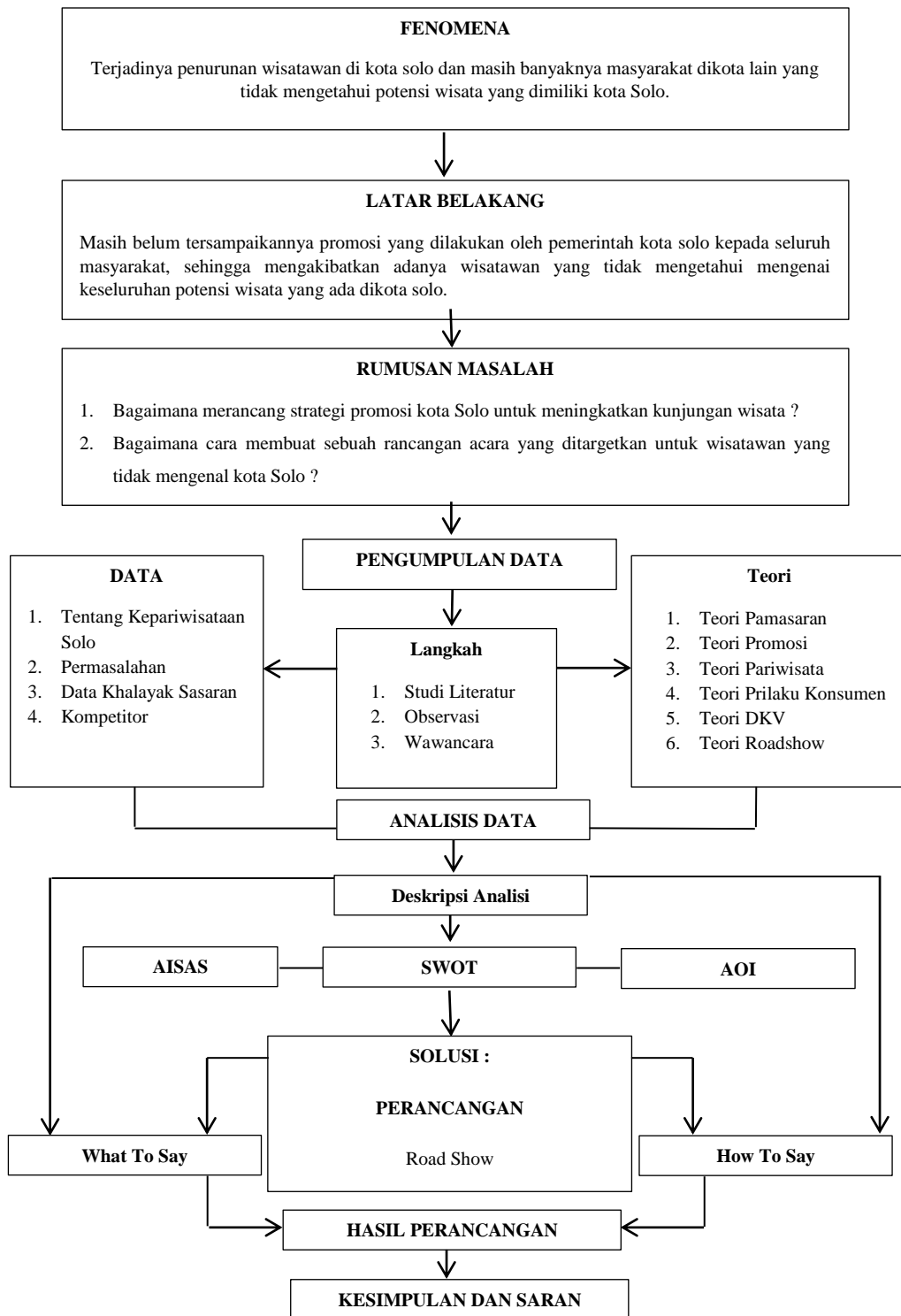
2. Bagi Pemerintahan

Membantu upaya dalam peningkatan pariwisata di Kota Solo. Diharapkan dengan adanya media perancangan yang dibuat oleh penulis akan menghasilkan dampak positif dalam upaya memajukan destinasi pariwisata Kota Solo.

3. Bagi Akademis

Diharapkan dengan adanya laporan tugas akhir ini dapat menjadi tambahan informasi dan memperluas ilmu pengetahuan. Serta dapat digunakan sebagai acuan referensi bagi mahasiswa yang ingin melakukan tugas akhir yang serupa.

1.7 Kerangka Penelitian



Bagan 1.1 Kerangka Perancangan
Sumber : Data Penulis

1.8 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan yang digunakan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini penulis menjelaskan mengenai informasi umum seperti latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, ruang lingkup masalah, tujuan perancangan, metode penelitian apa yang digunakan, manfaat perancangan, kerangka penelitian serta melampirkan mengenai bagan jadwal penelitian dan menjelaskan sistematika sub bab.

BAB II DASAR PEMIKIRAN

Pada bab ini penulis menjabarkan teori apa saja yang akan digunakan, teori-teori ini akan dijadikan landasan pemikiran dalam pengerjaan tugas akhir ini.

BAB III DATA DAN ANALISA MASALAH

Pada bab ini penulis akan menjelaskan mengenai hasil pengumpulan data-data yang sudah didapatkan melalui studi literatur, observasi dan wawancara. Dari hasil tersebut penulis akan menganalisis data kedalam sebuah sistem analisis SWOT akan mendapatkan konsep perancangan.

BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN

Pada bab ini penulis menjabarkan mengenai konsep pesan (ide utama), konsep kreatif (pendekatan), konsep media (media apa yang digunakan dan bagaimana perancangannya), konsep visual (mengggunakan ide visual seperti apa dan bagaimana tampilan), serta menggunakan strategi kreatif seperti apa yang dapat memecahkan masalah penelitian serta berkaitan dengan media perancangan yang dibuat. Dalam bab ini juga akan dijelaskan dan disertakan proses pengerjaan media dari awal sketasa hingga penerapan visual.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini penulis akan menyimpulkan dan memberi saran yang berkaitan dengan pelaksanaan penelitian dan perancangan tugas akhir yang sudah dibuat dan diuraikan pada bab-bab sebelumnya.