

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia memiliki sebuah daerah yang sangat terkenal akan destinasi wisata bersejarah dan alamnya yaitu Daerah Istimewa Yogyakarta yang di mana sebuah provinsi yang ada di pulau Indonesia tepatnya di pulau Jawa yang beribukota Yogyakarta. Daerah Istimewa Yogyakarta dibagi menjadi beberapa daerah termasuk Kabupaten Gunungkidul yang di mana memiliki banyak sekali destinasi wisata alam seperti pantai, gua, hutan, air terjun dan gunung. Dalam Peraturan Daerah Kabupaten Gunungkidul Nomor 5 Tahun 2013 tentang Penyelenggaraan Kepariwisataaan, mengamatkan bahwa pembangunan kepariwisataan daerah dilaksanakan berdasarkan Rencana Induk Pembangunan Kepariwisataaan Daerah. Menurut Peraturan Daerah Nomor 3 Tahun 2014 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisataaan Daerah (RIPPARDA) Kabupaten Gunungkidul Tahun 2014-2015, Strategis pembangunan daya tarik wisata diwujudkan menjadi 6 Kawasan Strategi Pariwisata (KSP). Pantai Seruni Sendiri masuk dalam Kawasan Strategis Pariwisata (KSP) II yang di mana Kawasan pantai tersebut berbasis wisata keluarga dan relaksasi. Dilihat dari Kawasan Strategi Pariwisata (KSP) II yang berbasis wisata keluarga dan relaksasi, pantai Seruni masuk dalam katategori basis wisata relaksasi yang di mana dilihat dari kondisi pantai Seruni itu sendiri. Dilihat dari tahun 2017 jumlah wisatawan yang berkunjung berjumlah 3.258.013 orang yang menghasilkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) sebesar Rp. 26.929.198.233.

Pantai Seruni adalah sebuah pantai 2 tahun yang memiliki keindahan alam yang masih alami, bersih dan nyaman. Pantai Seruni memiliki sebuah ciri khas sendiri yaitu air terjun yang hanya muncul ketidak musim hujan. Dibandingkan dengan pantai - pantai yang memang sudah terkenal, pantai Seruni masih kurang diminati oleh para wisatawan walaupun pantai Seruni sudah memiliki ciri khas tersendiri yaitu panorama dan air terjun yang ada saat musim hujan. Hal tersebut dikarenakan karena masih

kurangnya informasi pantai Seruni, belum memiliki media promosi dan sampai saat ini belum ada media promosi dan informasi akan pantai Seruni. Dilihat dari kekurangan tersebut membuat wisatawan tidak tahu tentang pantai Seruni.

Dengan adanya permasalahan tidakmeratanya jumlah pengunjung dan informasi juga promosi pada pantai Seruni Kabupaten Gunungkidul Yogyakarta sehingga penelitian ini berjudul “Media Promosi Pantai Seruni Kabupaten Gunungkidul Yogyakarta” dengan tujuan utama yaitu mengenalkan dan menambah minat wisatawan untuk berkunjung ke pantai Seruni

1.2 Identifikasi Masalah

Jumlah wisatawan yang berkunjung belum sesuai dengan target dikarenakan media informasi dan promosi pada pantai Seruni yang belum optimal.

1.3 Rumusan masalah

Bagaimana merancang media promosi yang tepat untuk wisatawan remaja dengan tujuan untuk menambah jumlah wisatawan di pantai Seruni Kabupaten Gunungkidul Yogyakarta ?

1.4 Ruang Lingkup

1. Apa

Belum terdapat media informasi dan promosi yang optimal dan tepat sasaran pada wisata pantai Seruni sehingga wisatawan kurang minat dan tidak banyak yang tahu tentang pantai Seruni.

2. Kapan

Promosi pantai Seruni dilakukan dari bulan Agustus 2018 sampai dengan bulan Juni 2019

3. Di mana

Pantai Seruni, Dinas Pariwisata Kabupaten Gunungkidul. Cangkupan promosi seluruh Indonesia

4. Siapa

Wisatawan lokal usia 17 tahun – 21 tahun.

5. Kenapa

Karena saat ini pantai Seruni belum memiliki media promosi, sehingga sangat diperlu sebuah media promosi dan informasi untuk mencapai target wisatawan ditahun 2019

6. Bagaimana

Merancang media informasi dan mempromosikan tentang pantai Seruni melalui media yang sesuai.

1.5 Tujuan Perancangan

1. Penelitian ini dilakukan untuk merancang sebuah media informasi dan promosi untuk wisata pantai Seruni.
2. Penelitian ini dilakukan untuk menambah daya tarik wisatawan lokal.
3. Meningkatkan jumlah wisatawan yang berkunjung ke pantai Seruni.

1.6 Metode Pengumpulan Data dan Analisis

Dalam penelitian ini perancang melakukan beberapa pengumpulan dan analisis, yaitu :

1.6.1 Pengumpulan Data

a. Primer

1. Observasi

Menurut Sugiyono (2013 : 145) *observasi* merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dua di antara yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan. Observasi yang dilakukan perancang untuk mengetahui secara langsung keadaan dan kondisi lokasi pantai Seruni.

2. Wawancara

Menurut Sugiyono (2013 : 231) wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu. Wawancara dilakukan secara terstruktur dan tidak terstruktur untuk mendapatkan informasi yang lebih valid. Wawancara dilakukan dengan beberapa sumber, yaitu :

- a. Dinas Pariwisata Kabupaten Gunungkidul
- b. Wisatawan Pantai Seruni
- c. Praktisi Desainer

3. Kuisisioner

Menurut Sugiyono (2008 : 199) kuisisioner merupakan tehnik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Melakukan Pengumpulan data dan informasi dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan kepada orang lain yang dijadikan responden wisata pantai Seruni

4. Dokumentasi

Menurut Sugiyono (2013 : 240) dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumentasi bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seorang. Dokumentasi dilakukan sebagai bukti asli atau untuk memperkuat data yang sudah ada.

b. Sekunder

Menurut Sugiyono (2013:83) studi pustaka merupakan langkah awal dalam metode pengumpulan data. Studi pustaka merupakan metode pengumpulan data yang diarahkan kepada pencarian data dan informasi melalui dokumen-dokumen, baik dokumen tertulis, foto-foto, gambar, maupun dokumen elektronik yang dapat mendukung dalam proses penulisan.

1. Studi Pustaka Cetak

Studi Pustaka Cetak dilakukan perancang untuk mendapatkan data melalui media cetak seperti buku, jurnal dan artikel yang ada.

2. Studi Pustaka Digital

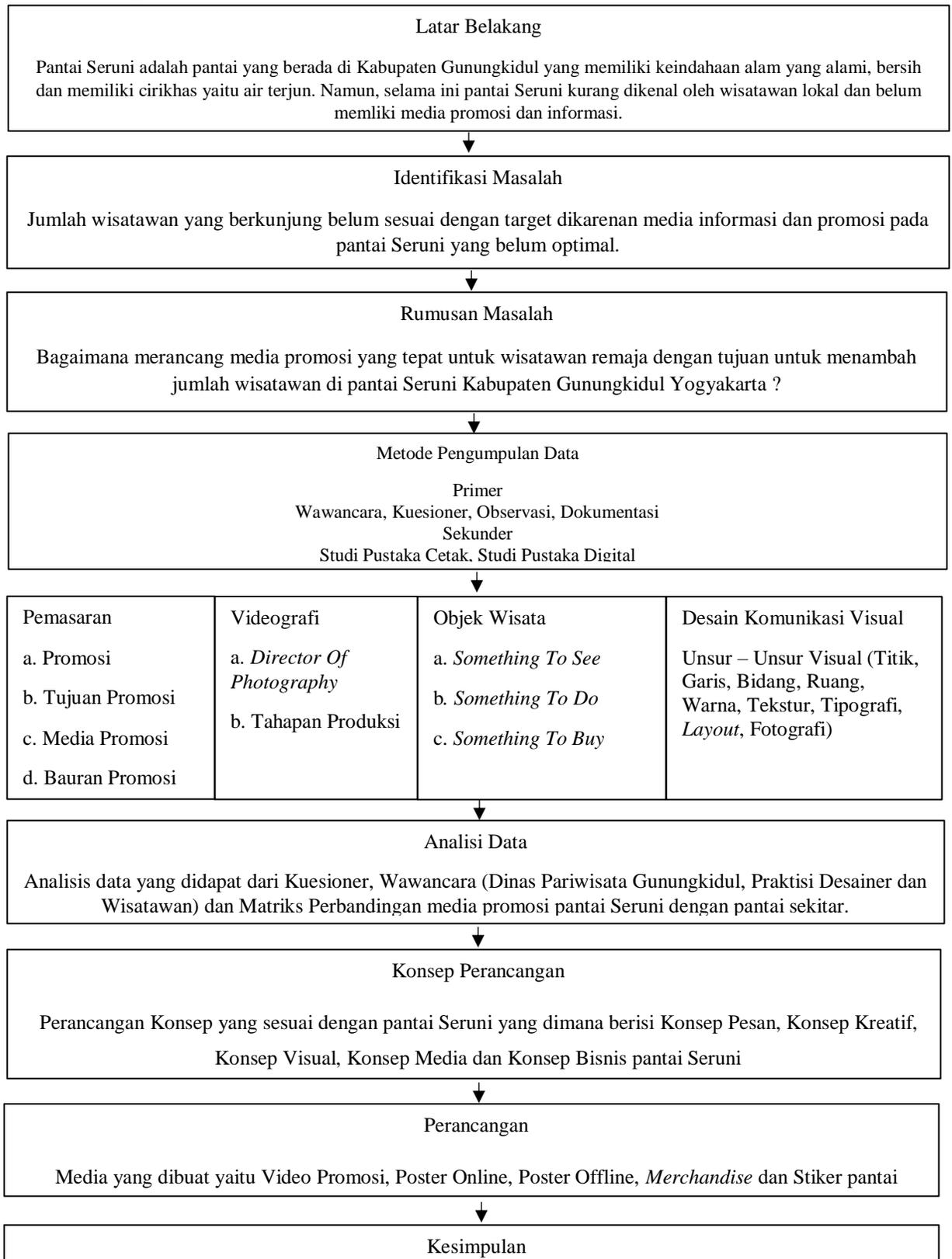
Studi Pustaka Digital dilakukan perancang untuk memperkaya data yang didapat melalui media digital seperti di internet, *e-book*.

1.6.2 Analisis Data

a. Analisis Matrik Perbandingan

Menurut Soewadikoen dalam Renaldi (2013 : 50) sebuah matriks terdiri dari kolom dan baris yang masing-masing mewakili dua dimensi yang berbeda, dapat berupa konsep atau kumpulan informasi. Perancang melakukan matriks perbandingan untuk melakukan perbandingan antara pantai Seruni dengan pantai lainnya dan perbandingan media promosi yang telah dibuat oleh pesaing sejenis.

1.7 Kerangka Penelitian



1.8 Pembabakan

Bab I : Pendahuluan

Bab ini berisikan latar belakang tentang pantai Seruni yang berisikan fenomena, peraturan yang mengatur dan permasalahan yang dimiliki pantai Seruni. Identifikasi masalah pada pantai Seruni mengenai jumlah wisatawan yang berkunjung. Terdapat juga rumusan masalah mengenai perancangan media promosi yang sesuai dengan target audiens dan dapat menambah jumlah wisatawan. Tujuan penelitian ini yaitu merancang media promosi dan informasi, menambah daya tarik dan meningkatkan jumlah wisatawan lokal. Teknik pengumpulan data yaitu kuesioner, observasi, wawancara, dokumentasi, studi pustaka cetak dan digital. Kerangka penelitian berisi garis besar atau tahapan-tahapan pada penelitian. Pada pembabakan berisi tentang isi tahapan tiap babnya.

Bab II : Dasar Pemikiran

Landasan pemikiran berisi beberapa teori seperti teori pemasaran, media, videografi, desain komunikasi visual dan objek wisata. Landasan pemikiran akan digunakan sebagai panutan atau pedoman untuk merancang media promosi dan informasi pantai Seruni yang tepat.

Bab III : Uraian Data Hasil Survei dan Analisis

Memaparkan data-data hasil survei yang dilakukan oleh perancang seperti data dari Dinas Pariwisata Gunungkidul, data khalayak masyarakat, data objek penelitian pantai Seruni, data hasil observasi, kuesioner, wawancara serta dokumentasi, data proyek terdahulu dan hasil analisis data yang didapat juga kesimpulan dari analisis data.

Bab IV : Konsep dan Hasil Perancangan

Pada bab ini berisikan tentang konsep perancangan dan hasil perancangan. Konsep perancangan berisi konsep yang sesuai dengan kebutuhan pantai Seruni seperti konsep pesan, konsep kreatif, konsep visual, konsep media, konsep bisnis dan tahapan produksi video. Pada hasil perancangan terdapat *screenshot* video promosi, poster *online*, poster *offline*, *merchandise* dan stiker.

Bab V : Kesimpulan dan Saran

Pada bab ini berisi kesimpulan dan beberapa saran terhadap pantai Seruni dan Dinas Pariwisata Gunungkidul