

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kota Bekasi memiliki indeks pembangunan manusia tertinggi kedua di Provinsi Jawa Barat. Bekasi memiliki berbagai tempat wisata yang menjadi bagian dari masyarakat baik pengusaha maupun dari pemerintah daerah. Bekasi yang sekarang menjadi tujuan bagi wisatawan yang sering dikunjungi masyarakat dari daerah terdekat seperti: Kabupaten Bekasi, Karawang, Cikampek, Kabupaten Bogor, dan juga Jakarta Timur. Tempat wisata Bekasi yang menjadi tujuan wisatawan diantaranya, tempat wisata bersejarah seperti Gedung Juang 45, Wisata edukasi seperti Klenteng Hok Lay Kiong yang biasa sebagai tempat sembahyang nya umat Kong Hu Cu, Wisata Taman Buaya Indonesia Jaya yang dimana berbagai macam buaya terdapat disini, wisata kuliner, wisata religi, tempat wisata pantai seperti Pantai Muara Beting dan Pantai Mekar, dan wisata Alam yang salah satu tempat wisata yang dapat dikunjungi di Kabupaten Bekasi yaitu Wisata Mangrove Muara Tawar.

Wisata Mangrove Muara Tawar terletak di Kampung Palajaya, Desa Segarajaya, Kecamatan Tarumajaya, Kabupaten Bekasi 17218. Fasilitas yang ditawarkan mengajak pengunjung untuk menikmati suasana yang sejuk, nyaman, dan terhindar dari polusi-polusi Kota. Dalam Wisata Mangrove terdapat jembatan yang cukup terkenal disebut sebagai “Jembatan Cinta” yaitu jembatan yang panjang berukuran kurang lebih 1 kilometer. Pengunjung dapat menikmati suasana Hutan Mangrove dan air laut di pesisir wilayah Bekasi. Selain itu, pengunjung juga dapat berjalan santai sambil mengabadikan keindahan alam dengan berfoto dan melihat jajaran pohon mangrove dengan menggunakan perahu. Dengan membayar perahu Rp. 10.000,- pengunjung dapat diantarkan ke Sungai Rindu. Di Sungai tersebut pengunjung dapat menikmati jajaran hutan mangrove yang lebih rimbun dan lebat. Selain itu, fasilitas lain

yang ada di wisata Mangrove Muara Tawar pengunjung dapat menikmati suasana alam dengan ditemani *live music*. Dan juga dapat menikmati kuliner dari berbagai olahan hewan laut segar yang diambil langsung dari tambaknya.

Aktivitas masyarakat yang sibuk dengan segala kegiatannya menyebabkan butuhnya suatu liburan dan udara yang segar. Terlebih polusi kota yang sudah kurang udara segar nya menyebabkan masyarakat membutuhkan udara segar. Dengan adanya wisata Mangrove membuat masyarakat dapat menikmati keindahan alam dan udara segar.

Permasalahan yang ada di wisata Mangrove Muara Tawar yaitu tidak adanya media promosi yang mempromosikan wisata tersebut. Maka dari itu kurangnya pengunjung yang datang karena tidak mengetahui akan adanya wisata Mangrove. Pengunjung mengetahui akan adanya wisata hanya dari rekomendasi orang yang pernah datang ke tempat wisata.

Berdasarkan permasalahan di atas dengan penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan jumlah pengunjung yang ada di wisata Mangrove Muara Tawar sehingga tempat wisata Mangrove ini dapat diketahui oleh orang banyak.

1.2 Identifikasi Masalah

2. Ketidaktahuan masyarakat tentang wisata Mangrove Muara Tawar yang masih tersembunyi karena belum adanya kegiatan promosi.
3. Tidak adanya media promosi untuk menarik perhatian pengunjung.
4. Pengunjung yang datang ke Mangrove Muara Tawar tidak sesuai target.

1.3 Rumusan Masalah

1. Bagaimana merancang strategi kreatif promosi program tematik Hutan Mangrove Muara Tawar di Bekasi yang tepat sesuai dengan target audience?
2. Bagaimana merancang strategi media promosi festival tematik Hutan Mangrove Muara Tawar di Bekasi yang sesuai dengan target *audience*?

1.4 Tujuan Perancangan

1. Terancangnya strategi kreatif promosi festival tematik Hutan Mangrove Muara Tawar yang ada di Bekasi yang sesuai dengan target audience.
2. Terancangnya strategi media promosi festival tematik Hutan Mangrove Muara Tawar di Bekasi yang sesuai dengan target audience.

1.5 Manfaat Perancangan

Dalam penulisan ini terdapat beberapa manfaat yaitu :

1. Bagi Akademis

Dapat menambah wawasan dan ilmu pengetahuan dibidang Desain Komunikasi Visual dalam merancang strategi promosi dengan kreatif.

2. Bagi Masyarakat

Masyarakat yang belum mengetahui wisata Hutan Mangrove Muara Tawar dapat mengetahuinya melalui media promosi yang di sampaikan.

3. Bagi Penulis dan Rekan Seprofesi

Dapat menjadi informan bagi mahasiswa DKV atau mahasiswa diluar DKV dalam merancang pengerjaan proses perancangan promosi.

1.6 Ruang Lingkup Perancangan

Ruang lingkup penelitian, penulis merancang sebuah media promosi destinasi wisata Mangrove Muara Tawar, target audiens dalam perancangan media promosi destinasi Wisata Mangrove Muara Tawar adalah masyarakat yang suka berlibur dengan keluarga yang berkisaran usia 8 – 45 tahun dan perancangan media promosi ini ditujukan di Kota Bekasi. Pengumpulan data dan perancangan media promosi destinasi Wisata Mangrove Muara Tawar berlangsung Januari sampai dengan Maret 2019, perancangan media promosi ini dilakukan karena kurangnya media promosi wisata oleh dinas terkait untuk

mempromosikan wisata yang ada di Kabupaten Bekasi, serta berdasarkan latar belakang permasalahan, penulis menemukan solusi untuk memecahkan masalah yang terjadi yaitu dengan membuat sebuah perancangan media promosi yang dapat melekat dengan baik dan informative kepada target audiens sehingga tepat sasaran.

1.7 Metode penelitian

Penulis menggunakan metode kualitatif seperti pada buku penelitian *Research Design*, Suatu fenomena yang berusaha membangun penelitian kualitatif serta pandangan dari para ahli. (Creswell, 2009:28)

1. Observasi

Penulis terjun langsung ke lapangan untuk mencari informasi atau data terhadap penelitian. Fenomena yang sedang berlangsung sebagai pengamatan penulis untuk mencatat dengan sistematis dapat disebut juga sebagai metode observasi.

2. Kuesioner

Yaitu memperoleh data dengan menyebarkan kuesioner kepada masyarakat yang masuk kedalam segmentasi perancangan. Dalam hal ini penulis menyebarkan ke pengunjung Kota Bekasi dan mencari informasi tentang sejauh mana pengetahuan mereka tentang wisata alam Hutan Mangrove Muara Tawar yang ada di Kabupaten Bekasi.

3. Wawancara

pengumpulan ini merupakan data pertanyaan dan jawaban kepada narasumber yang terlibat dalam tugas akhir ini, seperti wawancara kepada pengelola tempat wisata alam Hutan Mangrove Muara Tawar, dan pihak lainnya.

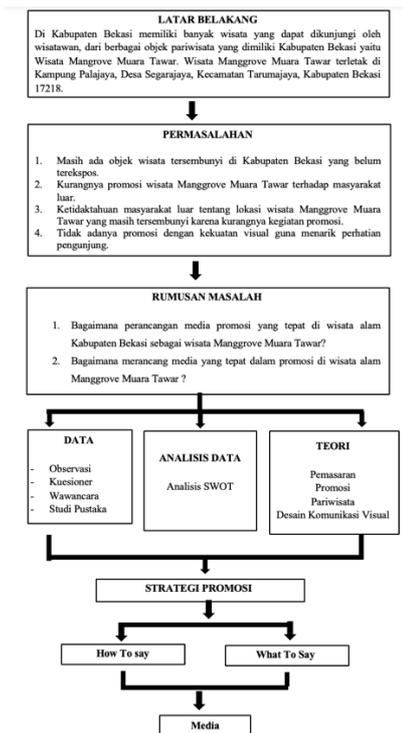
pengumpulan ini merupakan data pertanyaan dan jawaban kepada narasumber

4. Studi Pustaka

pengumpulan data permasalahan dari judul penulis merupakan sebuah jenis penelitian yang dilakukan dengan judul yang penulis buat.

1.8 Kerangka Berfikir

Kerangka berfikir merupakan alur dari proses penelitian perancangan dalam membuat strategi media promosi serta informasi bagi Wisata Alam Hutan Mangrove Muara Tawar Bekasi. Berikut ini merupakan gambaran kerangka berfikir :



Bagan 1.1 Kerangka Berfikir

Sumber : Data Pribadi

1.9 Pembabakan

1.9.1 Bab I Pendahuluan

Mengkaji latar belakang penulis tentang strategi promosi dan strategi kreatif kepada Wisata Alam Hutan Mangrove Muara Tawar Bekasi untuk memberitakukan tempat wisata kepada masyarakat serta meningkatkan jumlah pengunjung.

1.9.2 Bab II Dasar Pemikiran

Menjelaskan tentang teori Pariwisata, promosi, komunikasi, warna, tipografi, dan lainnya. Sehingga dapat memudahkan perancangan.

1.9.3 Bab III Data dan Analisis Masalah

a. Data

Menjelaskan data tentang wisata alam Hutan Mangrove Muara Tawar dan melalui teknik pengumpulan data yang meliputi wawancara, penyebaran kuisisioner, dan studi pustaka sehingga menjadi data yang lengkap dan valid.

b. Analisa

Menganalisa data-data yang sudah didapatkan sebelumnya untuk ditemukan pemecahan masalahnya

1.9.4 Bab IV Konsep dan Hasil Perancangan

Menjelaskan tentang konsep Promosi yang kreatif dan efektif. Menjelaskan konsep desain yang ingin dirancang dan memperlihatkan hasil akhir desain yang dirancang melalui media-media yang telah ditentukan.

1.9.5 Bab V Penutup

Menjelaskan tentang kesimpulan serta saran tentang penulisan yang penulis buat