

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan negara kesatuan dengan berbagai suku dan budaya, dengan bentang wilayah Indonesia yang luas yaitu dari Aceh hingga Papua yang membuat Indonesia memiliki begitu banyak keanekaragaman yang mewarnai dan menjadi daya tarik Indonesia. Papua yang merupakan pulau paling timur di Indonesia dikenal sebagai provinsi yang kental akan budayanya, selain itu juga Papua memiliki banyak potensi baik dari segi pariwisata dan juga sumber daya alamnya. Dari segi pariwisata, destinasi alam yang terkenal yaitu Raja Ampat di Sorong. Padahal, banyak tempat di Papua yang menawarkan keindahan alam seperti teluk Cendrawasih di Nabire, Puncak Jaya di Jayawijaya Wamena, Danau Sentani di Kabupaten Jayapura dan berbagai kota lain yang memiliki keindahan alam yang masih alami. Selain itu, Papua tidak hanya menawarkan keindahan alamnya saja, melainkan juga menawarkan wisata lain seperti wisata kuliner dan juga wisata budaya, wisata budaya ini dikemas oleh pemerintah dalam sebuah rangkaian kegiatan festival budaya yang dibuat pemerintah yaitu Festival Lembah Baliem, Festival Budaya Asmat, Festival Teluk Humboldt dan juga salah satunya yaitu Festival Danau Sentani.

Festival ini diadakan pada sekitar akhir bulan Juni di Sentani Timur di Kab. Jayapura tepatnya di kawasan wisata Khalkote. Festival Danau Sentani ini merupakan salah satu kegiatan tahunan yang merupakan upaya pemerintah untuk mewujudkan pembangunan pariwisata yang bertumpu pada kekayaan alam dan budaya masyarakat setempat. Selain sebagai upaya pemerintah untuk mewujudkan pembangunan pariwisata di Kabupaten Jayapura, festival yang awalnya dibuat sebagai pesta rakyat ditahun 2008 ini menjadi salah satu festival yang memiliki pengaruh dalam peningkatan perekonomian masyarakat yang tinggal disekitar Danau Sentani, salah satunya yaitu penduduk yang tinggal di kampung Asei Besar. Asei Besar adalah salah satu kampung yang terletak dipinggir danau Sentani yang dimana penduduk Asei Besar rata-rata memiliki profesi sebagai nelayan dan juga pengerajin lukisan diatas media kulit kayu atau yang biasa disebut dengan Khombow.

Dikutip dalam salah satu artikel di website Kementerian Pariwisata, George Awi yang merupakan kepala Dinas Pariwisata Kota Jayapura yang menjabat pada tahun 2013 menjelaskan bahwa Festival Danau Sentani ini menjadi salah satu event yang mengenalkan kerajinan khombow yang dulunya belum dikenal oleh wisatawan mancanegara, sehingga

saat ini kerajinan khombow ini mulai diminati dan dicari oleh wisatawan mancanegara hingga banyak wisatawan yang datang berkunjung ke Asei Besar untuk menyaksikan proses pembuatan Khombow dan berdampak juga pada peningkatan penghasilan penduduk Asei Besar. (Puskompublik, www.kemenpar.go.id pada 11 Juni 2013)

Selain itu juga, pada wawancara yang dilakukan dengan bapak Chris Kores Tokoro selaku Kepala Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Jayapura yang menjabat pada tahun 2017 menjelaskan bahwa Festival Danau Sentani ini memiliki dampak yang besar dalam pemasukan pada FDS tahun 2015 mencapai 8 miliar dan meningkat pada FDS tahun 2016 menjadi 11 miliar. (Purnama Harry, www.venuemagz.com pada 13 Juni 2017)

Dengan menyongsong moto “Kenambai Umbai” yaitu “satu utuh ceria berkarya meraih kejayaan”, Kegiatan dalam festival ini akan diisi dengan pembukaan yaitu tari-tarian adat diatas beberapa perahu yang jarang diperlihatkan selain di festival ini, tarian perang khas Papua sekaligus upacara adat penobatan ondoafi yang merupakan penobatan kepala suku, ada juga lomba-lomba seperti Suling Tambur, Sosio Drama, Folk Song, Dayung perahu IFA, Dayung Tradisional Beregu Putra dan Putri, Panahan Tradisional, Tari Yosim Pancar, dan juga produk-produk unggulan daerah seperti coklat, kopi, batik Papua, lukisan-lukisan diatas media kulit kayu, tas noken yang merupakan tas rajutan dari akar pohon, kalung-kalung dari tulang dan gigi hewan serta kuliner khas Papua seperti kue sagu dan Papeda.

Tetapi, berdasarkan data yang diperoleh dari Dinas Pariwisata Kabupaten Jayapura menjelaskan bahwa Festival Danau Sentani berperan banyak dalam menyumbang angka wisatawan ke Kabupaten Jayapura sebanyak kurang lebih 53% dari total pengunjung wisatawan ke Kabupaten Jayapura setiap tahunnya. Dimana jumlah pengunjung Festival Danau Sentani pada tahun 2018 menurun dibandingkan jumlah pengunjung Festival Danau Sentani pada tahun 2017 dari jumlah pengunjung sebanyak 62.425 orang menjadi 38.640. Dalam jumlah pengunjung tersebut tercatat bahwa wisatawan nusantara sebanyak 166 orang dan wisatawan mancanegara sebanyak 350 orang, dimana angka wisatawan nusantara dan mancanegara yang berkunjung di Festival Danau Sentani ini masih sangat jauh dari target pemerintah yang menargetnya wisatawan nusantara dan wisatawan mancanegara masing-masing sebanyak 1000 orang pengunjung. Dengan jumlah pengunjung yang ditargetkan pemerintah setiap tahunnya diharapkan dapat berpengaruh terhadap naiknya perekonomian masyarakat sekitar dan juga meningkatnya jumlah pendapatan daerah ketika Festival Danau Sentani berlangsung, selain pengembangan acara

yang lebih baik, kurangnya media promosi juga menjadi salah satu faktor yang akan difokuskan pemerintah untuk mempromosikan kegiatan Festival Danau Sentani ini.

Berdasarkan uraian diatas mengenai target pengunjung Festival Danau Sentani, penulis tertarik untuk menjadikan Festival Danau Sentani menjadi objek penelitian dalam Tugas Akhir yang outpunya berupa perancangan media promosi Festival Danau Sentani 2020 yang diharapkan dapat meningkatkan angka pengunjung wisatawan lokal dan wisatawan mancanegara ke Festival Danau Sentani sesuai yang diinginkan oleh pemerintah dalam upaya peningkatan perekonomian masyarakat di sekitar Danau Sentani, peningkatan angka wisatawan ke Kabupaten Jayapura dan memenuhi target pemerintah daerah, yang dimana penulis akan memanfaatkan perkembangan teknologi saat ini untuk membantu penyebaran promosi dan menggunakan media cetak dan media digital untuk untuk membuat promosi Festival Danau Sentani, penulis juga akan menargetkan wisatawan beusia 19-35 Tahun dimana umur ini seperti yang dikatakan Kementrian Komunikasi dan Informasi, bahwa usia tersebut adalah usia yang hidup dan tumbuh kembangnya bersama teknologi.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian diatas, terdapat beberapa identifikasi masalah, yaitu:

- a. Pengunjung Festival Danau Sentani yang masih belum mencapai target pemerintah.
- b. Belum adanya media promosi yang efektif untuk mempromosikan Festival Danau Sentani.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah diatas dapat dirumuskan pertanyaan terkait yaitu “Bagaimana merancang media promosi Festival Danau Sentani 2020 yang tepat sebagai upaya untuk meningkatkan perekonomian masyarakat sekitar dan angka pengunjung wisatawan lokal dan wisatawan mancanegara ke Festival Danau Sentani?”.

1.4 Ruang Lingkup

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis membatasi atau memfokuskan masalah yang terkait dengan perancangan media promosi Festival Danau Sentani dengan tujuan

untuk menghindari kesalahpahaman dan meluasnya masalah yang diteliti penulis, ruang lingkup dalam penelitian ini terfokus pada:

1.4.1 Apa

Festival Danau Sentani merupakan salah satu dari beberapa festival budaya yang diadakan pemerintah. Festival ini berisi tari-tarian adat khas Papua, penobatan ondoafi, produk-produk unggulan daerah di Papua seperti coklat, kopi, batik Papua, lukisan-lukisan diatas media kulit kayu, tas noken yang merupakan tas rajutan dari akar pohon, kalung-kalung dari tulang dan gigi hewan, dan juga kuliner khas Papua seperti kue sagu dan papeda.

1.4.2 Bagaimana

Merancang media promosi *above the line* dan *below the line* mengenai Festival Danau Sentani yang akan dikemas dengan beberapa unsur budaya Papua berdasarkan analisis dari data-data yang dikumpulkan.

1.4.3 Tempat

Pengumpulan data dilakukan di Kabupaten Jayapura dan perancangan dilakukan di Bandung.

1.4.4 Waktu

Pengumpulan data dilakukan mulai pada Januari hingga April 2019. Sedangkan proses perancangan dilakukan mulai pada bulan April hingga Juli 2019.

1.5 Tujuan Perancangan

Dari pernyataan diatas, dapat disimpulkan bahwa tujuan dari perancangan tugas akhir ini adalah : Membuat media promosi Festival Danau Sentani 2020 yang tepat sebagai upaya untuk meningkatkan perekonomian masyarakat sekitar dan angka pengunjung wisatawan lokal dan wisatawan mancanegara ke Festival Danau Sentani??".

1.6 Metode Pengumpulan Data dan Analisis

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

Dalam perancangan tugas akhir ini, metode pengumpulan data yang digunakan oleh penulis antara lain:

a. Data Primer

1. Wawancara

Slamet (2011) menjelaskan bahwa wawancara merupakan suatu cara yang digunakan untuk memperoleh informasi melalui kegiatan interaksi sosial antara peneliti dengan yang diteliti.

Sugiyono (2013) menjabarkan wawancara kedalam beberapa macam yaitu:

- a. Wawancara terstruktur, yaitu wawancara yang berisi sejumlah pertanyaan yang telah direncanakan sebelumnya
- b. Wawancara semistruktur, yaitu wawancara yang sekuensi pertanyaan tidaklah sama pada setiap partisipan, bergantung pada proses wawancara dan jawaban tiap individu.
- c. Wawancara tidak berstruktur, wawancara ini biasa disebut wawancara mendalam dimana ini biasanya diikuti oleh suatu kata kunci, agenda atau daftar topik yang akan dicakup dalam wawancara.

Wawancara dengan Pemerintah dan Dinas Pariwisata Kabupaten Jayapura yang mana merupakan penanggung jawab dan pihak penyelenggara Festival Danau Sentani. Wawancara ini berlangsung dengan Kepala Dinas Pariwisata Kab. Jayapura bapak Benyamin Yansetow S.E, M.Par. pada tanggal 7 Januari 2019 yang berlokasi di kantor Dinas Pariwisata Kab. Jayapura pada sekitar pukul 10.00.

2. Kuisisioner

Soewardikoen (2013:35) mengatakan bahwa “kuisisioner adalah sebuah angket yang berisi daftar pertanyaan mengenai suatu hal atau dalam suatu bidang yang harus diisi responden”.

Suyano dan Satinah (2005) menjelaskan bahwa “kuisisioner berisi daftar pertanyaan terstruktur dengan alternatif jawaban yang teredia, sehingga responden tinggal memilih jawaban sesuai dengan aspirasi, persepsi, sikap, keadaan, atau pendapat pribadinya”.

Kuisisioner dibagikan kepada responden dengan rentang umur 17-40 tahun untuk melihat dan mengetahui sampai mana media promosi Festival Danau Sentani telah dibuat dan menjadi data yang akan dianalisis untuk melihat apa yang harus

diperbaiki dan ditingkatkan dari promosi yang telah dibuat untuk kegiatan tahun sebelumnya.

3. Observasi

Supradi (2016) mengatakan bahwa metode observasi merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengamati dan mencatat secara sistematis gejala-gejala yang diselidiki.

Guba dan Lincoln (1981) observasi dilakukan untuk memperoleh gambaran suatu peristiwa atau kejadian untuk menjawab pertanyaan penelitian.

Metode observasi ini dilakukan dengan melakukan pengumpulan data dengan pengamatan langsung terhadap objek wisata di Khalkhote yang merupakan tempat pelaksanaan kegiatan Festival Danau Sentani dengan tujuan untuk memperoleh informasi yang sesuai dengan kondisi yang sebenarnya. Observasi ini dilakukan pada 27 Desember 2018 dan 13 Januari 2019, berlangsung pada sekitar pukul 13.00 hingga 14.00.

b. Data Sekunder

1. Studi Pustaka

Hartono dan Datu (2000) Studi pustaka adalah suatu karangan ilmiah yang berisi pendapat berbagai pakar mengenai suatu masalah, yang kemudian di telaah dan dibandingkan dan ditarik kesimpulannya.

Metode Pengumpulan data dengan membaca buku referensi-referensi yang sesuai dengan pembahasan materi penelitian dan juga dari berbagai macam referensi media daring yang sekiranya berhubungan dengan penelitian.

2. Dokumentasi

Louis Gottschalk (1986) menyatakan dokumen dalam pengertiannya yang lebih luas berupa setiap proses pembuktian yang didasarkan atas jenis sumber apapun, baik itu yang bersifat tulisan, lisan, gambaran atau arkeologis

Faisal (1990) mengatakan data berupa dokumen seperti ini bisa dipakai untuk menggali informasi yang terjadi di masa silam. Sugiyono (2008) antara lain a) berbentuk tulisan seperti: catatan harian, life histories, ceritera, biografi, peraturan, kebijakan b) berbentuk gambar, seperti foto, gambar hidup, sketsa dan lainnya c.) karya berbentuk tulisan, seperti: karya seni berupa gambar, patung, film dan lainnya.

1.6.2 Metode Analisis Data

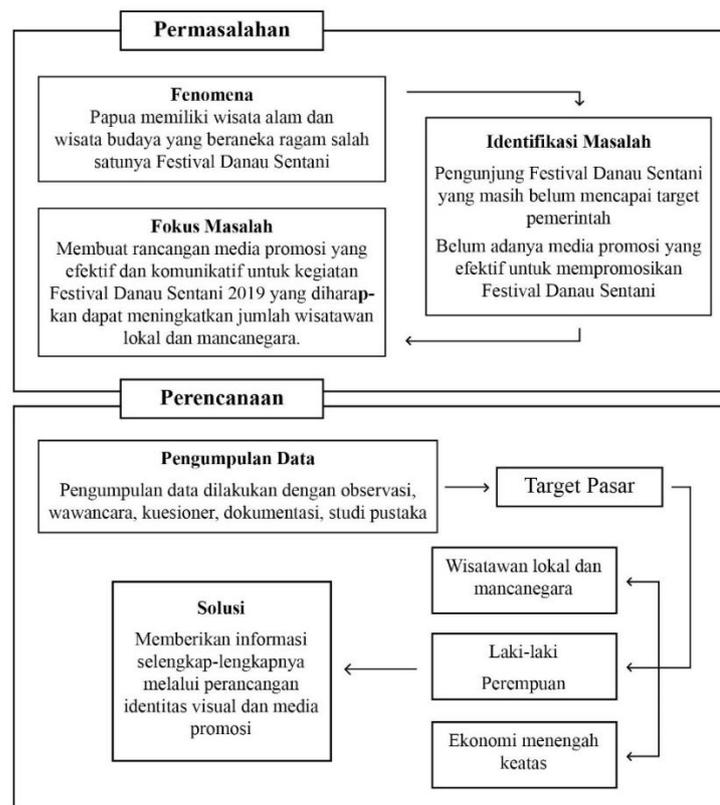
Matriks Perbandingan

Rohidi (2011:247-249) Menjelaskan alat yang rapi baik bagi pengelolaan informasi maupun analisis adalah matriks. Sebuah matriks akan memuat kolom dan baris, yang memunculkan dua dimensi yang berbeda, konsep atau seperangkat informasi. Matriks juga sangat berguna untuk membuat perbandingan seperangkat data, misal mengidentifikasi perbedaan dan persamaan data dalam penelitian

Soewardikoen (2013:60) mengatakan bahwa pada prinsipnya analisis matriks adalah *juxtaposition* atau membandingkan dengan cara menjajarkan

1.7 Kerangka Penelitian

Kerangka perancangan berikut ini adalah serangkaian alur yang mendeskripsikan tentang rencana tahap dari proses perancangan dan media promosi Festival Danau Sentani. Berikut adalah bagan dari kerangka perancang :



Gambar 1.1 Skema Perancangan

(Sumber : F. Maharah, 2019)

1.8 Skema Perancangan

BAB 1 PENDAHULUAN

Pada bab pendahuluan akan berisi mengenai latar belakang masalah yaitu berupa penjelasan mengenai Festival Danau Sentani dengan beberapa data pendukung, permasalahan yang ada dalam pariwisata Festival Danau Sentani beserta solusi untuk mengatasi permasalahan, ruang lingkup penelitian, tujuan dari penelitian, metode pengumpulan data dan skema perancangan Tugas Akhir.

BAB II DASAR PEMIKIRAN

Bab dasar pemikiran akan menjelaskan dasar pemikiran dari teori-teori yang relevan untuk digunakan sebagai acuan untuk proses penelitian dan perancangan, meliputi teori promosi, komunikasi pemasaran terpadu, teori AISAS,

BAB III DATA DAN ANALISIS DATA

Uraian pada bab ini adalah berupa data-data yang diperoleh melalui hasil observasi langsung, wawancara mendalam, studi pustaka dan kuisisioner secara terstruktur berdasarkan teori yang telah dibahas di BAB II

BAB IV KONSEP DAN HASIL RANCANGAN

Bab ini akan memaparkan berbagai konsep yang terdiri dari konsep pesan (ide besar), konsep kreatif (pendekatan), konsep media (media yang akan digunakan) dan konsep visual yang digunakan untuk pengaplikasian perancangan media promosi.

BAB V PENUTUP

Bagian ini akan menjelaskan tentang kesimpulan dari perancangan yang telah dilakukan yang sesuai dengan tujuan perancangan serta saran dan penutup yang terdiri dari elaborasi rangkuman di BAB IV untuk menjawab rumusan masalah dan tujuan perancangan pada BAB I