

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia memiliki beragam destinasi wisata alam yang sangat menarik untuk dikunjungi. Salah satunya ialah wisata pantai yang merupakan pilihan yang tepat untuk melepas penat bagi wisatawan dari Indonesia maupun wisatawan mancanegara. Banyaknya destinasi pantai yang tersebar luas dengan kekayaannya seperti pantai 3 Warna, pantai Sendiki, pantai Banyu Anjlok dan pantai Ngliyep yang cukup memiliki nama di kota Malang. Maka, objek wisata di Malang, Jawa Timur cukup terkenal dengan keindahan pantainya. Pada tahun 2016, terdapat informasi data pengunjung yang berwisata pantai terkenal di Malang sebesar 28.663 wisatawan, kemudian pada tahun 2017 jumlah pengunjung mengalami kenaikan sebanyak 4,7% yakni berjumlah 30.000 wisatawan dan kenaikan sebanyak 0,4% terjadi pada tahun 2018 tercatat 30.123 wisatawan. Hal tersebut menunjukkan adanya kenaikan dari wisatawan pada tahun 2016 hingga 2018, namun Ahmad Faiz selaku Direktur PD Jasa Yasa Kabupaten Malang mengatakan bahwa target kesuksesan pengunjung jika menyentuh angka 10% kenaikan pertahunnya. Made Arya Wedhantara selaku Kepala Dinas Kebudayaan dan Pariwisata (*Disbudpar*) mengemukakan bahwa ia sangat optimis terhadap peningkatan wisatawan pantai dan dapat meningkatkan perekonomian masyarakat sekitar.

Maraknya fenomena desa wisata saat ini, beberapa desa yang mengangkat objek wisata, salah satunya ialah desa wisata Pujiharjo yang memperkenalkan pantai Sipelot yang berlokasi di Desa Pujiharjo, Kecamatan Tirtoyudo, Kabupaten Malang Jawa Timur. Jarak yang ditempuh jika ingin berwisata ke pantai Sipelot dari arah Kota Malang ialah 75km dengan menggunakan jalur darat. Akses untuk menuju lokasi dengan beberapa jalan sudah beraspal, namun juga banyak jalan berbatu yang terjal serta berkelok- kelok menjadikan sensasi tersendiri bagi pengendara yang ingin berkunjung. Terdapat papan petunjuk yang cukup jelas yang dibantu dengan aplikasi maps untuk lebih mempermudah perjalanan, selain itu pada situasi jalan menuju pantai Sipelot belum terlalu ramai hanya dikelilingi rumah penduduk yang tinggal di desa Pujiharjo. Pantai Sipelot sangat berpotensi untuk dijadikan objek wisata yang dapat dikembangkan. Desa wisata Pujiharjo telah melakukan promosi berupa website yang dapat diakses oleh para calon pengunjung untuk mendapatkan beberapa informasi

mengenai pantai Sipelot, peran aktif masyarakat dalam gerakan desa wisata Pujiharjo ini ialah membuat video mengenai objek wisata desa Pujiharjo tentang pantai Sipelot yang diunggah pada *Instagram* resmi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata (*Disbudpar*) Kabupaten Malang, Made Arya Whedantara yang mengatakan bahwa video tersebut merupakan kreativitas dari masyarakat desa Pujiharjo yang mempermudah dalam promosi pantai Sipelot, beliau juga menambahkan bahwa desa Pujiharjo tidak hanya memiliki potensi pada keindahan alam nya, tetapi juga potensi pada sumber daya manusia nya. Pantai Sipelot telah dikomersilkan oleh Desa Wisata Pujiharjo, namun memang belum dipublikasikan dan belum terdaftar secara resmi pada website *Disbudpar*, hal tersebut membuat keberadaan pantai ini masih sepi pengunjung dibandingkan dengan pantai- pantai terkenal lainnya. Keterangan menurut bapak Admojo selaku pengelola desa wisata Pujiharjo memberitahu bahwa adanya kenaikan pengunjung sekitar 200 orang pertahun setelah terdapat website yang dibuat oleh desa wisata Pujiharjo. Laman website tersebut telah dikunjungi sebanyak 365 pengunjung dalam periode 11 bulan setelah dibuat pada bulan Februari 2018. Bagi mayoritas orang saat mendengar kata pantai mungkin hanya terpikirkan air laut dan pasir. Saat mewawancarai bapak Admojo mengatakan bahwa pantai Sipelot ini dikelilingi oleh hamparan perbukitan dan batu karang yang besar pada sisi timur dan barat, kemudian adanya coban Sipelot dengan tinggi 10m menambah nilai dan kesan yang ada pada pantai ini, karena dapat menikmati 3 pemandangan sekaligus. Pantai Sipelot merupakan objek wisata yang komplit.

Saat ini pada era globalisasi, wisatawan cenderung memakai gadget untuk mempermudah dalam berpergian, karena banyak hal yang dapat diakses dengan mudah dalam menggunakan aplikasi pada gadget. Terhitung dari data yang diambil melalui website Keminfo mengatakan bahwa jumlah pemakai gadget pada tahun 2018 sebesar 5 milyar pengguna dan Indonesia memasuki urutan ke 4 sebagai pengguna gadget terbanyak yang jumlahnya mencapai 137,4 juta pengguna dan pada urutan pertama di duduki oleh Negara Cina dengan 500juta pengguna. Sebanding dengan banyaknya pengguna gadget saat ini, pengguna media sosial seperti *Facebook*, *Instagram*, *Twitter* dan media sosial lainnya juga mewabah diseluruh dunia. Media sosial mempermudah pengguna untuk mengunggah/*upload* sebuah momen atau informasi dalam hal apapun dan dapat dibagi kepada khalayak umum. Dalam fenomena ini media sosial ikut berperan serta dan berpengaruh besar dalam sebuah promosi, salah satunya untuk mempromosikan objek wisata agar lebih mudah dikenal. Contohnya, seperti

mengunggah video promosi atau foto dengan momen saat berkunjung ke objek wisata tersebut, yang dapat menarik wisatawan lain untuk segera berwisata. Unggahan tersebut dapat disebarluaskan keseluruh dunia menggunakan media sosial, maka itu tidak hanya wisatawan lokal, namun wisatawan mancanegara juga dapat mengakses informasi mengenai objek wisata yang akan dikunjungi.

Namun minim nya informasi dan promosi melalui media sosial yang dilakukan, hal tersebut mendorong penulis untuk membuat promosi dengan menggunakan media utama yakni media sosial terhadap pantai Sipelot mengenai objek wisata yang terdapat disana dan mengajak kerjasama masyarakat desa wisata Pujiharjo untuk lebih memperkenalkan objek wisata di pantai Sipelot kepada masyarakat lokal dan juga masyarakat luas. Diperlukan juga media pendukung sebagai sarana promosi yang akan digunakan diantaranya adalah *X-banner*, brosur, *flyer*, poster, dan merchandise.

1.2 Identifikasi Masalah

1. Kurangnya pengunjung di Pantai Sipelot
2. Banyak wisatawan belum mengetahui pantai Sipelot
3. Pantai Sipelot belum dipublikasikan oleh Disbudpar secara optimal
4. Wisatawan saat ini bergantung dengan gadget
5. Minim nya informasi dan kurang promosi pantai Sipelot pada media sosial

1.3 Rumusan Masalah

Bagaimana merancang promosi agar meningkatkan jumlah pengunjung ke pantai Sipelot?

1.4 Fokus

Untuk memberikan informasi mengenai pantai Sipelot bagi wisatawan lokal dan mancanegara:

1. Apa? (*What*)
Penulis akan fokus membahas tentang promosi yang akan digunakan untuk menarik pengunjung wisatawan lokal dan mancanegara.
2. Kapan? (*When*)
Kegiatan dimulai dari bulan Januari 2019 hingga bulan Juni 2019.
3. Dimana? (*Where*)

Lokasi yang akan diobservasi berada di pantai Sipelot, Desa Pujiharjo, Kec. Tirtayudo, Kab. Malang, Jawa Timur.

4. Siapa? (*Who*)

Narasumber yang akan diwawancarai berikut ialah warga sekitar, petugas Dinas Pariwisata yang berkerja di pantai Sipelot serta wisatawan yang berkunjung ke objek wisata tersebut.

5. Kenapa? (*Why*)

Karena banyak masyarakat yang belum mengetahui objek wisata yang berada di pantai Sipelot.

6. Bagaimana? (*How*)

Penulis akan melakukan metode pengumpulan data dengan menggunakan kuisisioner, wawancara, dan observasi secara langsung serta melakukan analisis dengan menggunakan STP dan matrix perbandingan untuk mendapatkan data yang mumpuni.

1.5 Tujuan Perancangan

Tujuannya ialah untuk membuat pantai Sipelot menjadi terkenal dan meningkatkan pengunjung pantai Sipelot sesuai dengan target yang ditentukan.

1.6 Metode Pengumpulan Data dan Analisis

Adapun beberapa metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian tugas akhir, antara lain:

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

a. Primer

1) Kuesioner

Menurut Sekaran (2013:252) kuesioner merupakan satu set dari pertanyaan yang dirancang dan yang nantinya akan dijawab oleh responden sebagai sebuah sampel, biasanya dalam pertanyaan berupa alternative yang diartikan dengan jelas. Peneliti menentukan ukuran sampel harus 100 atau lebih besar.

2) Observasi

Jalaludin Rakhmat (2009:83) berpendapat bahwa observasi ialah serangkaian perilaku dan suasana yang menyangkut dengan hal tertentu

sesuai dengan tujuan – tujuan empiris. Observasi yang dilakukan sesuai dengan ketentuan yang telah dibuat dalam penelitian

3) Wawancara

Wawancara adalah pertemuan dua belah pihak untuk saling bertukar informasi melalui sesi tanya jawab, guna untuk mengkonstruksikan makna dalam topik tertentu, Sugiyono (2011:48). Penulis akan mewawancarai pihak yang bersangkutan dalam penelitian yang akan dibuat seperti pengelola pantai, pengunjung pantai dan warga sekitar.

b. Sekunder

1) Studi Pustaka

Sarwono (2006:31) mengemukakan bahwa studi pustaka ialah metode yang dilakukan untuk mencari informasi melalui referensi yang didapat lewat buku, majalah, koran, dan literatur lainnya dengan tujuan untuk membuat dasar pemikiran.

1.6.2 Metode Analisis

Adapun beberapa metode analisis yang digunakan dalam penelitian tugas akhir, antara lain:

a. Segmenting

Menurut Eric Berkowitz (2014:57) segmentasi ialah kegiatan membagi suatu pasar ke dalam sebuah kelompok – kelompok yang lebih homogen diantaranya memiliki kebutuhan yang sama dan memberikan timbal balik kepada suatu hal tertentu.

b. Targetting

Target pasar ialah suatu hal yang dilakukan dengan memfokuskan kegiatan dan promosi dari pemilihan satu atau beberapa segmentasi konsumen, Morris (2010:70).

c. Positioning

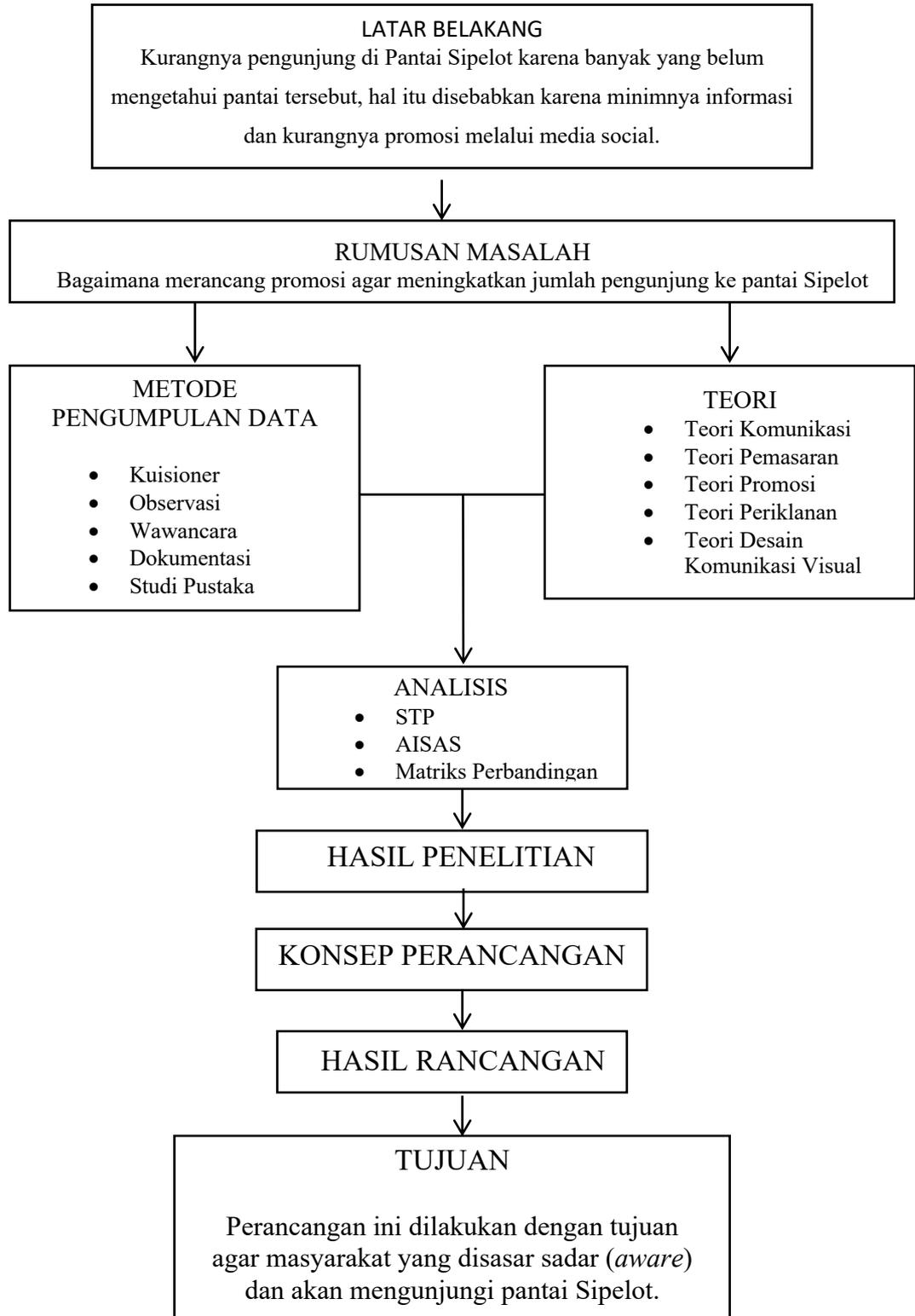
Positioning merupakan perencanaan matang dalam strategi komunikasi yang berkaitan dengan bagaimana khalayak menempatkan suatu produk di dalam benaknya, sehingga khalayak memiliki penilaian tersendiri, Morris (2010:72).

d. Matriks Perbandingan

Matriks perbandingan merupakan sebuah analisis yang memberikan informasi berdasarkan tema, kategori, dan pola. Pada baris pertama data yang tertera berupa karya visual yang sudah dianalisis, terdapat beberapa kolom yang diperbandingkan (Soewardikoen, 2013:5).

1.7 Kerangka Penelitian

Berikut ialah kerangka dari perancangan yang akan dibuat pada penelitian ini:



Gambar 1.1 Bagan Struktur Perancangan

1.8 Pembabakan

Laporan ini terdiri dari beberapa bab dalam susunan seperti berikut:

BAB I. PENDAHULUAN

Bab ini terdiri dari latar belakang, permasalahan, fokus, tujuan, metode pengumpulan data, metode analisis serta kerangka penelitian, hal tersebut merupakan tahap awal yang dilakukan dalam melaksanakan perancangan.

BAB II. LANDASAN TEORI

Bab ini berisikan tentang teori – teori dasar yang diambil untuk menjadi referensi dan panduan dalam penelitian tugas akhir.

BAB III. DATA DAN ANALISIS

Bab ini akan menjabarkan data yang telah didapat dengan menggunakan metode penelitian dan dilengkapi dengan analisis data menggunakan STP, AISAS dan matriks perbandingan yang telah dilakukan untuk menjadi pedoman pada tahap selanjutnya.

BAB IV. PERANCANGAN & HASIL

Bab ini berisi tentang perancangan dan hasil rancangan objek yang dilakukan setelah melakukan penelitian dengan menggunakan analisis STP, AISAS dan matriks perbandingan, serta observasi yang dilakukan di lapangan secara langsung.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini akan diisi setelah sidang selesai dan penulis telah memperbaiki laporan tugas akhir sesuai dengan revisi yang telah diberitahukan. Berisikan kesimpulan dan saran yang direkomendasikan dari penguji.