

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri Pariwisata pada saat ini merupakan salah satu sektor industri yang berkembang dan memiliki potensi yang besar bagi Negara Indonesia, potensi tersebut di dukung oleh sumber daya manusia dan sumber daya alam kedua hal tersebut di dukung oleh luas wilayah serta keberagaman yang di miliki Indonesia. Hal tersebut kemudian dapat menjadi daya tarik wisatawan nusantara maupun wisatawan mancanegara. Sumber daya alam yang menjadi unggulan Kabupaten Pulau Morotai antara lain objek wisata pantai dan bahari. Oleh sektor pariwisata mempunyai peranan besar terhadap peningkatan pembangunan ekonomi di Kabupaten Pulau Morotai yang di dukung dengan sumber daya pantai-pantai dan kepulauan yang masih sangat alami seperti pulau Dodola, pantai Nunuhu dan lain sebagainya serta kebudayaan dan adat yang masih melekat di kehidupan masyarakat Kabupaten Pulau Morotai.

Dengan geografi maritim kepulauan, Kabupaten Pulau Morotai menjadi salah satu daerah yang memiliki banyak destinasi wisata alam. Didata oleh *ksmtour* tercatat ada 5 destinasi pariwisata yang sudah tercatat di provinsi maluku utara, salah satunya adalah pulau morotai pada urutan ketiga.

Dikutip dari Kementrian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf.go.id) pada tahun 2019, bahwa peranan sektor pariwisata nasional semakin penting sejalan dengan perkembangan dan kontribusi yang diberikan sektor pariwisata melalui penerimaan devisa, pendapatan daerah, pengembangan wilayah, maupun dalam penyerapan investasi dan tenaga kerja serta pengembangan usaha yang tersebar di berbagai pelosok wilayah di Indonesia. Melalui mekanisme tarikan dan dorongan terhadap sektor ekonomi lain yang terkait dengan sektor pariwisata, seperti hotel dan restoran, angkutan, industri kerajinan dan lain-lain. Melalui *multiplier effect*-nya, pariwisata dapat dan mampu mempercepat pertumbuhan ekonomi dan penciptaan lapangan kerja. Itulah mengapa, percepatan pertumbuhan ekonomi dan penciptaan lapangan kerja yang lebih luas dapat dilakukan dengan mempromosikan pengembangan pariwisata.

Dalam mewujudkan target Dinas Pariwisata Kabupaten Pulau Morotai dalam merancang visi dan misi yaitu mengenai Meningkatkan pemasaran destinasi pariwisata dan kebudayaan dengan meningkatkan pemanfaatan kemajuan IPTEK dalam pembangunan kebudayaan dan pariwisata Kabupaten Pulau Morotai tetapi sampai saat ini kegiatan dan penggunaan media promosi berbasis IPTEK dalam mempromosikan Kabupaten Pulau Morotai masih belum maksimal sehingga masih banyak yang belum mengenal Kabupaten Pulau Morotai dan potensi pariwisata Kabupaten Pulau Morotai. Maka dari itu perlu adanya pembaharuan strategi promosi agar sesuai dengan target visi dan misi Kabupaten Pulau Morotai.

Maka dari itu, perlu adanya perancangan strategi promosi dan visualisasi pada Kabupaten Pulau Morotai sebagai bagian dari perancangan Media Promosi agar dapat memberikan *positioning* yang tepat sekaligus memiliki pondasi merek yang kuat bagi Kabupaten Pulau Morotai agar dapat dikenal luas oleh masyarakat. Selain itu dengan perancangan media Promosi Kabupaten Pulau Morotai membantu memperkuat karakter Kabupaten Pulau Morotai secara visual dan berdampak baik pada promosi Kabupaten Pulau Morotai.

Dalam memasarkan sektor pariwisata membutuhkan promosi yang kuat agar dapat menentukan *positioning* yang tepat bagi kota tersebut. Kabupaten Pulau Morotai sudah memiliki identitas visual. Namun visualisasi promosi yang dimiliki saat ini belum mencerminkan Kabupaten Pulau Morotai sepenuhnya dan tidak menggambarkan Kabupaten Pulau Morotai sebagai kota budaya dan berserjarah, selain itu sistem desain yang dimiliki Kabupaten Pulau Morotai masih sulit untuk di aplikasikan pada media promosi yang sering di gunakan yaitu fotografi, serta kurang baik dalam mempromosikan produknya dan konsistensi di setiap media online yang digunakan sebagai media promosi. Permasalahan tersebut dapat berdampak efektifitas promosi Kabupaten Pulau Morotai dan tidak memposisikan Kabupaten Pulau Morotai dengan citra yang dimiliki oleh Kabupaten Pulau Morotai. Selain itu dalam mewujudkan target Dinas Pariwisata, Kabupaten Pulau Morotai merancang visi dan misi yaitu meningkatkan kreatifitas dan mempromosikan potensi pariwisata Kabupaten Pulau Morotai dengan menjalin kerjasama dengan daerah lain baik dalam negeri maupun luar negeri.

1.2 Permasalahan

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan fenomena tersebut, masalah di identifikasikan sebagai berikut:

1. Kurangnya informasi dan promosi yang dimiliki wisata pulau morotai.
2. Berkurangnya wisatawan Pulau Morotai.
3. Menurunnya perekonomian daerah sektor pariwisata.
4. Strategi promosi destinasi pulau morotai perlu di tingkatkan.

1.2.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana rancangan strategi promosi yang tepat untuk pariwisata di Kabupaten Pulau Morotai?
2. Bagaimana rancangan visualisasi promosi yang tepat untuk pariwisata di Kabupaten Pulau Morotai?

1.3 Ruang lingkup

Dalam kaitannya dengan program studi Manajemen Desain Komunikasi Visual, maka batasan yang akan dibahas dalam Tugas Metode Penelitian ini adalah:

1. Apa : Perancangan Media promosi Pariwisata Pulau Morotai.
2. Siapa : Destinasi wisata pulau Dodola Kabupaten Morotai.
3. Dimana : Pulau Dodola, Kabupaten Morotai.
4. Kapan : Perancangan Tugas Akhir ini dilakukan sejak bulan September sampai Desember tahun 2020.
5. Mengapa : Perancangan ini di buat untuk menginformasikan dan mempromosikan Destinasi wisata pulau Dodola di Kabupaten Morotai agar lebih di kenal masyarakat dan menarik pengunjung baru untuk datang. Target dari Perancangan media promosi destinasi pariwisata Pulau Morotai, adalah pria dan wanita dewasa berkisar umur 25-50 tahun yang menyukai wisata bahari, sejarah dan budaya.
6. Bagaimana : Merancang media promosi destinasi pariwisata Pulau Morotai untuk menginformasikan dan mempromosikan objek wisata pulau Morotai, sehingga lebih di kenal masyarakat luar daerah dan menarik pengunjung untuk datang ke destinasi wisata tersebut.

1.4 Tujuan Perancangan

Berkaitan dengan permasalahan tersebut, penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mendeskripsikan strategi promosi dan visualisasi promosi yang tepat untuk pariwisata di Kabupaten Pulau Morotai.

1.5 Metode Pengumpulan Data dan Metode Analisis Data

1.5.1 Metode Pengumpulan Data

1. Wawancara

Wawancara adalah percakapan yang bertujuan, pewawancara dapat membawa pembicaraan dengan memberi pertanyaan kepada narasumber dengan tujuan bisa mendapatkan pengetahuan kepada pewawancara (Daymon dan Holloway, 2002:259). Wawancara sendiri terbagi menjadi 3, yaitu:

- a. Wawancara terstruktur

Wawancara yang dilaksanakn dengan cara menyusun atau mempersiapkan pertanyaan-pertanyaan terlebih dahulu kemudian digunakan sebagai titik acuan dalam wawancara.

- b. Wawancara semi-struktur

Wawancara yang dilakukan dengan tujuan untuk menemui permasalahan secara lebih terbuka dengan meminta ide dan pendapat dari narasumber.

c. Wawancara tidak terstruktur

Wawancara yang dilakukan dengan santai, spontan, tanpa adanya perencanaan atau menyiapkan pertanyaan, wawancara yang tidak sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya. Dengan cara ini biasanya narasumber lebih terbuka pada pewawancara

2. Kuisisioner

Kuisisioner merupakan kumpulan daftar pertanyaan mengenai suatu hal atau suatu bidang yang harus diisi secara tertulis oleh responden, atau orang yang merespon pertanyaan. Mendapatkan informasi menggunakan kuisisioner bisa didapat dengan waktu yang singkat, karena banyak orang dapat sekaligus dihubungi (Soewardikoen, 2013: 35).

3. Observasi

Observasi Merupakan sebuah metode penelitian dengan cara mengamati secara menyeluruh suatu kondisi tertentu dengan tujuan untuk mengamati dan memahami perilaku kelompok orang maupun individu pada keadaan tertentu (Wiratna, 2014:23). Pengamatan dilakukan secara langsung terhadap objek penelitian yaitu pariwisata pulau morotai untuk mendapatkan informasi mengenai logo, media promosi yang sudah ada, data tempat dan proses.

4. Studi Pustaka

Untuk mendukung penelitian ini, penulis menggunakan berbagai teori seperti promosi, teori *branding*, dsb yang didapat dari beberapa buku maupun artikel yang berhubungan dengan objek penelitian penulis.

1.5.2 Metode Analisis Data

1. Analisis Matriks

Analisis matriks prinsipnya adalah membandingkan objek visual dengan cara menjajarkan. Objek visual. Objek visual yang dijajarkan dan dinilai dengan suatu tolak ukur yang sama maka perbedaannya akan terlihat (Soewardikoen, 2013: 60).

Data visual pariwisata pulau morotai akan dibandingkan dengan beberapa pariwisata serupa, sesuai dengan teori yang digunakan.

2. Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan metode yang digunakan untuk menganalisa data dengan menghitung faktor internal yang terdiri dari kekuatan (*strength*) dan

kelemahan (*weakness*) serta faktor eksternal yang terdiri dari peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threat*) (Soewardikoen, 2013: 62).

1.6 Kerangka Pemikiran



1.7 Pembabakan

BAB I Pendahuluan

Pada bab ini dijelaskan mengenai latar belakang, permasalahan, tujuan penelitian, cara pengumpulan data dan analisis, serta kerangka pemikiran laporan penelitian dalam perancangan media promosi destinasi pariwisata Pulau Morotai.

BAB II Dasar Pemikiran

Pada bab ini akan dijelaskan mengenai dasar teori yang relevan sebagai pijakan untuk membuat laporan penelitian seperti teori brand, teori komunikasi, teori pemasaran, teori media, teori desain komunikasi visual, kerangka teori, dan asumsi perancangan media promosi pariwisata Pulau Morotai.

BAB III Data dan Analisis Data

Pada bab ini berisi tentang uraian hasil pencarian data secara terstruktur dan siap diuraikan, data pemberi proyek, obyek penelitian, khalayak sasaran, wawancara, observasi, kuesioner dan dokumentasi dalam perancangan media promosi destinasi pariwisata Pulau Morotai. Selain itu, pada bab ini juga berisi tentang analisis data menggunakan metode analisis data yang sesuai.

BAB IV Konsep Perancangan Dan Hasil Perancangan

Pada bab ini berisi tentang uraian konsep yang telah dirancang, sehingga menghasilkan sebuah rancangan yang sesuai dengan topik perancangan media promosi destinasi pariwisata Pulau Morotai.

BAB V Penutup

Pada bab ini berisi tentang kesimpulan akhir mengenai hasil dari laporan penelitian dan saran yang berkaitan dengan penulisan laporan perancangan media promosi destinasi pariwisata Pulau Morotai.