

BAB I

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang

Kota Batam merupakan salah satu kota industri dan juga kota pariwisata dikarenakan Kota Batam merupakan salah satu kota strategis. Kota Batam Berbatasan langsung dengan Singapura dan Malaysia menjadikan Kota Batam sebagai kota dengan pertumbuhan terpesat di Indonesia. Kota Batam dihuni sekitar 1.376.009 penduduk. Mayoritas penduduk bekerja sebagai karyawan industri, sehingga *weekend* merupakan waktu yang paling tepat untuk berlibur. Destinasi yang ditawarkan pun beragam mulai dari wisata alam, wisata buatan, *shopping*, dan juga kuliner.

Salah satu destinasi wisata yang dapat dikunjungi semasa liburan adalah pantai. Pantai merupakan wisata favorit untuk dikunjungi, pantai mempunyai daya tarik tersendiri di mana suasana pantai yang tenang dan damai cocok bagi wisatawan untuk memenangkan pikiran selama beraktivitas dan lelah dari pekerjaan. Namun sekarang destinasi wisata pantai telah berubah menjadi destinasi wisata pulau. Di mana destinasi wisata pulau banyak bermunculan di Kota Batam. Destinasi wisata pulau merupakan wajah baru dari destinasi pantai. Wisatawan yang berkunjung dapat menikmati berbagai fasilitas yang ditawarkan oleh destinasi pulau tersebut.

Pulau mubut darat merupakan salah satu destinasi wisata yang berada di Kota Batam tepatnya berada di kawasan Bareleng (Batam-Remapang-Galang), jembatan 4 sembulang, Kepulauan Riau. Pulau mubut dikenal menjadi 2 pulau yaitu Pulau Mubut Darat dan Pulau Mubut Laut. Pulau Mubut Darat merupakan pulau yang dituju untuk wisatawan sedangkan Pulau Mubut Laut merupakan pulau yang dihuni oleh masyarakat setempat. Jika wisatawan ingin berkunjung ke Pulau Mubut Darat dibutuhkan waktu sekitar 15 menit menggunakan kapal pompong (kapal bermesin tempel) dari pelabuhan sembulang. Wisatawan yang datang pada masa liburan atau *weekend* rata-rata 300 orang, namun untuk hari biasa tidak mencapai 50 orang.

Wisatawan yang datang rata-rata merupakan remaja dan dewasa. Wisatawan yang datang umumnya bersama dengan teman-teman dan juga keluarga.

Namun semakin berkembangnya destinasi wisata pulau, membuat Pulau Mubut Darat memiliki banyak kompetitor, Sehingga memberikan dampak kepada pengunjung yang datang ke destinasi ini. Berdasarkan data yang diperoleh dari pengelola Pulau Mubut Darat bahwa pada tahun 2019 pengunjung bisa mencapai lebih dari 30.000 pengunjung pertahun, namun pada tahun 2020 pengunjung menurun sekitar 15% dan hanya 26.000 pengunjung pertahun. bahkan kompetitor sudah gencar melakukan promosi menggunakan media sosial dan media promosi lainnya untuk meningkatkan jumlah pengunjung. Berbeda dengan Pulau Mubut Darat yang belum efektif dalam melakukan media promosi.

Dari fenomena dan masalah di atas, perancangan ini membuat Strategi Promosi Pulau Mubut Darat dengan menggunakan media sosial khususnya instagram dan facebook serta didukung dengan berbagai media promosi lainnya untuk menyelesaikan tugas akhir. Mengedepankan daya tarik yang dimiliki oleh destinasi wisata ini untuk menarik pengunjung agar tertarik untuk mengunjungi destinasi wisata Pulau Mubut Darat. Promosi media sosial akan berfokus kepada spot-spot yang dimiliki destinasi wisata Pulau Mubut Darat. Promosi yang dilakukan menggunakan media sosial dinilai efektif dikarenakan kalangan remaja dan dewasa pasti menggunakan media sosial.

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan diatas, maka identifikasi masalahnya adalah sebagai berikut:

1. Destinasi wisata memiliki persaingan yang ketat di Kota Batam.
2. Kompetitor yang sudah memiliki media sosial bahkan memiliki penyedia *tour and travel* untuk mengakses destinasi wisata tersebut.
3. Pulau Mubut Darat yang kurang dikenal oleh masyarakat.
4. Pulau Mubut Darat belum memiliki media promosi yang menarik.

1.3.Rumusan Masalah

Sesuai dengan identifikasi masalah di atas, maka dapat ditarik rumusan masalahnya sebagai berikut:

1. Bagaimana merancang strategi kreatif pesan utama pada Pulau Mubut Darat sesuai dengan target audience?
2. Bagaimana merancang strategi visual dan media promosi pada Pulau Mubut Darat sesuai dengan target audience?

1.4.Ruang Lingkup

Ruang lingkup dalam pembuatan penelitian ini adalah destinasi wisata Pulau Mubut Darat yang berada di Kota Batam dengan target audience remaja dan dewasa yang berusia antara 18-35 tahun. Destinasi wisata Pulau Mubut Darat ingin meningkatkan jumlah pengunjung destinasi wisata ini. Maka, ruang lingkup dari permasalahan ini difokuskan kepada bagaimana merancang strategi kreatif pesan utama serta strategi visual dan media promosi pada Pulau Mubut Darat yang sesuai dengan target audience.

1.5.Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian perancangan strategi promosi Pulau Mubut Darat di Kota Batam adalah sebagai berikut:

1. Perancangan strategi kreatif pesan utama pada Pulau Mubut Darat sesuai dengan target audience bertujuan untuk memberitahukan kepada target audience USP (*Unique Selling Point*) dari destinasi wisata ini.
2. Perancangan strategi visual dan media promosi pada Pulau Mubut Darat sesuai dengan target audience bertujuan untuk mempromosikan destinasi wisata Pulau Mubut Darat agar dapat meningkatkan jumlah pengunjung.

1.6.Metode Pengumpulan Data dan Analisis

Metode Kualitatif merupakan metode yang digunakan dalam penelitian ini. Menurut Strauss dan Corbin, metode kualitatif adalah jenis penelitian yang

menghasilkan data-data yang tidak dapat diperoleh dengan menggunakan cara metode kuantitatif.

1.6.1. Metode Pengumpulan Data

1. Metode Observasi

Metode Observasi merupakan salah satu cara yang dapat digunakan dalam melakukan pengumpulan data penelitian karena sifat dasar naturalistik dalam konteks natural secara wajar dalam interaksi yang dilakukan oleh pelakunya. (Supriyati, 2011:46)

Dari pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa observasi merupakan teknik pengumpulan data dengan berkontak langsung dengan destinasi wisata sehingga dapat merasakan seperti apa yang dirasakan oleh pengunjung. Observasi dilakukan dengan mendatangi destinasi wisata Pulau Mubut Darat secara langsung dengan mengamati setiap spot-spot yang ada guna mendapatkan bukti-bukti mendukung dan melengkapi hasil penelitian.

2. Metode Wawancara

Wawancara merupakan suatu metode untuk mendapatkan suatu informasi yang bersifat secara langsung dengan menyertakan berbagai pertanyaan-pertanyaan kepada narasumber. wawancara merupakan sebuah teknik dalam pengambilan data dengan menggunakan pertanyaan-pertanyaan dimana diajukan secara lisan kepada responden (Supriyati, 2011:48).

Dari pengertian di atas, dapat menyimpulkan bahwa wawancara merupakan teknik untuk mendapatkan data lebih yang hanya diketahui oleh orang-orang yang berkontak secara langsung dengan destinasi wisata tersebut. Wawancara dilakukan dengan pengelola Pulau Mubut Darat yaitu Bapak Adi untuk mendapatkan beberapa data-data yang dibutuhkan untuk penelitian.

3. Metode Studi Pustaka

Metode studi pustaka merupakan suatu metode pengumpulan data dengan mengadakan studi penelaahan (proses pengkajian) terhadap buku-buku, literatur-

literatur, catatan-catatan, dan laporan-laporan yang ada hubungannya dengan masalah yang dipecahkan. (Nazir, 1998:111).

Teori-teori didapatkan dari buku, jurnal dan referensi data dari internet yang mempunyai hubungan dengan penelitian dan juga masalah yang diangkat.

4. Metode Kuisisioner

Metode Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang didapatkan melalui cara dengan memberi beberapa pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden. (Sugiyono, 2013:199)

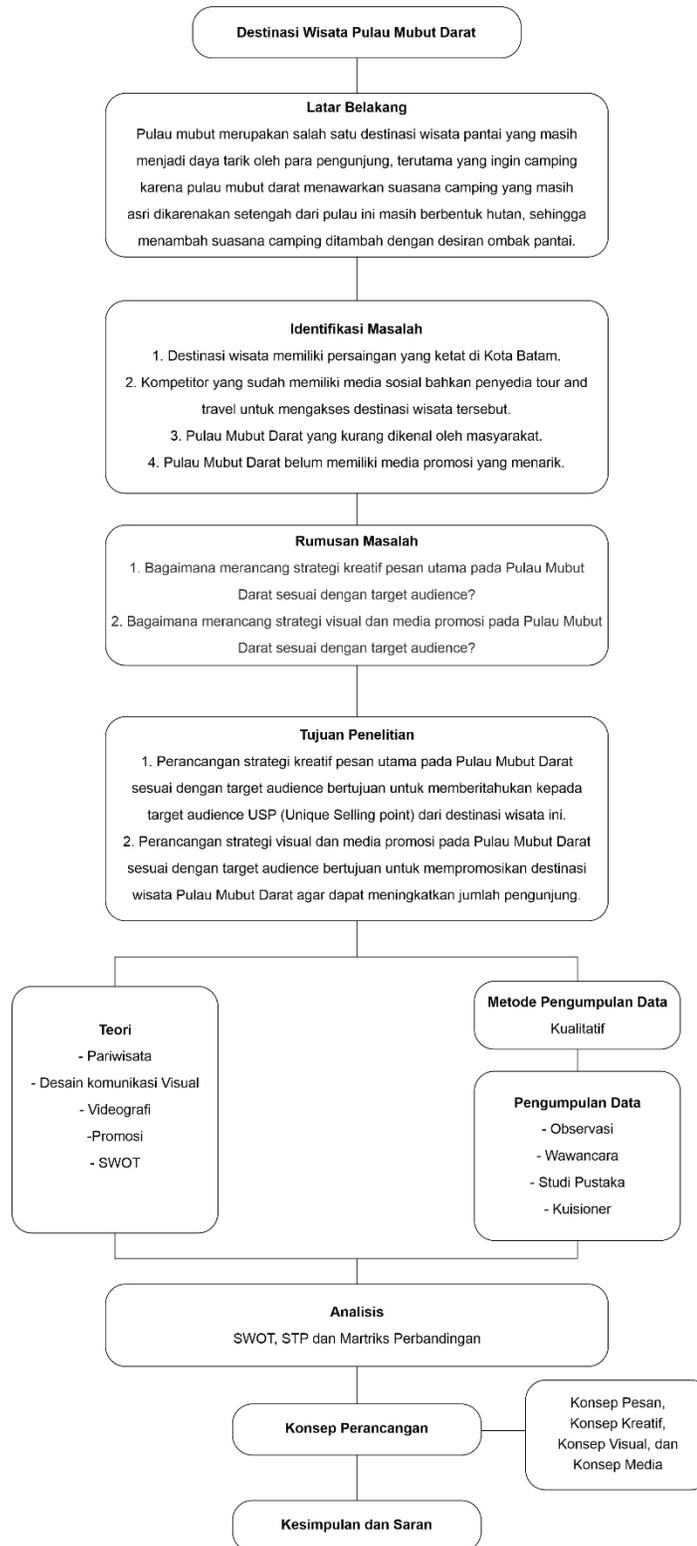
Kuisisioner yang diberikan kepada responden dengan pertanyaan-pertanyaan seputar destinasi wisata. Responden yang menjawab kuisisioner yang telah diberikan disesuaikan dengan target audience yang telah ditetapkan. Kuisisioner diberikan kepada 90-100 orang yang sesuai dengan target audience.

1.6.2. Metode Analisis Data

Metode analisis data merupakan suatu proses untuk mencari data data yang sistematis berdasarkan hasil observasi, wawancara dan studi pustaka. Analisis yang dilakukan berdasarkan pada fasilitas yang ditawarkan, promosi yang dilakukan, serta segmentasi pasar. Analisis didukung dengan metode SWOT (*strengths, weakness, oppurtunities, dan threats*) secara detail yang berguna untuk menghasilkan konsep dalam pembuatan strategi promosi Pulau Mubut Darat.

Sedangkan, dalam tahap menganalisis target audience, menggunakan metode STP (*Segmenting, Targeting, dan Positioning*) sebagai pedoman dalam merancang strategi terhadap destinasi wisata serta matriks perbandingan yang berguna untuk membandingkan dua destinasi wisata yang sejenis agar dapat mengidentifikasi perbedaan dan persamaan dalam penelitian.

1.7. Kerangka Penelitian



Gambar 1.1. Kerangka Perancangan
Sumber : Pribadi

1.8.Pembabakan

BAB I Pendahuluan

Dalam bab ini akan menjelaskan latar belakang dari perancangan strategi promosi untuk pulau mubut darat serta identifikasi masalah, rumusan masalah, ruang lingkup, tujuan penelitian, cara pengumpulan data dan analisis serta kerangka penelitian.

BAB II Dasar Pemikiran

Bab ini berisi tentang teori teori mengenai perancangan strategi promosi mulai dari teori desain komunikasi visual, pariwisata, desain, videografi, promosi dan juga SWOT.

BAB III Data dan Analisis Masalah

Bab ini mencakup berbagai kajian observasi, wawancara, kuisisioner dalam mengumpulkan data dan membuat matriks perbandingan dengan kompetitor.

BAB IV Konsep dan Hasil Perancangan

Bab ini menjabarkan semua hasil dari penelitian yang telah dilakukan di bab sebelumnya seperti menjelaskan mengenai konsep-konsep yang dibuat dari mulai konsep pesan, konsep kreatif, konsep visual, dan konsep media serta juga hasil dari perancangan.

BAB V Penutup

Bab ini sebagai penutup dari hasil penelitian yang telah dilakukan dari bab I hingga bab IV dan menarik sebuah kesimpulan dan saran untuk penelitian selanjutnya.