

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Indonesia merupakan negara yang mempunyai pesona keindahan alam yang indah dan menarik. Salah satunya ada di pulau Jawa Provinsi Jawa Timur Kabupaten Malang yang mempunyai tempat destinasi wisata alam seperti gunung, bukit, pantai dan air terjun untuk dikunjungi wisatawan lokal maupun mancanegara. Kebanyakan wisatawan Kabupaten Malang berkunjung ke tempat wisata pantai untuk melepas penat usai melakukan aktivitas. Pantai juga tidak hanya menawarkan keindahan alam tetapi juga beragam kegiatan seperti *diving*, *camping*, dan lainnya. Beberapa tahun belakangan ini, kunjungan wisatawan ke Kabupaten Malang cenderung meningkat. Seiring dengan berkembangnya fenomena pantai juga memiliki peluang untuk meningkatkan daya tarik wisatawan.

Pantai Teluk Asmara Mulai dikelola tahun 2016 kerjasama dengan Perhutani KPH Malang dengan LKDPH Wono Harjo dengan nama Wana Wisata Clungup Barat (Blok Pakisan). Dalam pengelolaan selama satu tahun tidak ada perkembangan yang berarti karena akses jalan masuk Wana Wisata Clungup Barat hanya jalan setapak dari Gua Cina dan jalan setapak dari jalur lintas selatan kurang lebih dua kilometer. Pada bulan februari 2017 pengelolaan Wana Wisata Clungup Barat dilanjutkan oleh Perhutani KPH Malang kerjasama dengan Primkopkar KOMDA BKPH Sumbermanjing dengan nama Wana Wisata Pantai Bangsong Teluk Asmara (BTA). Pengelolaan wisata oleh Primkopkar Komda BKPH Sumbermanjing dimulai adanya investasi awal dari setiap anggota sebesar 10.000.000(sepuluh juta rupiah) per anggota dengan jumlah anggota sebanyak 39 orang sehingga terkumpul sebesar Rp. 390.000.000 (tiga ratus Sembilan puluh juta rupiah) yang digunakan untuk perbaikan akses jalan dari jalur lintas selatan. Dari Perkembangan yang ada minat wisatawan ke pantai BTA sangat signifikan walaupun pengelolaan masih kurang.

Wisata Pantai Teluk Asmara memiliki luas daerah 134,6 Hektar khusus wahana secara umum luas daerah Pantai Teluk Asmara 642,3 Hektar. Pantai ini salah satu tempat wisata yang terletak di Desa Tambak Sitarjo Kecamatan Sumbermanjing, Kabupaten Malang Provinsi Jawa Timur. Dari Kota Malang jarak yang ditempuh sekitar 75 km menuju arah selatan ke daerah wisata Sendang Biru. Kebanyakan pengunjung Pantai Teluk Asmara adalah keluarga dari perkotaan seperti kota Surabaya, Sidoarjo, dan kota lainnya untuk menikmati pemandangan serta bersantai untuk melepas penat usai melakukan aktivitas. Pantai Teluk Asmara memiliki pesona dan pemandangan yang menawan serta perbukitan sekitar pantai tampak membentuk tanda hati. Selain itu, karena terdapat beberapa gugusan pulau kecil yang jika dilihat dari ketinggian akan mirip dengan yang ada di Raja Ampat. Suasana pantai yang masih alami dan berbagai macam wahana yang menarik seperti *flying fox*, *big swing*, dan *sky bike*, yang membuat tempat wisata Pantai Teluk Asmara menjadi menarik, Pengunjung dapat berenang serta *snorkling* karena Pantai Teluk Asmara memiliki ombak yang tenang. Pada bulan Mei pengunjung dapat melihat penyu yang bertelur di Pantai Teluk Asmara yang sedang bertelur di Pantai Teluk Asmara. Tempat ini juga menyewakan tenda dan tikar untuk bersantai menikmati keindahan pantai, serta ada villa untuk tempat menginap bagi pengunjung.

Secara umum masyarakat sekitar Pantai Teluk Asmara belum sepenuhnya mengetahui adanya tempat wisata tersebut. Rata-rata pengunjung sekitar pantai mendapat informasi dari mulut ke mulut serta teman-temannya. Sedikit sekali yang mendapat informasi adanya tempat wisata pantai Teluk Asmara dari media cetak maupun media digital termasuk *google maps*. Dari penelitian yang dilakukan terhadap *audience* dengan metode wawancara sekitar 1-10 orang secara umum menjawab baru pertama kali mengunjungi tempat wisata pantai Teluk Asmara. Pantai Teluk Asmara dalam strategi pemasaran masih terbatas hanya mengetahui dari teman dan *google maps*. Menurut bapak Aris selaku sekretaris Dinas Pariwisata Kabupaten Malang dan pengelola Pantai Teluk Asmara Dinas Perhutani Malang menyampaikan bahwa media promosi yang digunakan Pantai Teluk Asmara hanya sebatas media sosial meliputi *facebook*, *instagram*, dan

youtube, menurut beliau promosi yang dilakukan belum maksimal. Sehingga informasi yang disampaikan masih kurang, serta promosi yang dilakukan masih kurang efektif.

Dari permasalahan tersebut penulis ingin merancang strategi kreatif untuk meningkatkan dan menarik minat target *audience*, untuk itu perlu membuat media promosi dengan menggunakan media visual yang lebih menarik dengan tujuan pesan yang disampaikan kepada masyarakat dapat tersampaikan dengan baik sehingga dapat meningkatkan jumlah kunjungan ke Pantai Teluk Asmara Kabupaten Malang.

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka identifikasi masalahnya adalah sebagai berikut:

1. Pengunjung hanya mengetahui Pantai Teluk Asmara dari teman dan google maps sehingga pengunjung yang datang masih sedikit.
2. Promosi yang digunakan hanya sebatas media sosial saja sehingga kurangnya informasi tentang adanya tempat wisata pantai Teluk Asmara.

1.3. Rumusan Masalah

Dengan indentifikasi masalah di atas, maka dapat ditarik rumusan masalahnya adalah sebagai Berikut:

1. Bagaimana merancang strategi pesan utama promosi Pantai Teluk Asmara Kabupaten Malang untuk meningkatkan jumlah pengunjung?
2. Bagaimana merancang strategi media dan visual promosi Pantai Teluk Asmara di Kabupaten Malang untuk meningkatkan jumlah pengunjung?

1.4. Ruang Lingkup

Untuk menghindari yang terlalu luas, maka fokus tugas ini adalah sebagai berikut :

1.4.1. Apa

Destinasi wisata Pantai Teluk Asmara yang menawarkan fasilitas lengkap, dan pesona keindahan pantai dapat di nikmati di atas bukit yang berbentuk hati serta gelombang pantai yang tenang bisa untuk *snorkeling* dan berenang.

1.4.2. Kapan

Destinasi wisata Pantai teluk Asmara dapat di kunjungi setiap hari dan lebih seru pada waktu libur bersama keluarga.

1.4.3. Dimana

Destinasi wisata Pantai Teluk Asmara terletak di Desa Tambak Sitarjo, Sumbermanjing, Kabupaten Malang, Jawa Timur.

1.4.4. Siapa

Destinasi wisata Pantai Teluk Asmara untuk semua kalangan usia 17-35 tahun dari anak-anak sampai dewasa.

1.4.5. Kenapa

Destinasi wisata Pantai Teluk Asmara menawarkan keindahan alamnya dan dapat menikmati pemandangan taman laut serta pantai bernuansa raja ampat papua.

1.4.6. Bagaimana

Pengunjung bisa datang ke Pantai Teluk Asmara dengan mudah dapat dilalui dengan mobil dan motor.

1.5. Tujuan Penelitian

Dalam perancangan promosi yang dilakukan, penulis berharap agar tujuan tersebut tercapai, yakni:

1. Terancangnya pesan utama yang tepat untuk mempromosikan pantai Teluk Asmara sehingga bisa meningkatkan jumlah pengunjung.

2. Terancanganya strategi media dan visual yang tepat untuk meningkatkan jumlah pengunjung.

1.6. Metode Pengumpulan Data dan Analisis

Penelitian ini menggunakan jenis metode penelitian kualitatif, dalam penelitian ini penulis mengumpulkan data seperti: observasi, wawancara, dan dokumentasi. Menurut Cobin (1990), penelitian kualitatif merupakan jenis penelitian tentang kehidupan, seseorang, cerita, perilaku, dan juga fungsi organisasi.

1.6.1. Metode Pengumpulan Data

1. Observasi

Observasi adalah aktivitas pengamatan terhadap sebuah objek secara langsung dan mendetail guna untuk menemukan informasi mengenai objek tersebut. Dengan observasi penulis mendapatkan data berupa peristiwa, kejadian, atau kondisi tertentu dengan perasaan emosional seseorang. Penulis berencana akan mengamati langsung perilaku *target audience* selama observasi di Pantai Teluk Asmara Kabupaten Malang.

2. Wawancara

Wawancara adalah percakapan antara narasumber dan pewawancara dengan tujuan mengumpulkan informasi yang mendalam. Sebelumnya penulis mewawancarai petugas dinas pariwisata, pengelola Pantai Teluk Asmara dan beberapa pengunjung untuk mengetahui masalah yang ada di Pantai Teluk Asmara.

3. Studi Pustaka

Menurut Popy (2020) pada penelitian ini kami menggunakan jenis/pendekatan penelitian yang berupa Studi Kepustakaan (*Library Research*). Studi kepustakaan merupakan suatu studi yang digunakan dalam mengumpulkan informasi dan data dengan bantuan berbagai macam

material yang ada di perpustakaan seperti dokumen, buku, majalah, kisah-kisah sejarah, dsb.

4. Kuesioner

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dapat dilakukan dengan cara memberi pertanyaan atau pernyataan kepada responden untuk di jawab (Sugiono. 2020:257).

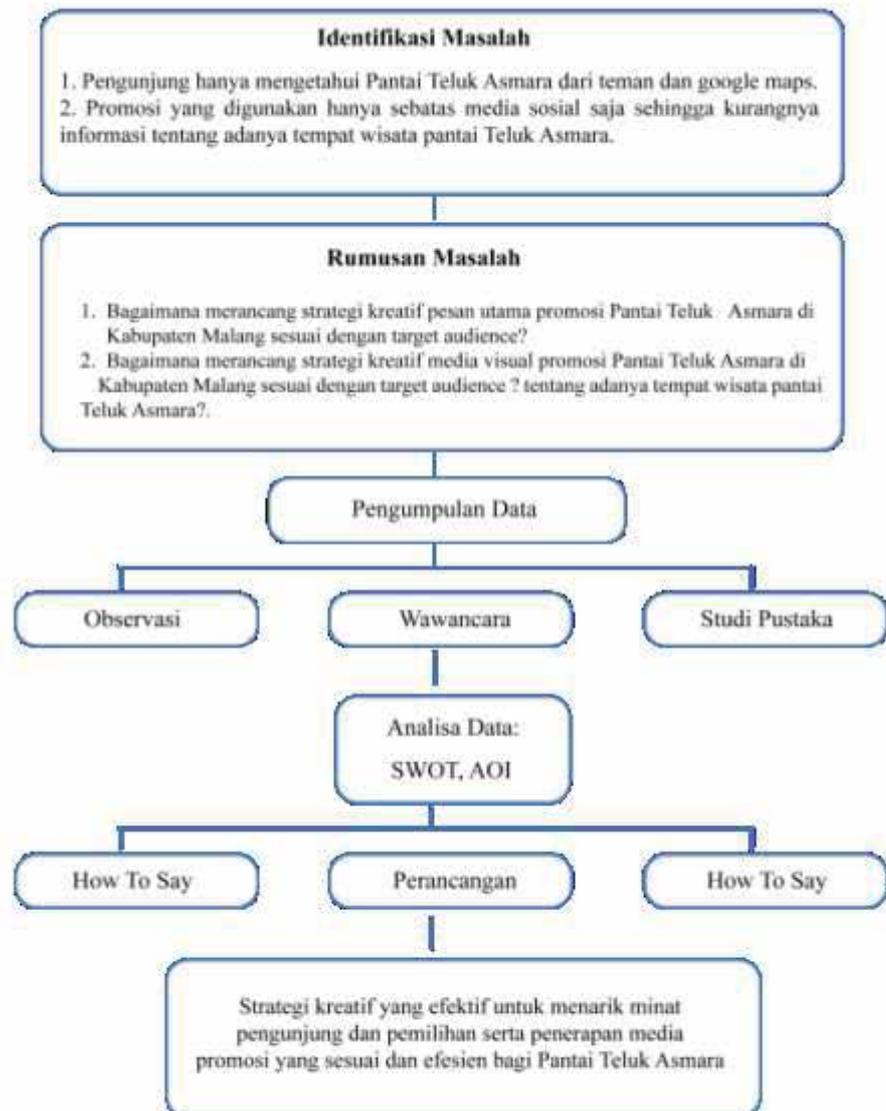
1.6.2. Metode Analisis Data

Penulis menggunakan metode analisis yang berupa segmentasi pasar, analisis pasar terhadap kompetitor, serta situasi pemasaran secara umum. Dengan didukung analisis SWOT (*strengths, weaknesses, opportunities, dan threats*) dengan tujuan menghasilkan konsep strategi promosi yang efektif. Menurut Sun Tzu dalam bukunya Freddy Rangkuti (2001:19) konsep dari pendekatan SWOT membandingkan antara faktor eksternal (peluang dan ancaman) dengan faktor internal (kekuatan dan kelemahan). Dalam menganalisa perilaku *target audience* diperlukan metode AOI (*Activity, Opinion, dan Interest*). Menurut Kotler dalam Ratri (2002:192) AOI merupakan gaya hidup atau pola seorang yang diekspresikan dalam aktivitas, minat dan opininya. Gaya hidup menggambarkan diri seseorang yang berinteraksi dengan lingkungannya, karena itu setiap konsumen memiliki kemampuan yang berbeda-beda dalam mengambil keputusan untuk pembelian. AOI, *activity, interest, dan opinion* yang dijabarkan sebagai berikut:

- 1) **Activity**: Aktivitas Merupakan identifikasi atas apa yang konsumen lakukan, apa yang mereka beli, dan bagaimana mereka menghabiskan waktu mereka.
- 2) **Interest** : Interest (minat) adalah suatu bentuk fokus pada preferensi dan prioritas konsumen. Minat merupakan faktor pribadi konsumen dalam mempengaruhi proses pengambilan keputusan.

- 3) *Opinion* : Opini merupakan pendapat dari setiap konsumen yang berasal dari pribadi mereka sendiri.

1.7. Kerangka Penelitian



Bagan 1 : Bagan 1. Kerangka Penelitian

Sumber : Data Pribadi

1.8. Pembabakan

Penyusunan Tugas Akhir akan dijelaskan menjadi lima bab secara garis besarnya :

BAB I Pendahuluan

Bab ini mengenai latar belakang Pantai Teluk Asmara yang berisikan identifikasi masalah pada Pantai Teluk Asmara , rumusan masalah yang mengenai perancangan promosi yang sesuai dengan target *audience*, batasan, tujuan, manfaat perancangan, metode , kerangka dan pembabakan.

BAB II Dasar Pemikiran

Menguraikan teori relevan dasar pemikiran sebagai acuan peneliti dalam perancangan media promosi yang sesuai sebagai pedoman untuk menganalisa serta menguraikan permasalahan dari Pantai Teluk Asmara.

BAB III Data dan Analisis Masalah

Memaparkan hasil informasi dari data-data analisis yang telah dilakukan dari observasi, wawancara, dan dokumentasi dari wisata Pantai Teluk Asmara Kab. Malang.

BAB IV Konsep dan Hasil Perancangan

Pada bab ini memaparkan strategi kreatif, media dan visual tentang konsep perancangan dan hasil perancangan yang sesuai dengan kebutuhan promosi untuk Pantai Teluk Asmara Kab. Malang.

BAB V Penutup

Menuliskan Kesimpulan dan Saran, yang dimana berisi tentang penjelasan mengenai penelitian ini.