

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang masalah

Pariwisata saat ini merupakan bisnis unggulan, sebagian orang membutuhkan hiburan untuk memuaskan atau membahagiakan diri (*pleasure*) dan untuk menghabiskan waktu luang (*leisure*). Pentingnya peranan pariwisata dalam pembangunan ekonomi di berbagai negara sudah tidak diragukan lagi.

Woy-woy Paradise di Bulukumba Sulawesi Selatan, memiliki keunikan tawarkan suasana ala Santorini yang berada di Yunani. Didominasi warna putih dan biru, deretan bangunan dan rumah di atas tebing dengan teras laut yang juga membiru, matahari yang bersinar cerah serta pemandangan pandai yang eksotis juga jadi ikonik yang ditawarkan di Woy-woy Paradise ini. Air lautnya bikin traveler ingin berenang, ada kolam renang dengan gaya *infinity pool* menambah eksotisme hotel ini, pun demikian dengan warna biru airnya, seakan menyatu dengan langit dan laut yang ada dan pemandangan pantai di sekitarnya.

Dari hasil wawancara, Woywoy Paradise itu sendiri belum banyak dikenal karena promosi saat ini hanya melalui Instagram, online channel dan review dari orang-orang sehingga promosi yang dilakukan masih kurang menyentuh sisi kelebihan dari Woywoy Paradise dan juga banyaknya yang tidak mengetahui kelebihan dari Woywoy Paradise. Untuk persaingan saat ini yang mendekati itu belum ada karena mungkin dari konsep woywoy paradise itu sendiri berbeda dengan yang lainnya, yaitu menggunakan konsep santorini yang ada di Yunani.

1.2 Identifikasi Masalah

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

1. Banyaknya masyarakat diluar bulukumba yang belum mengetahui woy-woy paradise
2. Mereka tidak mengetahui kelebihan woywoy paradise dengan resort lain
3. Promosi yang sudah dilakukan itu kurang dan juga tidak menyentuh sisi kelebihan dari woywoy paradise

1.3 Rumusan Masalah

Sesuai Identifikasi Masalah di atas, maka dapat ditarik rumusannya adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi promosi yang tepat sehingga dengan mudah pesan itu tersampaikan?
2. Bagaimana cara merancang media dan visual yang tepat untuk mempromosikan Woywoy Paradise?

1.4 Ruang Lingkup

Ruang lingkup dalam pembuatan peneliti ini adalah yang berada di Bulukumba dan juga kota Makassar terutama di kota Makassar dengan *target audience* pelajar, mahasiswa, S1 dengan umur 17-30 Tahun SES A dan B dan juga ekonomi kelas menengah keatas.

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan dari tugas ini adalah melakukan promosi strategi komunikasi visual, sehingga pesannya tersampaikan dan juga dapat meningkatkan awareness woy-woy paradise dan juga lebih dikenal oleh masyarakat dari sisi kelebihan dari Woywoy Paradise.

1.6 Cara Pengumpulan Data dengan patokan dari buku Metodologi Penelitian.

Data yang diperoleh dalam pengerjaan tugas akhir ini menggunakan beberapa metode pengumpulan data sebagai berikut :

a. Wawancara

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu percakapan itu oleh dua pihak yang pewawancara (interview) yang mengajukan pertanyaan dan yang wawancarai yang memberikatan jawaban atas pertanyaan tersebut. (Meleong, 2000: 150). Penulis melakukan wawancara kepada target audiens dan juga owner dari Woywoy Paradise.

b. Observasi

Metode survvei (observasi) adalah penyelidikan yang diadakan untuk memperoleh fakta -fakta (Nazir, 1988;65). Penulis melakukan pengamatan langsung ke Woywoy Paradise atau objek penelitian menggunakan foto terhadap tempat.

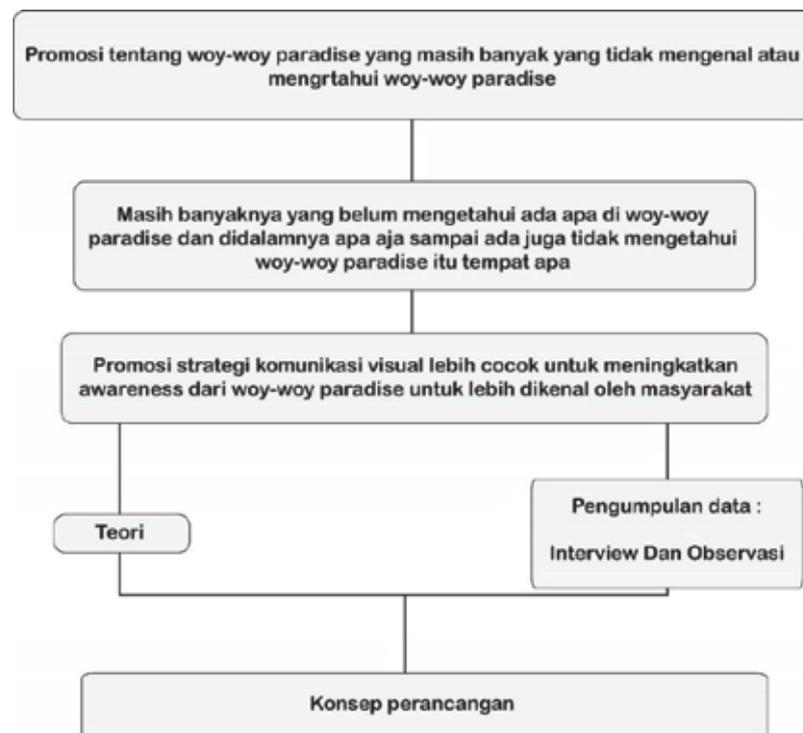
c. Kuesioner

Metode kuesioner merupakan cara pengumpulan data dalam waktu singkat. Kelebihan kuesioner ini dapat meluas dalam waktu singkat dan data bersifat tertulis sehingga dapat disimpan dan tercatat dengan jelas (Soewardikoen, 2019: 60). Penulis akan menggunakan media kuesioner online dan menyebarkan ke masyarakat Makassar atau Kabupaten Bulukumba, dengan rentang usia 17-30 tahun.

d. Studi Pustaka

Studi pustaka bersumber dari buku teks (Textbook), Ebook, jurnal, dan artikel internet untuk mengumpulkan landasan teori yang berkaitan dengan wisata dan juga media promosi.

1.7 Kerangka Penelitian



Gambar 1.1 Kerangka Penelitian

Sumber: Dokumen Penulis

1.8 Pembabakan

BAB I

Menjelaskan mengenai latar belakang tentang Woy-woy paradise, permasalahan yang ada mengenai promosi strategi komunikasi Woy-woy paradise beserta tujuan, cara pengumpulan data serta menggunakan metode penelitian.

BAB II

Menjelaskan teori relevan dengan topik masalah serat objek yang diangkat, seperti teori strategi promosi, teori branding, teori DKV selain itu kerangka pemikiran dan asumsi dalam penelitian untuk perancangan identitas dan promosi strategi komunikasi Woy-woy paradise.

BAB III

Merupakan sajian data serta menjabarkan analisis data, baik imaji, kuisisioner, observasi, analisis SWOT serta dengan kesimpulan penelitian untuk perancangan identitas dan promosi strategi komunikasi Woy-woy paradise.