

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Surabaya dikenal memiliki julukan sebagai kota pahlawan, selain karena memiliki nilai sejarah yang tinggi, banyak filosofi kepahlawanan yang terkandung di dalam kota tersebut. Seperti pada peristiwa Pertempuran Surabaya. Mulai dari Insiden di Hotel Yamato, Kematian Brigadir Jendral Mallaby. Perdebatan tentang penyebab baku tembak hingga Semboyan Merdeka atau Mati. Surabaya merupakan kota terbesar kedua di Indonesia yang pastinya memiliki banyak fasilitas umum seperti taman hiburan sebagai salah satu objek wisata penduduk maupun wisatawan luar kota yang menarik ribuan orang untuk mengunjungi tempat-tempat bersejarah dan menikmati hiburan yang ditawarkan oleh kota tersebut.

Sebagai kota yang cukup kental dengan budaya Tionghoa, Surabaya memiliki wisata dibidang kebudayaan yang terletak di daerah yang bernama Kenjeran. Wisata budaya yang ditawarkan di daerah Kenjeran ini adalah bangunan-bangunan adat-istiadat umat Buddha yang beretnis Tionghoa. Tak hanya itu pengunjung juga bisa menikmati pemandangan laut di sekitar Kenjeran Park. Masyarakat lokal juga menyediakan souvenir seperti pernak-pernik yang terbuat dari kerang, Mutiara dan beberapa fosil biota laut lainnya. Masyarakat juga mengenal Kenjeran dengan sentra olahan hasil lautnya juga mulai dari keripik teripang, emping, lorjuk dan ikan asap. Menurut data Badan Pusat Statistik tercatat sebanyak 11 juta wisatawan lokal berkunjung ke Surabaya dan sebanyak 350 ribu wisatawan asing (mancanegara) mengunjungi kota Surabaya pada tahun 2013 lalu (update terakhir bps.go.id).

Namun diantara banyaknya tempat hiburan serta pembangunan sarana dan prasarana yang semakin berkembang, ada kalanya suatu bangunan yang dulunya menjadi favorit untuk berwisata tersisihkan oleh sarana hiburan yang lebih baru. Sedangkan potensi yang dapat dikembangkan cukup besar yang diharapkan mampu mencakup segala kalangan wisatawan local bahkan mancanegara. Menurut data yang di dapatkan oleh penulis, Kenjeran Park mengalami penurunan jumlah tiket pada tahun 2019 yaitu sekitar 7000 tiket terjual dimana pada tahun 2017 sekitar

11000 tiket terjual. Oleh karena itu penulis membuat perancangan ini guna sebagai strategi baru Kenjeran Park untuk meningkatkan jumlah pengunjung.

1.1 Identifikasi Masalah

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

1. Berkurangnya jumlah pengunjung dari tahun ke tahun semenjak 2017
2. Kegiatan promosi yang kurang efektif untuk menarik target audiens

1.2 Rumusan Masalah

Sesuai dengan identifikasi masalah tersebut, maka dapat ditemukan rumusannya adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana cara merancang strategi promosi yang tepat untuk Kenjeran Park dalam upaya meningkatkan jumlah pengunjung?
2. Bagaimana cara merancang media dan visual yang tepat untuk promosi Kenjeran Park?

1.3 Ruang Lingkup

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

- a. Perancangan tugas akhir ini memfokuskan pada perancangan identitas visual dan media promosi terhadap destinasi wisata Kenjeran Park sesuai dengan data permasalahan dan analisa penulis.
- b. Hasil perancangan akan diterapkan pada destinasi wisata Kenjeran Park di Surabaya dengan target sasaran umur 12-25 tahun di kota Surabaya.

1.4 Tujuan Perancangan

1. Melakukan rancangan promosi Kenjeran Park dalam upaya meningkatkan jumlah pengunjung.
2. Menentukan media yang tepat untuk diterapkan pada rancangan promosi Kenjeran Park.

1.5 Cara Pengumpulan Data dan Analisis

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

a. Observasi

Observasi merupakan proses mengamati dan merekam berbagai fenomena secara objektif baik dalam sebuah situasi untuk mencapai suatu tujuan tertentu (Nazir, 2013). Penulis melakukan observasi pengamatan kegiatan promosi yang dilakukan oleh Kenjeran Park Surabaya.

b. Wawancara

Wawancara adalah proses memperoleh data atau informasi dari sumber atau sumber data untuk tujuan perancangan dengan cara tanya jawab (Nazir, 2013). Penulis melakukan tanya jawab dengan berbagai narasumber mulai perwakilan dari pihak tempat wisata hingga masyarakat umum sekitar

c. Kuesioner

Kuesioner adalah pertanyaan tertulis mengenai suatu hal yang harus diisi secara tertulis oleh responden. Pertanyaan pada kuesioner bersifat umum, tidak mendalam dan diarahkan ke suatu jawaban untuk dikuantifikasi. Pada prinsipnya tujuan kuisisioner adalah cara untuk mendapatkan data dalam waktu singkat dengan banyaknya responden yang dapat sekaligus dihubungi (Nazir, 2013). Penulis menggunakan kuesioner untuk mengukur seberapa jauh masyarakat mengenal tempat tempat wisata yang ada di kota Surabaya, pandangan mereka terhadap destinasi wisata Kenjeran Park dan media promosi yang sudah ada.

d. Studi Pustaka

Studi Pustaka adalah teknik pengumpulan data dengan melakukan telaah terhadap buku, dokumen, catatan, dan laporan yang berkaitan dengan masalah yang sedang ditangani. Penulis melakukan studi Pustaka untuk mendukung teori yang digunakan dalam perancangan tugas akhir (Nazir, 2013).

1.6. Metode Analisis Data

A. Analisis Data Objek

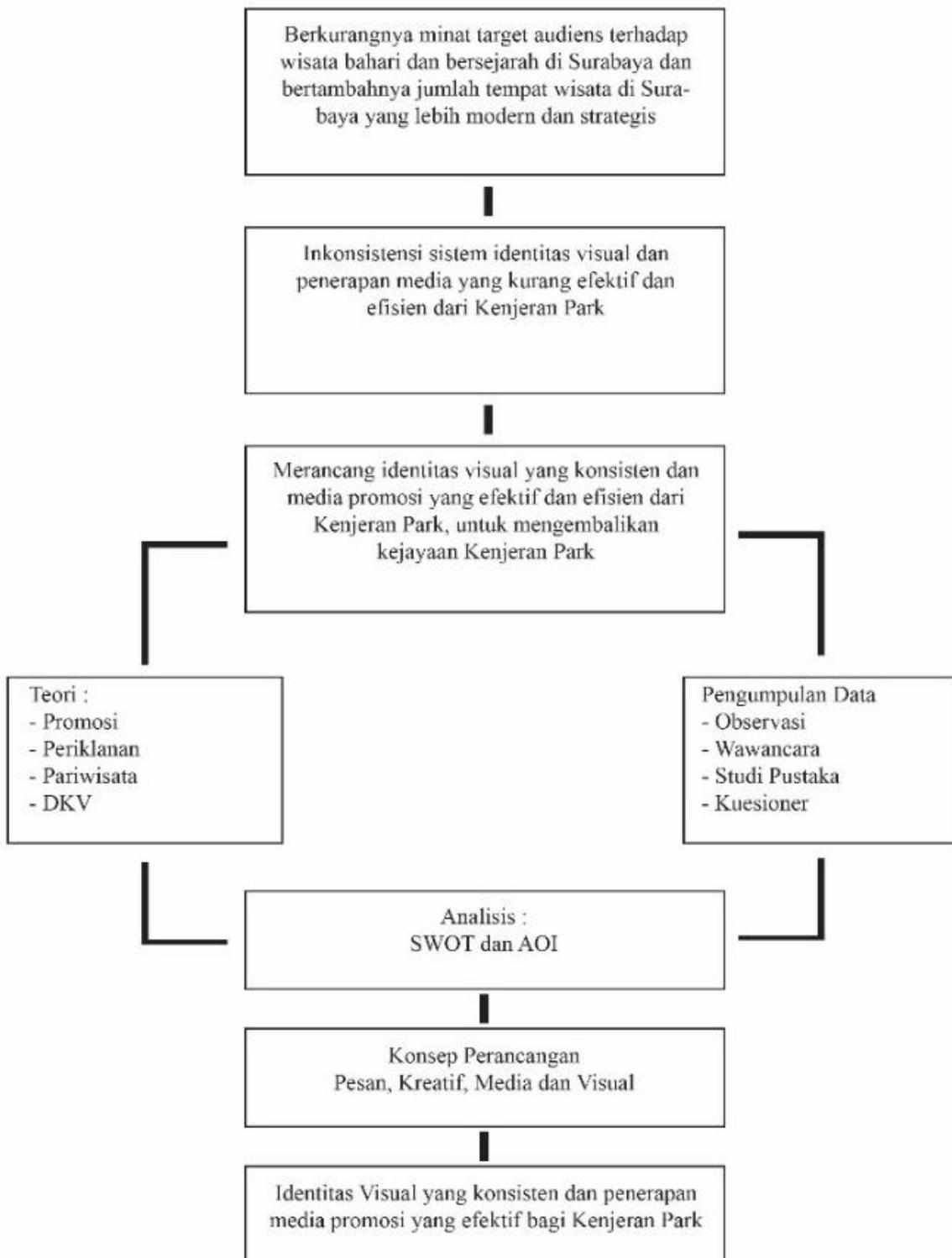
Data dari hasil observasi objek tugas akhir yang diperoleh penulis, Penulis mengolah data dengan metode SWOT yaitu *Strength, Weakness, Opportunity* dan *Threat* yang dimanfaatkan untuk menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang akan dihadapi oleh pihak tempat wisata. SWOT adalah singkatan dari lingkungan dalam kekuatan dan kelemahan serta lingkungan luar peluang dan ancaman yang dihadapi di dunia bisnis (Kotler, 2002)

B. Analisis Data Konsumen

Data dari hasil wawancara konsumen yang diperoleh penulis, Penulis, mengolah data dengan metode AOI yaitu *Activity, Interest dan Opinion*. Menurut Kasali (1998) Peneliti pasar yang men pendekatan gaya hidup cenderung memberi tipe konsumen berdasarkan variabel yang dijelaskan di bawah ini:

1. *Activity* : adalah identifikasi apa yang dilakukan konsumen, apa yang dibeli dan bagaimana mereka meluangkan waktu. Parameter untuk mengukur aktivitas adalah tingkat kegiatan utama, kegiatan di luar aktivitas utama dan penggunaan liburan.
2. *Interest* : adalah bentuk pemusatan perhatian pada preferensi dan preferensi konsumen. Salah satu parameter untuk mengukur unsur minat adalah dengan mencari informasi tentang topik-topik terkait.
3. *Opinion* : adalah sudut pandang setiap konsumen yang berasal dari individualitasnya. Parameter untuk mengukur variabel opini adalah efek fisik dan psikologis yang disebabkan, serta kegiatan asosiatif di masyarakat.

1.7 Kerangka Perancangan



Gambar 1.1 Bagan kerangka perancangan
Sumber : Dokumen Pribadi Penulis

1.8 Pembabakan

BAB I Pendahuluan

Bab ini berisikan latar belakang, identifikasi masalah, rumusan masalah, fokus permasalahan, tujuan dari perancangan, metode pengumpulan data, metode analisis data, kerangka perancangan dan pembabakan dari tiap bab dalam tugas akhir ini.

BAB II Dasar Pemikiran

Bab ini berisikan penjelasan dari teori-teori terkait yang digunakan sebagai pijakan atau acuan dalam proses perancangan objek perancangan.

BAB III Data & Analisis

Bab ini berisikan uraian hasil survey dan pengumpulan data di lapangan terhadap objek perancangan secara terstruktur. Serta menganalisis data yang diperoleh menggunakan landasan teori untuk mendapatkan simpulan berupa konsep ideal yang akan digunakan dalam perancangan.

BAB IV Konsep & Hasil Perancangan

Bab ini berisikan penjelasan mengenai konsep yang telah dibuat seperti konsep pesan, konsep komunikasi, konsep media, dan konsep visual sesuai dari hasil analisis disertai dengan hasil perancangan yang telah dibuat mulai dari sketsa hingga penerapan pada media-media yang telah ditentukan.

BAB V Penutup

Bab ini berisi kesimpulan atas perancangan yang telah dibuat, saran terhadap karya yang dihasilkan dan rekomendasi yang dapat diterapkan untuk perancangan selanjutnya.