

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Surfing atau olahraga berselancar merupakan sebuah kegiatan olahraga yang cukup terbilang ekstrim dan lumayan menantang (Richard, 2010), namun kegiatan *surfing* ini sudah bukan sekedar olahraga saja namun sudah menjadi *lifestyle* atau gaya hidup di era sekarang ini. Apabila mendengar kata *surfing* di Indonesia pasti langsung tertuju ke pulau Bali yang memiliki pantai yang bagus serta memiliki ombak yang memadai untuk melakukan olahraga *surfing*. Namun nyatanya tidak harus selalu Bali untuk menjadi tempat wisata ombak atau pantai untuk kegiatan *surfing*. Nyatanya selain Bali ada juga daerah yang mempunyai ombak yang mumpuni untuk melakukan kegiatan *surfing* salah satunya di daerah Kepulauan Mentawai.

Kepulauan Mentawai adalah sebuah daerah kepulauan yang terletak di provinsi Sumatera Barat Indonesia yang merupakan rangkaian pulau kecil yang terdiri dari 70 pulau, oleh karena itu muncul fenomena tempat wisata berbasis kepulauan di sekitar area kepulauan mentawai. Seiring berjalannya waktu Kepulauan Mentawai dikenal dengan destinasi wisata alam yang terkenal akan keindahannya dan sering dijuluki surganya Sumatera Barat. Salah satu tempat wisata yang menawarkan fasilitas lengkap adalah Wavepark Mentawai yang terletak di daerah kepulauan Mentawai provinsi Sumatera Barat tepatnya di pulau Siaim yang berjarak sekitar 150 km dari kota Padang (dapat ditempuh dengan kapal laut) serta berjarak sekitar 37 km dari Tua Pejat.

Wavepark menawarkan *resort* pelayanan penuh dengan menyediakan beberapa bungalow sebagai tempat tinggal dan sarana pendukung lainnya seperti restaurant dining khusus. Selain itu Wavepark juga menyediakan opsi kegiatan keluarga seperti Snorkeling, Kayaking, Stand Up Paddleboarding, Memancing, Trekking, dan mempunyai studio musik sendiri yang dinamakan Wavepark Island Music Studio. Dan daya tarik utama *resort* ini adalah menawarkan aktivitas berselancar karena pulau ini mempunyai 26 titik ombak besar yang cocok untuk kegiatan

berselancar dan juga mempunyai pantai yang jernih serta terjaga. Menurut Yoeti dalam I Gusti Bagus Rai Utama (2016, p.142) menyatakan yang merupakan daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang menjadi daya tarik bagi wisatawan untuk mendatangi atau suatu tempat wisata tertentu.

Wavepark memiliki beberapa kompetitor salah satunya Aloita *Resort* yang dimana *Resort Wavepark* memiliki keunggulan yaitu merupakan *resort* dengan pulau privat berlayanan penuh serta mempunyai titik ombak kelas dunia yang berjumlah 26 yang siap mendatangkan wisatawan lokal hingga wisatawan mancanegara dari seluruh negara di dunia. Dengan keunikan yang ditawarkan Wavepark seharusnya dapat mendatangkan pengunjung lebih banyak untuk datang ke *Resort Wavepark*. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan direktur Wavepark Mentawai, mengatakan bahwa promosi yang dilakukan di Website, instagram serta youtube belum memenuhi harapan perusahaan demi pemerataan pengunjung lokal dan mancanegara. Selain itu banyak penduduk lokal khususnya di Sumatera Barat belum mengetahui di Mentawai ada sebuah *Resort* yang menawarkan keindahan pantai yang jernih serta ombak yang besar. Wavepark berharap bahwa bisa lebih banyak menarik perhatian wisatawan lokal menengah ke atas agar datang berliburan ke *Resort Wavepark*.

Berdasarkan fenomena yang telah dijabarkan diatas penulis menganggap bahwa *Resort Wavepark Mentawai* layak dijadikan sebagai objek penelitian dan penulis berencana menawarkan sebuah solusi dengan mengusulkan ide strategi promosi agar dapat menarik perhatian target audiens.

1.2 Permasalahan

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan fenomena yang telah diidentifikasi oleh penulis maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Banyak target sasaran lokal yang belum mengetahui tentang *resort Wavepark Mentawai*.

2. Wavepark sebelumnya sudah melakukan promosi di berbagai media namun belum bisa menarik perhatian masyarakat lokal khususnya Sumatera Barat.

1.2.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimanakah merancang pesan agar dapat meningkatkan brand awareness terhadap *Resort Wavepark Mentawai*?
2. Bagaimanakah cara merancang media visual yang tepat dalam menarik perhatian masyarakat lokal khususnya Sumatera Barat?

1.3 Ruang Lingkup

Ruang lingkup dalam penelitian ini adalah *resort Wavepark Mentawai* yang berlokasi di Pulau Siaim Kepulauan Mentawai, Sumatera Barat. dengan target audience yang berlokasi di Sumatera Barat yang memiliki rentang usia 20-30 tahun, status ekonomi sosial A. Penelitian ini dilakukan selama pembuatan tugas akhir dimulai pada bulan Maret 2022 sampai dengan Agustus 2022.

1.4 Tujuan Perancangan

Tujuan perancang yang akan dicapai penulis adalah sebagai berikut:

1. Dapat terancangnya strategi yang tepat dalam promosi sehingga dapat tumbuh *brand awareness* terhadap masyarakat lokal terutama di Sumatera Barat.
2. Menghasilkan promosi dalam bentuk visual untuk *Resort Wavepark Mentawai*.

1.5 Metodologi

Dalam penulisan TA ini penulis menggunakan metode kualitatif, menurut Creswell (2008) Sebuah pendekatan atau pencarian untuk menggali dan memahami suatu

gejala utama. Untuk mengetahui permasalahan utama tersebut dibutuhkan informasi yang dapat diperoleh melalui wawancara lebih dalam. Lalu informasi itu akan dikumpulkan dan di analisis yang dimana hasil analisis dapat berupa penggambaran atau deskripsi atau dapat juga berbentuk tema-tema.

1.5.1 Metode Pengumpulan Data

1. Observasi

Observasi merupakan salah satu metode pengumpulan data dengan cara mengamati dan memperhatikan sesuatu dengan menggunakan indra yang ada. Menurut teori observasi merupakan sebuah metode pengumpulan data dengan cara mengidentifikasi lokasi atau tempat yang akan diteliti. Setelah teridentifikasinya tempat penelitian maka dilanjutkan dengan membuat pemetaan agar gambaran umum mengenai sasaran penelitian dapat terlihat jelas. Selain itu peneliti juga harus mengidentifikasi Siapa yang akan di observasi, kapan, lamanya dan bagaimana (Prof. Dr. Conny R. Semiawan, 2010: 112)

2. Wawancara

Wawancara adalah salah satu metode pengumpulan data dengan mencari informasi melalui pertanyaan terstruktur kepada narasumber. Narasumber tidak lain adalah direktur utama Wavepark Mentawai. Menurut teori, wawancara merupakan kegiatan yang dilakukan untuk mendapatkan informasi melalui pertanyaan untuk menangkap persepsi, pikiran, pendapat, perasaan orang tentang suatu gejala, peristiwa, fakta atau realita. (Prof. Dr. Conny R. Semiawan, 2010: 116)

3. Studi Pustaka

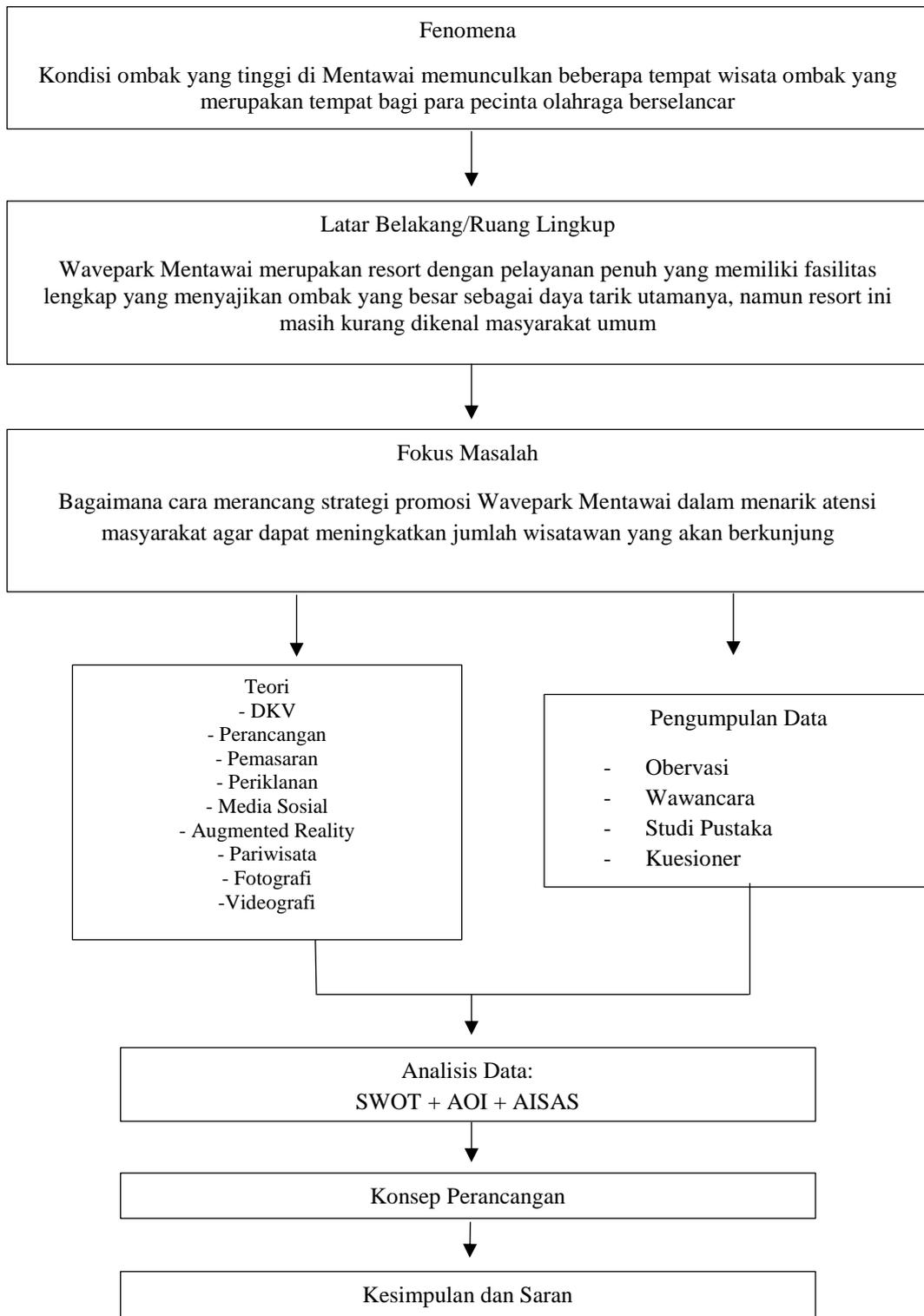
Studi pustaka merupakan salah satu metode pengumpulan data dengan mengumpulkan teori-teori yang dikutip dari berbagai sumber seperti buku, jurnal, literatur, dan laporan yang berhubungan dengan permasalahan yang dituju. Menurut Teori Studi pustaka merupakan kajian teoritis,

referensi dan literatur ilmiah lainnya yang saling berhubungan dengan budaya, nilai dan norma yang berkembang pada keadaan sosial yang diteliti (Sugiyono:2012). Dengan melakukan kegiatan membaca buku-buku tentang desain, periklanan serta DKV.

4. Kuesioner

Merupakan sebuah metode pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner dengan memberikan pertanyaan yang telah diurutkan dan disusun secara teratur kepada responden baik secara langsung maupun tidak langsung. Pada metode ini penulis menyebarkan kuesioner kepada responden yang berdomisili di Sumatera Barat dengan target responden minimal berjumlah 100 orang. Menurut teori kuesioner merupakan sebuah rangkaian pertanyaan dengan tema atau topik tertentu yang disebarkan kepada kelompok individu yang bertujuan untuk mendapatkan sebuah data (Muri Yusuf, 2014: 199)

1.6 Kerangka Penelitian



Tabel 1. 1 Kerangka Penelitian
Sumber: Dokumen Pribadi

1.7 Pembabakan

BAB I PENDAHULUAN

Pada bagian ini penulis menjelaskan latar belakang, permasalahan, ruang lingkup, tujuan dan serta kerangka penelitian, metodologi yang digunakan, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bagian ini penulis menuliskan teori yang telah dikutip secara relevan sebagai pedoman dalam menganalisis/menguraikan permasalahan dalam perancangan. Adapun teori yang digunakan antara lain teori promosi, pariwisata, periklanan, augmented reality dan teori desain komunikasi visual

BAB III URAIAN DATA HASIL SURVEY DAN ANALISIS

Berisi data profil perusahaan dan beberapa hasil wawancara serta kuisisioner yang telah didapatkan.

BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN

Menjelaskan tentang konsep atau rancangan promosi yang berisi ide pokok dan konsep pesan, konsep kreatif, konsep media, konsep visual, dan konsep bisnis yang akan diterapkan dan digunakan dalam merancang. Juga berisi hasil perancangan desain.

BAB V PENUTUP

Berisi kesimpulan akhir mengenai hasil dari rangkuman serta saran yang berhubungan dengan ide atau solusi terhadap permasalahan yang ada di BAB II.