

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Sektor pariwisata diresmikan sebagai sektor yang penting buat dikembangkan secara sinergi sebagai sektor unggulan. Lewat pendekatan pariwisata berkepanjangan (*sustainable tourism*) butuh sinergi antara upaya pelestarian alam serta budaya beserta warisannya untuk menunjang percepatan pembangunan nasional. Pemanfaatan alam dan budaya di sektor pariwisata terus berkembang, tetapi besarnya potensi sumberdaya alam serta budaya yang tersebar di hampir 17 ribu pulau di Indonesia belum dimanfaatkan cocok dengan kemampuan yang dimiliki masing-masing destinasi (Noor dan Astuti, 2016).

Pariwisata di Kabupaten Pemalang ialah salah satu zona yang strategis serta potensial buat dikelola, dibesarkan, serta dipasarkan, mengingat kemampuan obyek wisata yang dipunyai Kabupaten Pemalang sangat bermacam-macam. Tepi laut Widuri ialah salah satu objek wisata yang lumayan potensial serta sudah dibentuk dan layak jadi ikon pariwisata di Kabupaten Pemalang. Dengan kondisi geografis yang menunjang pemasukan wilayah. ([https:// www. pemalangkab. go. id/ profil- kabupaten- pemalang/](https://www.pemalangkab.go.id/profil-kabupaten-pemalang/) diakses pada bertepatan pada 26 April 2021).

Pantai Widuri ialah objek wisata yang sangat diketahui bagi masyarakat di kota Pemalang. Pantai Widuri mempunyai letak yang strategis sebab dekat dengan jalur pantura. Kabupaten Pemalang mempunyai keadaan geografis yang terdiri dari pantai, dataran rendah, dataran tinggi/pegunungan yang memiliki hawa sejuk, sehingga kemampuan pariwisata Kabupaten Pemalang sangat potensial buat dikembangkan sebab terdiri dari sebagian jenis objek wisata yang menarik buat dikunjungi.

Pantai widuri ini ramai dikunjungi orang tiap hari libur serta hari raya Idul Fitri, wisawan dapat tumpah ruah di pantai widuri. Obyek wisata yang terdapat mulai dari bentangan pantai yang tidak begitu luas, tetapi di pinggiran pantai banyak ditumbuhi pohon-pohon besar yang telah berusia puluhan tahun

serta ada tempat-tempat duduk buat menikmati keindahan pantai serta menikmati sunset, berbagai macam tempat wisata kuliner spesial sea food, obyek wisata air *Water Boom*, arena bermain kanak - kanak, panggung buat pagelaran musik, lapangan tenis serta sirkuit balap motor. Obyek wisatanya sendiri dikelilingi oleh tembok tembok pembatas yang mengelilinginya jika dihitng luas di dalamnya kurang lebih sekitar 10 hektar saja.

Objek wisata Pantai Widuri ialah salah satu kekayaan alam di wilayah Kabupaten Pemalang yang keindahannya masih sangat natural. Tetapi sebab keterbatasan pemerintah wilayah dalam mengelola daerah wisata ini membuat Pantai Widuri tidak berkembang, sementara itu letak pantai widuri dekat pusat kota, Pantai Widuri belum dibuatkan media promosi buat mengenalkan keindahan alam serta kemampuan wilayahnya yang melimpah. Untuk itu butuh adanya perancangan promosi pariwisata Pantai Widuri Kabupaten Pemalang supaya Pantai Widuri semakin dikenal masyarakat luas, dan banyak dikunjungi wisatawan baik dalam Kabupaten Pemalang, ataupun wisatawan dari luar Kabuapten Pemalang.

Menurut data dari Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Pantai Widuri, selaku pengurus Pantai Widuri, jumlah wisatawan kebanyakan masih dari daerah setempat, seperti Tanjungsari. Harapan mereka untuk kedepannya adalah lebih banyak masyarakat luar daerah Kabupaten Pemalang yang mengunjungi Pantai Widuri untuk menikmati alam dan belajar Kebudayaan Tari *Denok* yang ada di Pantai Widuri lebih dalam. Selain itu, hasil survei (2020) yang dilakukan menunjukkan bahwa banyak masyarakat di luar Kabupaten Pemalang tidak mengetahui tentang Pantai Widuri, namun banyak yang tertarik untuk mengunjungi pantai tersebut.

Sejak tahun 2017, Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Pantai Widuri telah berusaha mempromosikan Pantai Widuri melalui sosial media dan acara-acara untuk meningkatkan jumlah pengunjung dan *awareness* masyarakat. Sejauh ini angka yang didapat dari tahun 2017 semakin menurun, akan tetapi di tahun 2019, jumlah kunjungan jauh lebih bagus dari pada tahun 2017 dan 2018, di awal pandemi Pantai Widuri sementara masih tutup. Kerugian akibat pandemi mencapai 200 juta. jika ditinjau dari aktivitas sosial media yang telah dibuat oleh

Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga *traffic* pengunjung masih bisa dianggap sepi. Hal ini dapat dibuktikan dari jumlah *likes* pada akun resmi Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga di *Instagram* hanya memiliki jumlah *loves postingan* sekitar 30 hingga 50 *likes*.

Melalui laman sosial medianya, Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Pantai Widuri sudah melakukan promosi, akan tetapi promosi ini dianggap belum maksimal karena jangka postingannya yang cukup lama dan kurang mengena kepada target audiens, sehingga banyak yang tidak memperdulikannya. Dari fenomena diatas, penulis berencana menjadikan kegiatan kebudayaan Tari Denok sebagai daya tarik utama dan media sosial sebagai sarana penyebaran informasi dalam menyelesaikan tugas akhir. Mengenalkan Kebudayaan di Pantai Widuri yang semenarik mungkin agar dapat memikat lebih banyak *audiens* sebagaimana yang diharapkan.

Dalam kontek perancangan promosi, strategi-strategi yang tepat agar informasi yang disampaikan mengena target sasaran. Strategi yang digunakan dalam perancangan kampanye ini adalah mengidentifikasi masalah, menetapkan target market dan *audience*-nya, mencari keunggulan produk, menetapkan strategi kreatif, merancang daya tarik pesan, merancang gaya dalam mengeksekusi pesan, memilih media dan lokasi yang tepat, dan menetapkan anggaran untuk media promosinya.

Perancangan promosi dilakukan dengan memilih media yang efektif, seperti media lini atas, media lini bawah dan *merchandising*. Penggunaan media lini bawah dalam hal ini media cetak, karena merupakan media yang relatif murah yang dapat menyampaikan informasi lebih lengkap dan dapat menampilkan gambar/ilustrasi yang menarik. dipilih karena dapat menjangkau khalayak sasaran yang lebih luas. Untuk *merchandising* dipilih sebagai proses *remembering* atau penguatan kembali akan objek wisata Pantai Widuri sehingga target sasaran akan mengingat terus pesan yang disampaikan. Dengan pemilihan media promosi yang tepat, serta memperhatikan target audience dan target *market*, maka promosi ini diharapkan akan berhasil dan efektif.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka identifikasi masalah yang dapat diambil adalah sebagai berikut:

1. Penggunaan media yang digunakan dalam kegiatan promosi belum maksimal sehingga kurang mengena kepada target audience
2. Belum ada rancangan strategi promosi kreatif serta penempatan media promosi untuk memperkenalkan Pantai Widuri disesuaikan dengan tata ruang kawasan

## **1.3 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah dan identifikasi masalah tersebut di atas, maka ada 2 masalah yang dirumuskan yakni:

1. Bagaimana merancang strategi promosi yang tepat melalui media komunikasi visual guna memperkenalkan Pantai Widuri Pemalang?
2. Bagaimana strategi promosi yang kreatif serta penempatan media promosi (*media placement*) untuk memperkenalkan Pantai Widuri disesuaikan dengan tata ruang kawasan?

## **1.4 Ruang Lingkup**

Ruang lingkup dari penelitian ini adalah merancang strategi promosi yang tepat melalui media komunikasi visual Pantai Widuri Pemalang. Fokus penelitian perancangan strategi promosi wisata pantai widuri di kabupaten pemalang untuk meningkatkan pengunjung

## **1.5 Tujuan Penelitian**

Tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut::

1. Merancang strategi promosi yang tepat melalui media komunikasi visual baik melalui media cetak guna memperkenalkan keberadaan Pantai Widuri.
2. Memilih media dan penempatan media yang kreatif dan tepat disesuaikan dengan tata ruang kawasan untuk memperkenalkan keberadaan Pantai Widuri Pemalang sehingga dapat meningkatkan kunjungan wisata.

## **1.6 Tujuan dan Manfaat Perancangan**

### **1.6.1 Tujuan Perancangan**

Penelitian ini dilakukan untuk merancang strategi promosi untuk meningkatkan jumlah pengunjung pantai Widuri Pemalang.

## **1.6.2 Manfaat Perancangan**

### **1. Bagi Lembaga**

Diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pembandingan bagi mahasiswa Desain Komunikasi Visual yang lain.

### **2. Bagi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Pemalang**

Memberikan sumbangan pemikiran tentang pemanfaatan wisata pantai dan pelestarian keindahan pantai sebagai sektor pariwisata yang menarik.

### **3. Bagi Pembaca**

Menambah wawasan dan pengetahuan destinasi pantai Widuri Pemalang.

## **1.7 Metode Penelitian**

### **1.7.1 Metode Pengumpulan Data**

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode kualitatif. Penulis menggunakan metode kualitatif karena bukan untuk memperoleh bentuk angka, melainkan peristiwa berkarakteristik yang terbatas oleh waktu, objek, dan lokasi di mana penelitian dilakukan (Sarwono & Lubis, 2007:139), berikut metode kualitatif yang digunakan oleh penulis dalam pengumpulan data:

#### **1. Wawancara**

Metode wawancara adalah teknik pengumpulan data atau data-data dengan tujuan memiliki informasi didapatkan dari sumber data bersifat langsung, dapat melalui metode percakapan atau metode tanya jawab (Satori, 2014). Peneliti melakukan wawancara dengan narasumber terkait dengan permasalahan dan topik yang diangkat peneliti yakni strategi promosi wisata pantai Widuri untuk meningkatkan pengunjung. Wawancara dilakukan secara langsung dengan tatap muka dan menggunakan media *smartphone*.

#### **2. Observasi**

Penulis melakukan pengamatan secara langsung di lapangan untuk mengetahui objek, situasi dan makna untuk mengumpulkan data penelitian (Satori, 2014). Observasi dilakukan di pantai Widuri, dan sekitarnya.

#### **3. Studi Pustaka**

Metode ini digunakan untuk mencari teori-teori yang berkaitan dengan strategi promosi wisata pantai dan meningkatkan pengunjung. Data dan informasi dikumpulkan dari buku, jurnal, berita, dan sumber yang relevan.

#### 4. Kuesioner

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data dengan cara memberikan beberapa perangkat pertanyaan kepada responden untuk dijawab (Sugiono, 2017). Kuesioner disebarkan melalui daring kepada pria dan wanita dalam rentang umur 18 hingga 30 tahun.

### 1.7.2 Metode Analisis Data

#### 1. SWOT

Analisis SWOT digunakan untuk mengetahui lingkungan eksternal dan internal dalam sebuah produk yang diteliti. Peluang dari pemasaran adalah dimana suatu perusahaan dapat menguntungkan dari kebutuhan pembeli di suatu daerah (Kotler, 2000:88). Ancaman merupakan tantangan yang berpotensi mengakibatkan kerugian jika tidak dilakukan dengan fungsi pertahanan (Kotler, 2000:88). Serta menganalisis kekuatan dan kelemahan dari objek yang diteliti.

#### 2. AOI

AOI digunakan untuk menganalisis perilaku target audiens melalui sisi psikografis, AOI merupakan singkatan dari *Activity*, *Interest*, dan *Opinion*. *Activity* untuk mengidentifikasi aktifitas dan kegiatan lainnya yang dilakukan oleh konsumen. *Opinion* untuk mengetahui pendapat pribadi yang berasal dari konsumen. Dan *Interest* atau minat adalah faktor *personal* dalam mengambil keputusan (Kasali, 1998).

#### 3. Analisis Matriks

Analisis matriks dilakukan dengan cara membandingkan objek visual menggunakan kriteria yang sama untuk mendapatkan perbedaan antara satu objek dengan objek lainnya (Soewardikoen, 2013:60).

## 1.8 Kerangka Penelitian



Gambar 1. 1 Kerangka Penelitian

## **1.9 Pembabakan**

### **BAB I Pendahuluan**

Berisi pemaparan dari latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, ruang lingkup penelitian, tujuan perancangan, manfaat penelitian, cara pengumpulan data dan analisis data, kerangka penelitian, dan pembabakan.

### **BAB II Dasar Pemikiran**

Menjelaskan mengenai uraian studi pustaka, teori-teori dan dasar pemikiran yang relevan sebagai pendukung teoritis dalam perancangan strategi promosi yang terkait dalam penulisan laporan.

### **BAB III Data dan Analisis Masalah**

Berisi mengenai penjelasan data dari hasil wawancara dengan narasumber, hasil observasi yang diperoleh, gambaran umum proyek yang diteliti, data target audiens, dan analisis strategi promosi untuk mendapatkan pesan yang disampaikan.

### **BAB IV Konsep dan Perancangan**

Membahas tentang perancangan promosi yang terdiri dari konsep dan strategi komunikasi, kreatif, media dan visual yang sesuai untuk promosi pantai widuri

### **BAB V Penutup**

Berisi kesimpulan dan saran yang merupakan jawaban dari rumusan masalah dari perancangan promosi pantai Widuri di Kabupaten Pematang.