

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sumatera Barat menjadi salah satu provinsi di Indonesia yang dari segi geografisnya sangat berpotensi untuk dijadikan dan dikembangkan menjadi daerah atau provinsi objek wisata alam maupun wisata budaya, semua ini tentu saja didukung oleh alam Sumatera Barat yang bervariasi seperti laut dan pulau-pulau disekitarnya serta dilalui oleh pegunungan bukit barisan. Sumatera Barat merupakan salah satu provinsi yang memiliki berbagai tempat wisata yang indah untuk dikunjungi. Sumatera Barat ,memiliki tempat wisata alam yang banyak diminati oleh para wisatawan, baik dari warga lokal hingga wisatawan mancanegara.

Letak geografis yang langsung berbatasan dengan Samudera Hindia membuat Kota Padang menjadialah satu kawasan pariwisata unggulan yaitu wisata alam pantai dan kepulauan. Beberapa tempat yang cukup ramai di kunjungi oleh wisatawan diantaranya Pantai Pariaman, Pantai Carocok, Pantai Pasumpahan, Pantai Air Manis, Pantai Pagang, dan Pantai Pamutusan. Selain pantai terdapat pulau-pulau kecil yang berpasir putih yang sangat potensial dijadikan destinasi wisata bahari.

Dari banyaknya wisata kepulauan di Kota Padang salah satu wisatanya yaitu Kawasan Wisata Kepulauan Sungai Pisang. Lokasi wisata alam kepulauan Sungai Pisang terletak di Kecamatan Bungus Teluk Kabung, Kota Padang. Ada 2 opsi penyebrangan menuju ke Kawasan Wisata Kepulauan Sungai Pisang, yaitu Pelabuhan Muaro dan Dermaga Sungai Pisang. Nama daerah Sungai Pisang sendiri diambil dari aliran sungai atau muara di daerah itu yang ditumbuhi banyak pohon pisang. Kawasan wisata kepulauan Sungai Pisang memiliki 6 pulau di dalamnya yaitu Pasumpahan, Sikuai, Sirandah, Swarnadwipa, Pagang, dan Pamutusan.

Saat ini wisata kepulauan Sungai Pisang dikelola oleh Lembaga pemberdayaan masyarakat (LPM) Kecamatan Bungus Teluk Kabung, hal ini diberikan pengelolaannya oleh Dinas Pariwisata Kota Padang karena terdapat permasalahan dengan investor sebelumnya. Selaku

pengelola, masyarakat Sungai Pisang bekerja sama untuk menjaga infrastruktur dan sarana prasarana yang sudah ada dan dapat dimanfaatkan oleh para wisatawan.

Seiring perkembangan persaingan dan kemajuan teknologi saat ini, beberapa tempat wisata melakukan berbagai cara untuk meningkatkan penghasilan, peningkatan kunjungan wisatawan, serta pelayanan yang di tawarkan untuk melakukan strategi promosi mulai dari media konvensional sampai media digital yang mempermudah dalam pengelolaan bisnis pariwisata. Media konvensional yang diperlukan untuk melakukan strategi promosi adalah spanduk, brosur, poster, x baneer dan lain lain, semua media cetak dan konvensional yang di rancang berisikan semua informasi mengenai kawasan wisata kepulauan Sungai Pisang. media promosi utama di targetkan untuk wisatawan di dalam Sumatera Barat. Sedangkan media digital yang diperlukan untuk promosi adalah website. Website sebagai media promosi online merupakan salah satu media yang efektif untuk menyampaikan suatu informasi kepada khalayak umum. Peran website dalam bidang bisnis pariwisata yakni memudahkan masyarakat dalam pencarian informasi, media promosi, sebagai perantara dalam bertransaksi, serta menyediakan fitur reservasi fasilitas secara online sehingga masyarakat tidak perlu datang secara langsung untuk memesan fasilitas yang ada di wisata kepulauan Sungai Pisang.

Hingga saat ini, kawasan wisata kepulauan Sungai Pisang jarang dikunjungi oleh wisatawan baik wisatawan nasional maupun internasional, ada beberapa penyebab yaitu karena kurangnya informasi tentang apa saja keunikan yang ada di kepulauan Sungai Pisang, cara pemesanan fasilitas yang belum mempunyai media informasi dan media pemesanan, rute untuk menuju ke kepulauan Sungai Pisang dan juga beberapa faktor permasalahan pulau yang ada. Dari beberapa fenomena yang terjadi, saya sebagai penulis tertarik untuk mengambil judul Perancangan Media Promosi Kawasan Wisata Kepulauan Daerah Siungai Pisang. Dengan adanya spanduk, brosur dan media promosi utama yang lainnya dan website sebagai media pendukung, pengunjung dengan mudahnya mendapatkan informasi yang layak serta lebih mudah dalam proses reservasi dan menjadi salah satu media promosi yang efektif untuk mempromosikan kawasan wisata Sungai Pisang.

1.2 Permasalahan

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat diuraikan pokok permasalahan tersebut berupa:

1. Minimnya informasi mengenai keunikan yang dimiliki kawasan wisata kepulauan Sungai Pisang.
2. Banyak fasilitas kawasan wisata kepulauan Sungai Pisang yang belum dinikmati dan diketahui oleh pengunjung.
3. Terbatasnya informasi mengenai cara pemesanan fasilitas yang ada dan transportasi atau dermaga menuju ke kawasan wisata kepulauan Sungai Pisang.
4. Kawasan wisata kepulauan Sungai Pisang belum memiliki media promosinya sendiri seperti media *social*, media cetak dan yang lainnya.

1.2.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam Perancangan Tugas Akhir ini yaitu:

1. Bagaimana merancang media promosi yang informatif pada Kawasan wisata kepulauan Sungai Pisang sesuai dengan keilmuan Desain Komunikasi Visual?

1.3 Ruang Lingkup Masalah

Ruang lingkup masalah ini bertujuan agar pembahasan tidak keluar dari topik, adapun batasan mengenai permasalahan dalam penelitian sebagai berikut:

A. Apa

Kawasan wisata kepulauan Sungai Pisang terletak di Kecamatan Bungus Teluk Kabung, Kota Padang. Nama daerah Sungai Pisang sendiri diambil dari aliran sungai atau muara di daerah itu yang ditumbuhi banyak pohon pisang. kawasan wisata kepulauan sungai pisang mempunyai 6 pulau di dalamnya yaitu Pasumpahan, Sikuai, Swarnadwipa, Sirandah, Pagang, dan Pamutusan

B. Siapa

Target pengunjung untuk tempat wisata ini laki-laki/perempuan usia 18-25 tahun

dan mayoritas pengunjungnya ialah remaja, dewasa atau yang sudah berkeluarga. Secara tingkatan masyarakat, ditujukan untuk kalangan masyarakat menengah ke atas.

C. Tempat

Lokasi Kawasan wisata kepulauan Sungai Pisang terletak di Kecamatan Bungus Teluk Kabung, Kota Padang. Bisa ditempuh sekitar 40 menit dari pusat kota Padang. waktu yang di tempuh tiap pulau sekitar 15 – 30 menit dari dermaga Sungai Pisang.

D. Waktu

Perancangan dilakukan terhitung dari bulan Maret 2021 hingga Juli 2021

E. Mengapa

Perancangan media promosi ini bertujuan untuk memberikan informasi mengenai kawasan wisata kepulauan Sungai Pisang dan fasilitas yang belum Dinikmati pengunjung serta memajukan pariwisata Sumatera Barat khususnya kawasan wisata kepulauan Sungai Pisang kota Padang.

F. Bagaimana

Perancangan media promosi ini dilakukan dengan cara observasi langsung terhadap Kawasan wisata kepulauan Sungai Pisang dan pengamatan perilaku pengunjungnya. Menyebarkan kuesioner berupa link di media sosial. Wawancara kepada pengelola kawasan wisata kepulauan Sungai Pisang dan wawancara dengan wisatawan.

1.4 Tujuan Perancangan

Fungsi dan tujuan dalam perancangan media promosi dan media informasi pendukung untuk kawasan wisata kepulauan Sungai Pisang ini, adalah untuk memuat informasi yang lengkap sehingga wisatawan tidak lagi kesulitan menemukan atau mencari informasi tentang kawasan wisata Sungai Pisang dan dapat meningkatkan kunjungan wisata secara merata ke semua fasilitas yang ada di kawasan wisata kepulauan Sungai Pisang.

1.5 Metode Pengumpulan Data Dan Analisis

1.5.1 Metode Pengumpulan Data

Metode yang penulis gunakan dalam melakukan penelitian yaitu metodologi kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan metode yang digunakan penulis untuk memahami masalah dan keresahan dari setiap individu maupun kelompok terhadap objek tertentu. Sedangkan

strategi penelitian, penulis menggunakan strategi studi kasus, dimana peneliti memperhatikan setiap tingkah laku dan proses dari setiap individu maupun kelompok berdasarkan objek, lokasi, dan waktu yang telah ditentukan (Creswell, 2014).

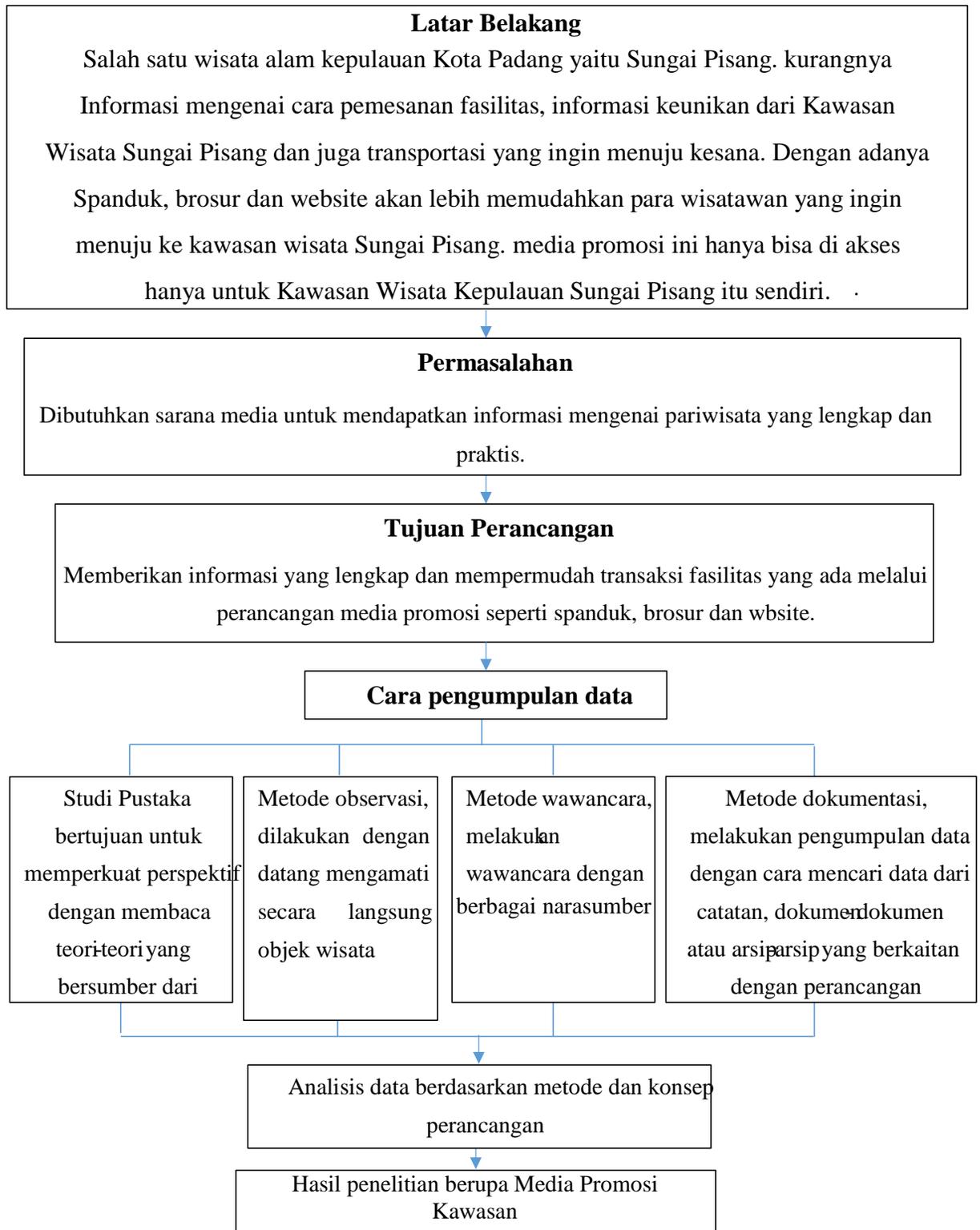
Berikut adalah beberapa teknik pengumpulan data yang akan dilakukan oleh penulis sebelum memutuskan untuk merancang:

1. Observasi menyeluruh terhadap kawasan wisata kepulauan Sungai Pisang dan Lembaga pemberdayaan Masyarakat selaku pengelola, serta mengamati isu yang beredar dengan terjun secara langsung maupun tidak langsung. Dalam pengamatan langsung, penulis melakukan observasi ke lokasi dan melakukan observasi melalui pencarian di internet berupa artikel-artikel.
2. Saya sebagai penulis melakukan beberapa wawancara kepada Dinas Pariwisata, Lembaga Pemberdayaan Masyarakat (LPM) , para pengelola kawasan wisata kepulauan Sungai Pisang dan wisatawan.
3. Saya sebagai penulis melakukan kuesioner kepada masyarakat usia dewasa khususnya penikmat wisata alam. Penyebaran kuesioner melalui link media social seperti whatshap, line, dan dm Instagram lebih efektif, penulis juga meminta bantuan sedikit kepada receptionist dan penjaga kasir dengan meletakkan kuesioner (google form) di tempat yang dimana pengunjung sering melakukan transaksi.
4. Studi Pustaka, dengan menggunakan beberapa sumber referensi keilmuan dari buku, internet, dan artikel Pustaka yang berkaitan dengan judul Tugas Akhir ini.
5. Saya sebagai penulis juga mencari beberapa referensi dari buku para ahli yang berkaitan dengan fenomena yang diangkat seperti buku mengenai Research Design, UI/UX, Web Design, Teori warna, Tipografi, Layout, Fotografi alam pemula maupun profesional, Analisis SWOT perbandingan dan Beberapa artikel online seperti explorewisata.com, smashingpages.com

1.5.2 Metode Analisis

Metode analisis yang digunakan dalam perancangan media promosi cetak maupun online dan media website sebagai media pendukung untuk kawasan wisata kepulauan Sungai Pisang adalah menggunakan cara analisis SWOT dan Analisis Matriks karya sejenis untuk membandingkan produk dengan pesaing sejenis, juga untuk membandingkan citra produk dan media promosi terdahulu dengan kompetitor sehingga dapat menjadi acuan untuk merancang strategi yang lebih kompetitif.

1.6 Kerangka Perancangan



Gambar 1.1 Kerangka Perancangan
(Sumber : Rakha Rizki Pradana, 2021)

1.7 Pembabakan

Penulisan Tugas Akhir ini disusun dengan cara sistematika penulisan yang terdiri dari lima bab. Bab tersebut terdiri atas lima bagian yang akan digambarkan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN, berisikan latar belakang masalah, identifikasi masalah, ruang lingkup, tujuan perancangan, cara pengumpulan data dan analisis, kerangka perancangan, dan pembabakan.

BAB II LANDASAN TEORI, menjelaskan teori-teori dan pedoman secara desain komunikasi visual yang berhubungan dengan perancangan identitas lokasi wisata dan implementasinya pada media promosi dan mencari beberapa referensi dari buku-buku ahli yang berkaitan dengan fenomena yang diangkat seperti buku mengenai Research Design, Pariwisata, Destination Branding, Media Promosi cetak maupun online, Strategi periklanan, Merancang Website, Buku referensi mengenai UI/UX, Teori Layout media cetak maupun online, Tipografi untuk media cetak maupun online, Photography alam, Teori Warna dan kreativitas, dan Beberapa artikel online wisata seperti explorewisata.com.

BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH, hasil data, teori, analisis dan kesimpulan objek penelitian yang diperoleh sebagai acuan dalam perancangan.

BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN, menjelaskan tentang konsep yang akan di gunakan dalam perancangan serta menampilkan hasil perancangan.

BAB V PENUTUP, pada bagian bab ini merupakan penutup dari penelitian tugas akhir. Berisi kesimpulan dari Tugas Akhir dan saran yang diharapkan dapat mejadai manfaat bagi penulis dan pembaca.