

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Hiburan adalah salah satu cara manusia untuk mencari kesenangan dan menjadi pelipur hati. Padatnya aktivitas membuat manusia saat ini menjadikan hiburan salah satu kebutuhan mereka. Hiburan biasanya berbentuk film, musik, buku, hingga olahraga. Fungsi hiburan ini sangat penting. Selain menjadi salah satu penghilang penat, hiburan juga mampu untuk menjadi media berinteraksi. Salah satu media interaksi hiburan adalah taman hiburan atau theme park. Theme park adalah sebuah taman hiburan tematik yang menjadi salah satu tempat untuk berekreasi. Kemunculan sebuah theme park di Tangerang akan sangat berpengaruh bagi kesehatan rohani dan jasmani masyarakat sekitar Tangerang.

Tangerang dikenal dengan sebagai kabupaten industri, hampir setiap wilayah di dalam Kabupaten Tangerang terdapat pabrik. Sebagai tempat pusatnya industri, masyarakat yang tinggal di sana pasti perlu suatu tempat untuk melepas penat karena selalu terpapar debu yang keluar dari pabrik. Maka dari itu pihak Ciputra memutuskan untuk membuat sebuah theme park yaitu “World of Wonders”.

World of Wonders adalah theme park yang berlokasi di Tangerang. Taman hiburan ini mengusung tema keajaiban dunia. Dengan miniatur bangunan bersejarah serta wahana yang disuguhkan oleh World of Wonders ini membuat taman hiburan yang satu ini memiliki keunikannya tersendiri.

Jarangnya pengunjung baru yang datang ke tempat ini serta pengunjung yang sudah datang rata-rata enggan untuk berkunjung kembali membuat penulis ingin meneliti apa penyebab masalahnya. Penulis melihat pengunjung yang datang kemari kebanyakan dari rombongan anak sekolah daerah sekitar. Kalaupun masa liburan datang, hanya ada zmedia promosi yang digunakan dan promosi yang dibuat kurang menarik minat para target audiens.

Berdasarkan pernyataan dari paragraf sebelumnya maka penulis akan melakukan sebuah perancangan promosi theme park World of Wonders dengan mengedepankan aspek USP.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

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

1. Kurangnya mempromosikan USP yang ada dari theme park World of Wonders.
2. Media promosi yang digunakan kurang menarik minat target audiens.

## **1.3 Rumusan Masalah**

Sesuai dengan identifikasi masalah di atas, maka dapat ditemukan rumusan masalahnya sebagai berikut:

1. Bagaimana cara merancang promosi yang tepat untuk theme park World of Wonders?
2. Seperti apa strategi media dan visual yang tepat untuk promosi theme park World of Wonders?

## **1.4 Ruang Lingkup**

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

- A. Perancangan tugas akhir ini memfokuskan pada perancangan strategi promosi dan media promosi yang dilakukan terhadap destinasi wisata World of Wonders.
- B. Hasil perancangan akan diterapkan pada destinasi wisata World of Wonders di Tangerang.

- C. Target audiens dari perancangan strategi promosi dan media promosi destinasi wisata World of Wonders adalah usia 18-24 tahun atau dewasa awal dengan kelompok ekonomi golongan ses B.

### **1.5 Tujuan Perancangan**

Dari rumusan masalah di atas, maka tujuan perancangannya adalah sebagai berikut:

1. Terancangnya strategi promosi yang akan dilakukan oleh penulis agar dapat meningkatkan jumlah pengunjung yang datang.
2. Terealisasinya strategi media dan visual yang tepat untuk mempromosikan theme park World of Wonders sehingga awareness masyarakat tentang World of Wonders meningkat.

### **1.6 Manfaat Perancangan**

Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bisa mengamati dan mencari solusi dari masalah sebuah landmark.
2. Hasil penelitian ini bisa menjadi acuan untuk orang lain yang melakukan penelitian yang sejenis.

### **1.7 Metode Penelitian**

Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif. Menurut Saryono (2010), Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang digunakan untuk menyelidiki, menemukan, menggambarkan, dan menjelaskan kualitas atau keistimewaan dari pengaruh sosial yang tidak dapat dijelaskan, diukur atau digambarkan melalui pendekatan kuantitatif.

#### **1.7.1 Metode Pengumpulan Data**

#### A. Observasi

Menurut Riyanto (2010:96), Observasi adalah metode pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan langsung terhadap objek yang akan diteliti dan dengan pengamatan secara langsung akan mendapatkan data atau hasil yang diinginkan.

Dengan metode observasi ini penulis mendapatkan pengalaman dan pengetahuan tentang objek yang akan diteliti. Pengalaman dan pengetahuan yang didapatkan sangat personal dan hal-hal yang tidak diucapkan pada saat melakukan wawancara kepada partisipan.

#### B. Wawancara

Menurut Esterberg dalam Sugiyono (2015:72), Wawancara adalah metode yang dilakukan untuk mencari informasi atau data dengan melakukan pertemuan dua orang melalui tanya jawab sehingga akan dapat dikonstruksikan dalam topik tertentu.

Pada perancangan kali ini penulis akan mewawancarai pihak pengelola theme park World of Wonders dan untuk mendapatkan sampel dari target audiens penulis akan mewawancarai mahasiswa yang ada di daerah sekitar wilayah penelitian.

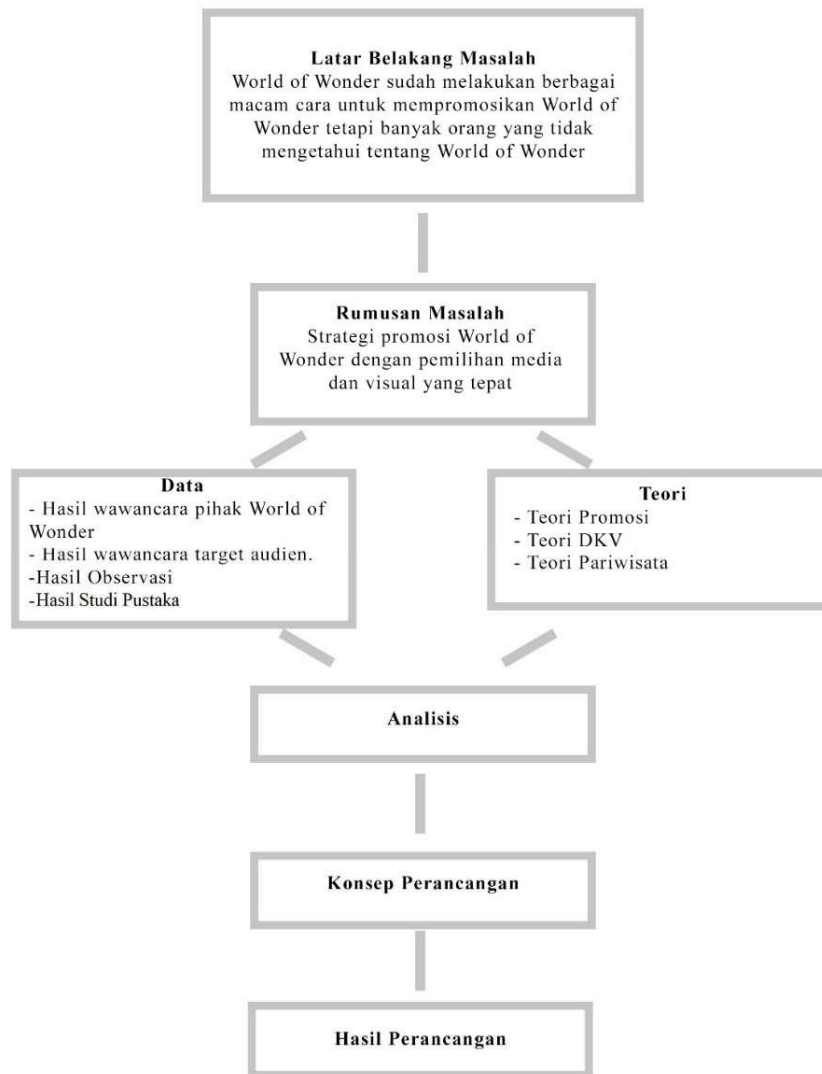
#### C. Studi Pustaka

Menurut Nazir (2013:93), Studi Pustaka adalah metode pencarian data melalui catatan, buku, penelitian sejenis, dan sebagainya. Setelah data yang dicari ditemukan, penulis mempelajari data yang telah didapatkan. Beberapa teori yang akan digunakan oleh penulis adalah teori promosi, teori pariwisata, dan teori DKV

### **1.7.2 Metode Analisis**

Metode analisis yang digunakan dalam perancangan kali ini adalah dengan analisis SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, Threats). Menurut Rangkuti (2006) analisis SWOT adalah identifikasi dari berbagai faktor secara sistematis yang berguna dalam perumusan strategi perusahaan. Yang mendasari analisis ini yaitu bagaimana bisa memaksimalkan Strength dan Opportunities, dan di sisi lain secara bersama-sama meminimalkan Weaknesses dan Threats.

### 1.8 Kerangka Perancangan



Gambar 1.1 Kerangka Perancangan  
Sumber : Data Pribadi Penulis

### 1.9 Pembabakan

1) Bab I Pendahuluan

Pada Bab I, Penulis menjelaskan latar belakang permasalahan yang akan diangkat, lalu diidentifikasi satu persatu agar penulis mengetahui permasalahan yang akan di hadapi. Lalu terdapat rumusan masalah, ruang lingkup, tujuan perancangan, metode pengumpulan data, kerangka Penelitian, dan terakhir pembabakan.

2) Bab II Tinjauan Pustaka

Pada Bab II, penulis menjelaskan tentang teori – teori yang akan digunakan sebagai dasar pada saat membuat penulisan. Teori yang dipakai adalah teori promosi, teori DKV, dan teori pariwisata

3) Bab III Data dan Analisis Masalah

Pada Bab III, penulis menjelaskan mengenai data dan analisis masalah yang telah didapatkan. Data berupa informasi perusahaan, jumlah wahana, produk, target audien, promosi sebelumnya, dan yang terakhir data kompetitor. Serta analisis berupa perbandingan SWOT dengan kompetitor.

Bab IV Konsep dan Hasil Rancangan

Pada Bab IV, Penulis menjelaskan mengenai konsep dan hasil rancangan yang telah dibuat sesuai dengan data dan teori yang telah dianalisis.

4) Bab V Penutup

Pada Bab V, penulis menjelaskan kesimpulan yang didapat dari perancangan yang telah dilakukan serta saran yang bisa disampaikan oleh penulis.