

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Zamrud khatulistiwa merupakan julukan yang cocok untuk Indonesia karena banyak menyimpan keberagaman kekayaan alam, budaya, dan juga kuliner. Indonesia adalah negara kepulauan terbesar di dunia dengan jumlah pulau sebanyak 17.491 yang membentang dari Sabang sampai Merauke. Dengan keindahan alam, kebudayaan, sejarah, kuliner, religi, dan lain sebagainya, hal itu menjadikan Indonesia sebagai tujuan wisata bagi wisatawan mancanegara dan juga wisatawan domestik. Sulawesi selatan merupakan provinsi di Indonesia yang berada pada bagian selatan pulau Sulawesi, secara geografi Sulawesi Selatan terletak pada posisi yang sangat strategis karena letaknya berada tepat di tengah-tengah Indonesia. Sulawesi Selatan kaya akan potensi wisata alam, budaya, sejarah, dan kuliner. Salah satu destinasi wisata yang menarik dikunjungi di Sulawesi Selatan adalah Kawasan Wisata Goa Prasejarah Leang-Leang di Maros, tempat ini cukup menarik perhatian para wisatawan mancanegara maupun wisatawan domestik. Tempat ini menyimpan sejarah awal mula kebudayaan ditemukan, lukisan telapak tangan ditemukan pada dinding taman prasejarah Leang-Leang. Lukisan tangan itu ditemukan oleh dua orang dari Belanda yaitu Van Heekeren dan Heeren Palm. Mereka menemukan lukisan-lukisan itu pada dinding goa di Goa Pettae dan Petta Kere pada tahun 1950. Usia lukisan-lukisan itu diperkirakan sekitar 5.000 tahun. Beberapa arkeolog berpendapat bahwa beberapa diantara goa-goa tersebut telah dihuni sejak 8.000-3.000 sebelum masehi (Anggraini, 2014: 22).

Tempat Wisata Goa Prasejarah Leang-Leang adalah tempat wisata cagar budaya yang memiliki potensi sangat besar dan masih bisa dikembangkan, Tempat ini menyajikan wisata edukasi tentang kepurbakalaan dan juga pemandangan alam disekitarnya yang dikelilingi dengan pegunungan karst yang melintang dari Kabupaten Maros hingga Kabupaten Pangkep. Kata “Leang-leang” merupakan sebutan untuk “gua” dalam bahasa Bugis, jadi Leang-leang bisa dibilang kumpulan Gua. Taman ini memiliki banyak gua tempat peninggalan arkeologis dari masyarakat kuno disimpan. Para arkeolog percaya bahwa beberapa gua di daerah

itu dihuni antara 3000 dan 8000 SM. hidup. Hal ini dapat dibuktikan dengan adanya puluhan gambar telapak tangan manusia di dinding gua, lukisan prasejarah dengan penampakan rusa babi yang melompat, ada juga benda-benda laut yang berbentuk, menunjukkan bahwa gua itu pernah banjir dan dikelilingi oleh laut (Gazali, 2017).

Selama terjadinya masa pandemi Covid-19, masyarakat Indonesia terkhususnya di provinsi Sulawesi Selatan banyak yang dirumahkan. Karena dirumahkan banyak dari masyarakat tersebut yang merasah jenuh. Menurut data dari BPS Sulawesi Selatan mengatakan sebanyak 56.9% masyarakat Sulawesi Selatan merasa jenuh berdiam di rumah (BPS Sulawesi Selatan, 2021). Hal itu tidak baik untuk kesehatan mental seseorang, karena itu berwisata menjadi jawaban untuk menghilangkan kejenuhan tersebut. Karena menurut Mill & Morrison (2009) dalam Suwena (2017) menjelaskan tentang teori Maslow terkait dengan motivasi perjalanan. Ada tujuh faktor yang mendorong orang melakukan perjalanan. Salah satunya adalah relaksasi. Relaksasi adalah upaya untuk melepaskan dan menikmati ketegangan fisik dan mental yang Anda alami.

Dengan keunikan dan kelebihan yang dimiliki Tempat Wisata Goa Prasejarah Leang-Leang yang jarang ditemui pada tempat wisata lainnya, seharusnya tempat wisata ini bisa menarik lebih banyak pengunjung untuk berkunjung. Dari hasil wawancara yang dilakukan dengan salah satu pegawai pihak pengelola Tempat Wisata Goa Prasejarah Leang-Leang mengatakan kalau promosi yang dilakukan terbatas seperti hanya ada kurang lebih 5 postingan yang membahas tentang tempat wisata tersebut dan belum bisa meningkatkan *brand awareness* target audiens.

Berdasarkan fenomena diatas penulis menganggap bahwa Tempat Wisata Goa Prasejarah Leang-Leang layak untuk dijadikan objek penelitian, dan penulis berencana mewarkan solusi membuat strategi promosi yang bisa meningkatkan *brand awareness* target audiens.

1.2 Permasalahan

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan diatas, maka identifikasi masalahnya sebagai berikut:

1. Wisata Goa Prasejarah Leang-Leang sudah lama melakukan sebuah promosi tetapi penggunaan media informasi dan promosi yang digunakan belum bisa menarik perhatian masyarakat umum.
2. Keunikan dan kelebihan yang dimiliki oleh Tempat Wisata Goa Prasejarah Leang-Leang belum banyak diketahui oleh masyarakat.

1.2.2 Rumusan masalah

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

1. Bagaimana merancang strategi promosi Tempat Wisata Goa Prasejarah Leang-Leang yang bisa meningkatkan *brand awareness* dari target audiens?
2. Bagaimana cara memperkenalkan kelebihan dan keunikan yang dimiliki oleh Tempat Wisata Goa Prasejarah Leang-Leang kepada masyarakat?

1.3 Ruang Lingkup

Ruang lingkup dalam penelitian ini adalah Wisata Goa Prasejarah Leang-Leang yang berada di Kel. Leang-Leang, Kec. Bantimurung, Kab. Maros, Sulawesi Selatan. Target audiens dari perancangan ini adalah masyarakat Kabupaten Maros dan sekitarnya seperti Kota Makassar, Kab. Pangkep, dan Kab. Bone, dengan rentang usia 17-25 tahun, status ekonomi sosial B atau menengah. Penelitian ini dilakukan selama masa tugas akhir yaitu mulai bulan Maret 2022 sampai dengan Agustus 2022.

1.4 Tujuan Perancangan

Tujuan perancangan yang akan penulis capai dengan tugas akhir ini sebagai berikut:

1. Menciptakan strategi promosi Tempat Wisata Goa Prasejarah Leang-Leang yang tepat sehingga bisa meningkatkan *brand awareness*.
2. Menciptakan media visual Tempat Wisata Goa Prasejarah Leang-Leang yang tepat untuk meningkatkan *brand awareness*.

1.5 Metodologi Pengumpulan Data dan Analisis

Penulis akan menggunakan metode kualitatif, menurut Muri Yusuf (2014: 329) metode kualitatif adalah strategi yang mencari makna, pemahaman, konsep, sifat, simbol, gejala dan juga deskripsi suatu fenomena melalui pertanyaan. Secara sederhana, metode kualitatif bertujuan untuk mencari jawaban atas suatu fenomena atau pertanyaan dengan menggunakan metode ilmiah yang dilakukan secara sistematis dengan menggunakan pendekatan kualitatif.

1.5.1 Pengumpulan Data

Untuk metode pengumpulan yang digunakan penulis ada empat yaitu:

a. Metode Observasi

Proses mengumpulkan data dan informasi dengan cara mengamati secara cermat dengan melibatkan semua indera. Observasi akan dilakukan dengan bantuan media seperti kamera. Menurut teori observasi mengamati serta mencatat unsur yang ada pada objek imaji atau gambar. Gambar akan dilihat secara teliti, dan selanjutnya akan memberikan sensasi menuju otak dengan tujuan untuk diolah menjadi persepsi kemudian dirangkai menjadi sebuah informasi (Didit Widiatmoko Soewardikoen, 2021: 49).

b. Metode Wawancara

Metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara menanyakan hal-hal yang dibutuhkan secara terstruktur, dengan mengajukan pertanyaan kepada narasumber yakni pengelola Wisata Goa Prasejarah Leang-Leang. Menurut teori wawancara adalah proses interaksi antara pewawancara (*interviewer*) dengan narasumber atau responden (*interviewee*) melalui komunikasi langsung (Muri Yusuf, 2014: 372).

c. Studi Pustaka

Metode pengumpulan data menggunakan teori yang berbeda dari sumber yang berbeda seperti buku, jurnal, literatur dan laporan yang membahas masalah yang dihadapi. Studi sastra adalah studi teoritis dan referensi lain yang terkait dengan nilai, budaya, dan norma yang berlaku untuk konteks sosial yang dipelajari (Sugiyono, 2013: 291). Dengan studi pustaka penulis

akan menggunakan teori desain komunikasi visual, pariwisata, pemasaran, dan periklanan.

d. Kuesioner

Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan memberikan pertanyaan telah disusun secara terstruktur kepada responden secara ataupun tidak langsung. Penulis akan menyebarkan kuesioner ke responden yang berdomisili di Kabupaten Maros dan kota-kota sekitarnya, dengan target responden minimal 100 orang, pertanyaan yang ditanyakan seputar Wisata Goa Prasejarah Leang-Leang. Secara teori kuesioner adalah memberikan rangkaian pertanyaan yang berhubungan dengan topik tertentu dan disebarkan kepada kelompok individu dengan tujuan untuk mendapatkan data (Muri Yusuf, 2014: 199).

1.5.2 Metode Analisis

Penulis menggunakan 3 metode analisis yaitu:

a. AISAS

AISAS merupakan singkatan dari *attention* (perhatian), *interest* (ketertarikan), *search* (cari/pencarian), *action* (aksi), dan *share* (berbagi). AISAS merupakan model komunikasi pemasaran yang didapatkan dari berkembangnya teknologi. AISAS dirancang agar dapat lebih dekat dengan target audiens dengan memerhatikan perubahan tingkah laku mereka (Sugiyama dan Andree, 2011: 51, 79).

b. AOI

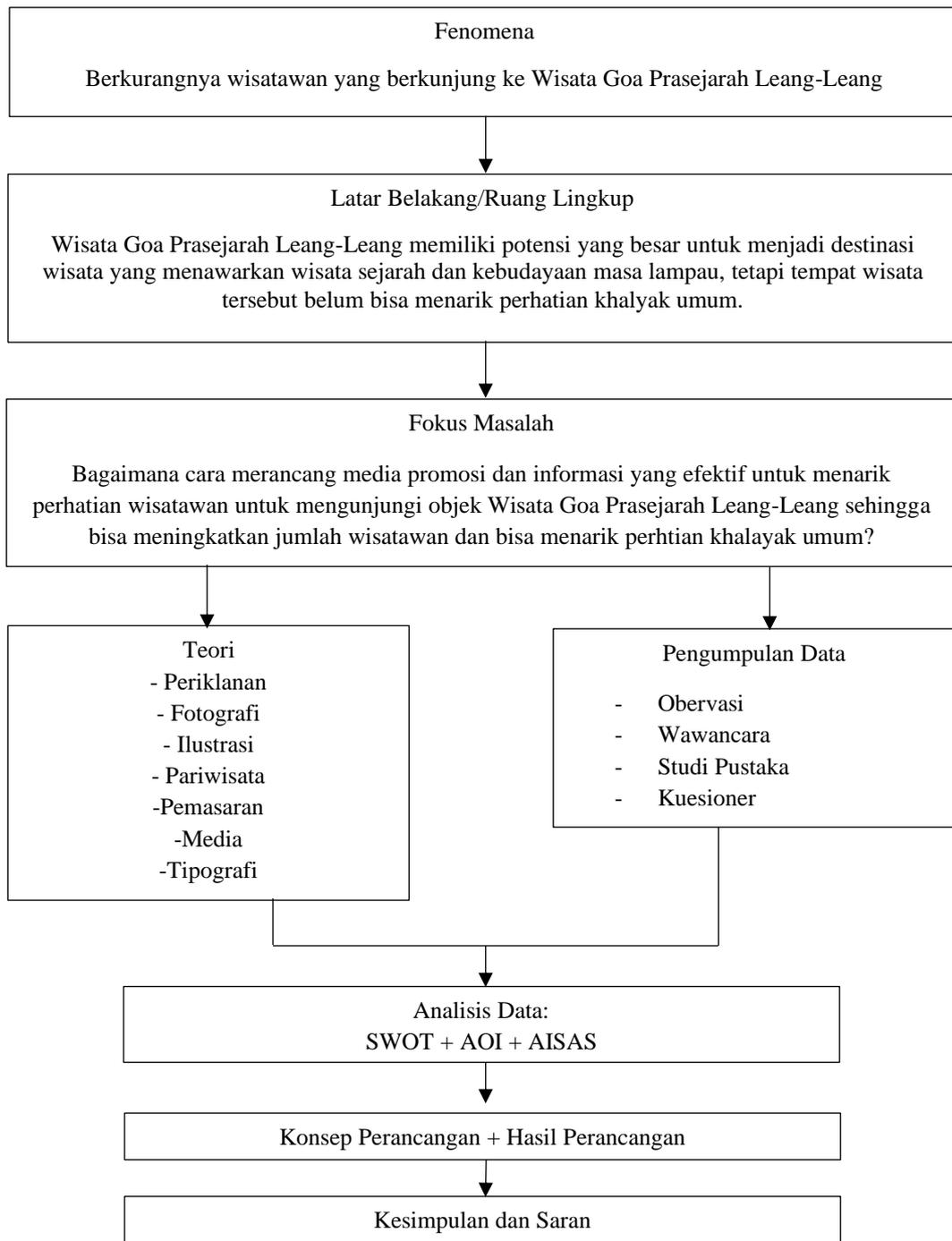
Metode AOI digunakan untuk melakukan pendekatan terhadap target audiens, dengan cara mengetahui tentang karakteristik gaya hidup mereka. AOI merupakan singkatan dari *activities* (aktivitas), *opinions* (opini), dan *interest* (ketertarikan) (Moriarty, dkk., 2011: 179).

c. SWOT

Analisis SWOT biasanya digunakan untuk menilai dan menganalisis suatu perusahaan dengan memerhatikan faktor internal yang terdiri dari *strength* (kekuatan), *weakness* (kelemahan), serta faktor eksternal atau faktor dari luar yaitu *opportunity* (peluang) dan *threat* (ancaman). Analisis SWOT dilakukan dengan cara membuat matriks antara faktor

eksternal pada sisi bagian vertikal dan faktor internal pada sisi bagian horizontal, dan selanjutnya akan dipilih satu kotak untuk menentukan rancangan strategi apa yang akan digunakan (Soewardikoen, 2021: 114).

1.6 Kerangka Perancangan



Tabel 1.1 Kerangka Perancangan
(Sumber: Dokumen Pribadi tahun 2022)

1.7 Pembabakan

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini dijelaskan mengenai latar belakang, identifikasi masalah, rumusan masalah, ruang lingkup, tujuan perancangan, pengumpulan data, kerangka perancangan, dan pembabakan.

BAB II DASAR PEMIKIRAN

Berisikan beberapa dasar teori yang dikutip secara relevan sebagai pijakan agar dapat menganalisis/menguraikan permasalahan dalam perancangan. Teori-teori yang akan digunakan adalah teori desain komunikasi visual, pariwisata, pemasaran, dan periklanan.

BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH

Menguraikan hasil pengumpulan data secara sistematis dan dapat diuraikan, seperti hasil observasi, kuesioner, daftar pustaka, serta wawancara dan menganalisis berdasarkan gagasan terhadap hasil survey sehingga menghasilkan rangkuman-rangkuman.

BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN

Menjelaskan tentang ide pokok dan konsep pesan, konsep kreatif, konsep media, konsep visual, dan konsep bisnis yang akan diterapkan dan digunakan dalam merancang. Hasil perancangan yang dimulai sketsa hingga penerapan visual pada media.

BAB V PENUTUP

Menyimpulkan akhir mengenai hasil dari rangkuman serta saran yang berhubungan dengan ide atau solusi terhadap permasalahan