

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan salah satu negara kepulauan terbesar di dunia. Indonesia memiliki 17.504 pulau yang tersebar di 38 provinsi, menurut informasi dari Direktorat Jenderal Pemerintahan Umum, Kementerian Dalam Negeri yang diterbitkan oleh Badan Pusat Statistik. Provinsi dengan jumlah pulau terbanyak adalah Kepulauan Riau dengan 2.408 pulau, Maluku Utara memiliki 1.474 pulau, diikuti oleh Papua Barat dengan 1.945 pulau. Daerah Istimewa Yogyakarta dan Jambi merupakan provinsi dengan pulau paling sedikit, masing-masing hanya memiliki 19 pulau. Wilayah Indonesia mencakup area seluas 1,91 juta kilometer persegi, membentang dari Sabang hingga Merauke, dengan populasi sekitar 265 juta jiwa.

Saat ini, Indonesia memiliki banyak destinasi eksotis dan memukau. Selain keanekaragaman wisata alam, wisata budaya dan sejarah. Hal ini disebabkan oleh ratusan suku budaya yang tersebar dari Sabang sampai Merauke. Pariwisata dapat menyumbang hingga 10% dari produk domestik bruto global, menjadikannya industri terbesar di dunia. Dampak besar sektor pariwisata memungkinkan terciptanya lapangan kerja bagi masyarakat melalui berbagai jenis usaha, dan negara dapat memperoleh pendapatan dalam bentuk devisa.

Karena pariwisata memiliki dampak sosial dan ekonomi terhadap masyarakat selama perkembangannya, pariwisata memiliki kesamaan dengan sektor ekonomi lainnya. Dampaknya dapat berdampak positif atau negatif terhadap kehidupan masyarakat di daerah tersebut. Agar masyarakat setempat dapat berpartisipasi dalam perencanaan dan pengembangan pariwisata, diperlukan perencanaan yang komprehensif yang mempertimbangkan berbagai faktor, terutama faktor sosial dan ekonomi, untuk menghindari dampak negatif.

Industri pariwisata Indonesia tengah mengalami perkembangan pesat dan akhir-akhir ini mendapat perhatian dari pemerintah. Pertumbuhan industri pariwisata tersebut tentu saja turut menyumbang pada peningkatan nilai tukar mata uang negara. Pemerintah dituntut untuk mengembangkan program-program yang mampu menarik minat wisatawan domestik maupun

mancanegara mengingat tingginya jumlah wisatawan yang berkunjung ke berbagai destinasi wisata di Indonesia.

Berdasarkan data Dinas Pariwisata Kabupaten Lebak, Rangkasbitung merupakan ibu kota Kabupaten Lebak, salah satu kabupaten di Provinsi Banten. Di sebelah utara, kabupaten ini berbatasan dengan Kabupaten Serang dan Kabupaten Tangerang, di sebelah timur berbatasan dengan Provinsi Jawa Barat, di sebelah selatan berbatasan dengan Samudra Hindia, dan di sebelah barat berbatasan dengan Kabupaten Pandeglang. Kabupaten Lebak terdiri atas 28 kecamatan, yang dibagi lagi atas 340 desa dan 5 kelurahan. Pusat pemerintahan berada di Kecamatan Rangkasbitung, yang berada di bagian utara wilayah kabupaten Lebak, Kota ini dilintasi oleh jalur rangkaian kereta api Jakarta-Merak dan juga jalan tol Serang-Panimbang. Kabupaten Lebak memiliki luas wilayah 304.472 ha (3.044,72 km²) dan terletak pada posisi 105 25' – 106 30 BT dan 618' – 700' LS. Wilayah Kabupaten Lebak berupa dataran rendah di bagian utara dan pegunungan di bagian selatan, dengan puncak Gunung Halimun di ujung tenggara yang berbatasan dengan Kabupaten Sukabumi dan Kabupaten Bogor.

Kabupaten Lebak memiliki keindahan alam, budaya, dan terutama adalah keindahan pantainya. Kabupaten Lebak juga memiliki letak geografis yang unik yang dapat dijadikan Kawasan Pariwisata mulai dari bukit, sungai, gua, dan garis pantai yang panjang menyebabkan banyaknya objek wisata pantai di Kabupaten Lebak karena setiap objek alam memiliki potensi untuk dijadikan objek wisata alam, dengan nilai yang berbeda-beda. Bentang alam sebagai sumberdaya wisata menjadi penentu ada atau tidaknya kegiatan wisata alam tersebut, dengan jumlah pengunjung wisatawan tahun 2023 Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Lebak mencatat sebanyak 831.296 ribu wisatawan berkunjung ke Kabupaten Lebak.

Dalam perkembangan pariwisata di Kabupaten Lebak, pemerintah turut berperan dalam pengembangan industri pariwisata melalui upaya peningkatan fokus kualitas pada enam destinasi unggulan pariwisata Kabupaten Lebak yang dinamakan “*Six Fantastic*” yaitu meliputi Suku Baduy, Seba Budaya Baduy, Negri di Atas Awan Citorek, Kebun Teh Cikuya, Pantai Sawarna, dan Pantai Bagedur. Ke enam destinasi tersebut menjadi fokus utama peningkatan kualitas pariwisata daerah meliputi peningkatan kualitas sarana pendukung, peningkatan sarana promosi media sosial maupun media konvensional, dan juga peningkatan edukasi kepariwisataan terhadap masyarakat lokal sebagai pelaku pariwisata. Tentu saja Pariwisata juga berdampak pada pertumbuhan ekonomi masyarakat lokal dengan

berkembangnya Pariwisata di Kabupaten Lebak dapat melahirkan kluster perekonomian baru bagi masyarakat sehingga mengatasi kemiskinan. namun sayangnya laju pertumbuhan Pariwisata Kabupaten Lebak tidak diiringi dengan media promosi dan informasi yang baik sehingga masih minimnya pengetahuan masyarakat luas mengenai potensi Pariwisata Kabupaten Lebak.

Penelitian ini adalah sebagai dasar dalam perancangan media promosi dan informasi Pariwisata Kabupaten Lebak, agar masyarakat lebih mengenal potensi Pariwisata Kabupaten Lebak dengan cara meningkatkan promosi, baik promosi secara langsung dan juga promosi menggunakan platform media digital sebagai sarana promosi. Hal tersebut dapat meningkatkan Pariwisata dan budaya Kabupaten Lebak.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan dari latar belakang diatas dapat diidentifikasi:

1. Masih kurang efektifnya media promosi pariwisata Kabupaten Lebak.
2. Masyarakat masih belum mengetahui Pariwisata apa saja yang ada di Kabupaten Lebak.
3. Perlunya perancangan sebuah media promosi yang efektif untuk mempromosikan Pariwisata Kabupaten Lebak.
4. Masih jarang media promosi yang mempromosikan Pariwisata dan kebudayaan Kabupaten Lebak sehingga masyarakat tidak mengetahui Pariwisata apa saja yang ada di Kabupaten Lebak.

1.3 Rumusan Masalah

Bagaimana perancangan media promosi yang efektif untuk meningkatkan pesan penyampaian informasi kepada masyarakat tentang destinasi pariwisata Kabupaten Lebak melalui media digital ataupun media konvensional, serta menentukan strategi yang tepat dan memanfaatkan peranan media agar wisatawan mengetahui destinasi Pariwisata dan kebudayaan Kabupaten Lebak.

1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.4.1 Tujuan

Tujuan penelitian ini adalah untuk meningkatkan promosi Pariwisata Kabupaten Lebak secara informatif dan juga menentukan media promosi yang sesuai.

1.5 Ruang Lingkup

Ruang lingkup penelitian ini mencakup:

- a. Penelitian ini dilakukan untuk menentukan perancangan media promosi bertujuan untuk mengenalkan Pariwisata Kabupaten Lebak kepada wisatawan.
- b. Penentuan tujuan promosi mengidentifikasi tujuan dari peningkatan minat wisatawan yang berkunjung ke Kabupaten Lebak dari kampanye promosi Pariwisata dan budaya.
- c. Penentuan target audiens guna mengetahui siapa target audiens melalui riset demografi, perilaku, preferensi dan kebiasaan dari target audiens.
- d. Analisis media yang tersedia meninjau berbagai jenis media promosi yang tersedia dan relevan dengan target audiens dan mengidentifikasi kekurangan dan kelebihan dari media promosi.
- e. Pemilihan media promosi yang sesuai, serta perancangan strategi promosi.

1.6 Metode Pengumpulan Data dan Analisis

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

Metodologi penelitian dilakukan dengan metode design yang mengumpulkan data kualitatif dari wawancara. Sedangkan data kualitatif dilakukan dengan melakukan kuesioner yang disebarakan kepada responden.

a. Primer

1. Wawancara

Wawancara dilakukan dengan seorang ahli dibidang Pariwisata daerah Kabupaten Lebak yaitu Kepala Seksi Strategi Industri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Kabupaten Lebak.

2. Kuesioner

Menyebarkan kuesioner pertanyaan yang berkaitan dengan penelitian. Lalu disebarakan kepada target audiens sebagai acuan data pendukung penelitian.

3. Observasi

Dilakukan secara langsung dengan mendatangi tempat Pariwisata yang ada di Kabupaten lebak.

b. Sekunder

1. Studi Pustaka Cetak
2. Studi Pustaka Digital

1.6.2 Metode Analisis Data

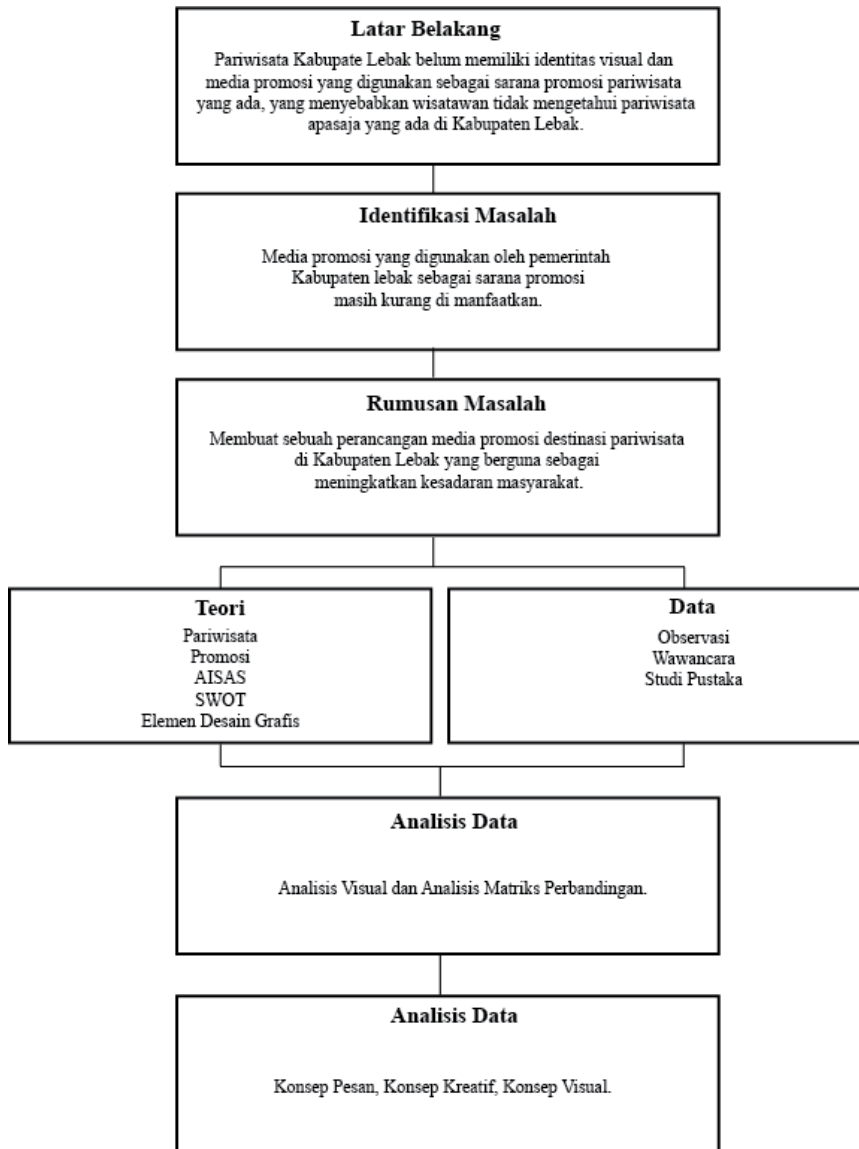
a. Analisis SWOT

Analisis yang berupaya membedakan antara peluang dan ancaman serta kekuatan dan kelemahan, sehingga dapat membantu dalam merancang media yang diperlukan.

b. Matriks Perbandingan

Analisis ini bertujuan untuk menyimpulkan dari sebuah informasi yang telah didapatkan, objek perbandingan konsep ini adalah dari penggunaan media promosi dari berbagai macam daerah yang ada di Indonesia.

1.7 Kerangka Penelitian



Gambar 1.1 Kerangka Penelitian

(Sumber : Data Penulis, 2023)

1.8 Pembabakan

a. BAB I Pendahuluan

Berisikan informasi terkait latar belakang permasalahan yang diangkat di lingkungan yang berkaitan dengan promosi Pariwisata Kabupaten Lebak berdasarkan data yang diperoleh dari identifikasi masalah, perumusan masalah, ruang lingkup penelitian, dan tujuan perencanaan, bagaimana proses pengambilan data dan analisis, dan kerangka penelitian.

b. BAB II Landasan Teori

Landasan teori yang menjabarkan dan menguatkan data untuk memecahkan masalah yang telah dijabarkan pada bab sebelumnya. Teori yang dijelaskan adalah teori berkaitan dengan teori pemasaran, strategi pemasaran, bauran pemasaran, periklanan, AISAS, elemen desain grafi, dan juga unsur-unsur visual. Bab ini diakhiri dengan kerangka teori dan asumsi.

c. BAB III Data dan Analisis

Pada bagian ini berisikan data yang telah didapat baik melalui observasi, wawancara maupun kuesioner dan studi Pustaka. Setelah itu dapat dilanjutkan dengan analisis data, kesimpulan wawancara yang dilakukan dengan Bapak Iwan Setiawan selaku kepala seksi Dinas Pariwisata Kabupaten Lebak, dan analisis hasil kuesioner, analisis SWOT, analisis matriks perbandingan, dan pengambilan kesimpulan

d. BAB IV Konsep Hasil Perancangan

Bab IV dijadikan sebagai perancangan dan konsep dan hasil.

e. BAB V Kesimpulan

Pada Bab V berisi kesimpulan dan saran dari laporan penelitian