

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Indonesia merupakan negara kepulauan dengan pulau yang berjumlah 17.504 pulau dan luas lautan yang mencapai 3,25 juta km² (99.co, 2019). Dengan luasnya perairan di tanah air ini membuat Indonesia memiliki banyak lokasi yang bisa dijadikan tempat wisata bermain air sekaligus dijadikan tempat konservasi untuk hewan-hewan dan tumbuhan-tumbuhan yang ada di lautan luas.

Teluk Kiluan Lampung merupakan sebuah lokasi Wisata Bahari yang menawarkan pengalaman baru bagi para wisatawan yang mencintai lautan dan perairan yang luas. Tidak hanya menawarkan pantai bersih yang indah, Teluk Kiluan juga menawarkan kesempatan bagi wisatawan untuk berkunjung ke habitat asli dari hewan mamalia lumba-lumba.

Wisatawan Lampung tentunya sangat menyukai Teluk Kiluan terbukti dari tingginya wisatawan yang mengunjungi Teluk Kiluan pada saat libur lebaran 2018 hingga mencapai 700-800 pengunjung setiap harinya (radartanggamus.co.id, 2018). Namun hal itu tidak terjadi pada 2019 karena menurut pengakuan dari Bapak Usman selaku pengelola Teluk Kiluan, wisatawan sudah tidak lagi memadati objek wisata yang memiliki laguna alam tersebut, yang berdampak kurangnya pendapatan masyarakat sekitar Teluk Kiluan karena Teluk Kiluan merupakan sebuah lokasi wisata alam yang pengelolaannya berbasis pemberdayaan masyarakat setempat.

Melalui informasi- informasi yang didapatkan oleh penulis, mempromosikan Teluk Kiluan kepada masyarakat di luar wilayah Lampung merupakan solusi yang tepat untuk masalah yang dihadapi oleh Teluk Kiluan saat ini karena berdasarkan hasil kuesioner yang disebarakan oleh penulis sekitar 70% masyarakat diluar Lampung tidak mengetahui keberadaan ataupun informasi Teluk Kiluan sehingga dengan perancangan promosi diharapkan bisa meningkatkan *awareness* masyarakat diluar Lampung akan adanya Teluk Kiluan yang memiliki potensi besar pariwisata Indonesia.

1.2. Rumusan Masalah

Bagaimana mengkomunikasikan keunikan potensi Teluk Kiluan bagi wisatawan melalui perancangan promosi?

1.3. Batasan Masalah

Membuat rancangan promosi untuk meningkatkan minat wisatawan untuk mengunjungi Teluk Kiluan Lampung serta berkunjung ke habitat asli ikan Lumba-lumba. Dalam perancangan promosi ini, penulis memilah batasan masalah ke dalam segmentasi, yaitu :

1. Secara geografis, kampanye ini ditujukan untuk wisatawan domestik, khususnya yang berada di daerah luar Lampung yang membutuhkan wisata alam yang asri dan ingin melihat Lumba – lumba di habitat aslinya. Alasannya, Teluk Kiluan merupakan salah satu wisata yang terkenal di Bandar Lampung dan kini sudah mulai sepi pengunjung sehingga dengan rancangan promosi ini , kami mengharapkan

masyarakat luar Lampung yang penat dengan suasana perkotaan dapat menjadikan Teluk Kiluan sebagai salah satu pilihan tempat untuk berlibur .

2. Secara demografis, promosi ini ditujukan untuk wisatawan domestik dengan jenis kelamin laki-laki dan perempuan yang berusia 20-30 tahun, berkebangsaan dan berbahasa Indonesia dengan pendidikan kuliah atau sudah bekerja dan berada dalam golongan kelas menengah atau SES B-C sebagai target primer. Alasannya , mayoritas pengunjung dari Teluk Kiluan adalah kumpulan mahasiswa dan orang perkantoran yang sedang berlibur. Ada pun target sekunder dari perancangan ini adalah orang dewasa yang berusia 30 tahun keatas yang hendak mengajak anak- anaknya berlibur dan menikmati suasana pantai.
3. Secara Psikologis , promosi ini ditujukan untuk masyarakat yang menyukai wisata alam yang masih asri dan mencari tempat wisata untuk berlibur dari rutinitas.

1.4. Tujuan Tugas Akhir

Perancangan promosi ini bertujuan agar Teluk Kiluan lebih dikenal oleh wisatawan di luar daerah Lampung sehingga dapat menambahkan minat masyarakat diluar daerah Lampung untuk mengunjungi Teluk Kiluan.

1.5. Manfaat Tugas Akhir

Manfaat yang didapatkan melalui tugas akhir ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Masyarakat luas, perancangan promosi ini bermanfaat agar masyarakat lebih mengenal Teluk Kiluan sehingga mampu menarik wisatawan untuk berkunjung dan juga perancangan promosi Teluk Kiluan dapat bermanfaat untuk meningkatkan ekonomi warga yang tinggal di sekitar Teluk Kiluan.
2. Bagi Universitas, perancangan promosi ini bermanfaat untuk meningkatkan minat civitas kampus Universitas Multimedia Nusantara untuk lebih mengenal alam dan dapat menjadi salah satu media pembelajaran untuk mahasiswa lainnya.
3. Bagi penulis, perancangan promosi ini digunakan sebagai sarana untuk mendapatkan ilmu, pengetahuan dan pengalaman baru serta menerapkan ilmu yang telah dipelajari dari masa perkuliahan, serta meraih gelar sarjana desain (S.Ds.) dari Universitas Multimedia Nusantara.