



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Berdasarkan artikel yang telah penulis telusuri yaitu *Soal Pariwisata Jambi, Genppari Banyak Wisatawan belum tahu* (Jambikita.id, 2020)., Ketua Umum DPP Gerakan Nasional Pecinta Pawriwisata Indonesia (Genppari) yaitu Dede Farhan Aulawi mengatakan bahwa Indonesia memiliki potensi yang sangat besar dalam kategori pariwisata dengan 17.633 pulau, tetapi dari banyaknya pulau di Indonesia hanya satu pulau yang dikategorikan terpopuler yaitu Pulau Bali. Di Jambi sendiri memiliki cukup potensi untuk memberikan nilai jual dalam bidang pariwisata, tetapi masih banyak yang masih belum mengetahui mengenai potensi wisata yang ada di Jambi, baik itu wisatawan nusantara maupun dari mancanegara. Hal tersebut dibenarkan oleh Amril selaku Kepala Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Pemerintahan Provinsi Jambi, bahwa Jambi memiliki banyak tempat wisata yang berpotensi untuk dipromosikan dan menjadi sebuah mimpi besar untuk memperkenalkan Jambi agar bisa dikenal oleh wisatawan.

Jambi bisa disebut juga kota sekaligus provinsi. Kata Jambi berasal dari Bahasa Jawa (Sunda) yaitu Jambe yang memiliki arti pinang. Berdasarkan sejarahnya, Jambi merupakan sebuah kerajaan yang dipegang oleh Datuk Paduko Berhalo dan sang istri bernama Putri Selaras Pinang Masak, dan memiliki seorang anak yang bernama Orang Kato Hitam. Orang Kayo Hitam membuat sebuah nama Tanah Pilih atau yang sekarang sebut sebagai Kota Jambi pada abad ke-16. Pada tanggal 17 Mei 1946 No.13 Kota Jambi telah dipilih sebagai Pemerintahan sendiri dan pada No.16 dicatat sebagai penetapan dengan Peraturan Daerah Kota Jambi, serta No.156 dicatat sebagai Pengesahan oleh Keputusan Gubernur Kepala Daerah Tingkat 1 Jambi (Junaidi, 2018).

Selain sejarah, Provinsi Jambi memiliki tempat-tempat wisata yang unik dan bervariasi yang dapat ditelusuri, mulai dari wisata alam hingga sampai wisata buatan untuk melakukan berbagai kegiatan keluarga. Salah satu wisata keluarga yang cukup terkenal dan memiliki tempat yang *instagramable* yaitu Jambi Paradise. Jambi Paradise memiliki luas sebesar 4 hektar dan danau buatan yang melingkari di sekitar area tempat wisata. Jambi Paradise memiliki beberapa fasilitas yang dapat menyuguhkan mata wisatawan, diantaranya ada wahana permainan, bersepeda, taman labirin, pondok untuk bersantai, food court yang tentunya dengan harga yang terjangkau, dan berbagai fasilitas lainnya (Lazuva, 2018). Jambi Paradise memiliki masalah yakni masih banyak turis yang lebih berminat untuk datang ke wisata alam, seperti Gunung Kerinci dan Danau Gunung Tujuh dikarenakan lebih dikenal oleh banyak masyarakat padahal Jambi Paradise juga sudah lama dan sudah mengalami perkembangan (Elmy, 2020), adapun permasalahan lainnya yang timbul yaitu tidak ada *website* resmi dari Jambi Paradise untuk memberikan informasi dan promosi-promosi lain, padahal semakin berkembangnya teknologi saat ini *website* sangat membantu dalam pengembangan suatu tempat wisata. Dari hasil kuisioner yang telah penulis lakukan, didapatkan mengenai ketidak tahuan wisatawan mengenai wisata Jambi Paradise yaitu 95 responden yang terdiri dari 51 responden berasal dari Jambi dan 41 responden yang berasal dari luar Jambi, didapatkan juga bahwa Gunung Kerinci lebih dikenal ketimbang Jambi Paradise dengan 41 responden mengetahui mengenai Gunung Kerinci, 30 responden mengetahui mengenai Jambi Paradise. Dan sisanya tidak tahu atau belum pernah pergi ke tempat wisata.

Berdasarkan permasalahan tersebut, penulis akan merancang sebuah media promosi berupa *website*. Penulis memilih *website* dikarenakan solusi yang efektif untuk memperkenalkan suatu tempat atau jasa dengan menggunakan jaringan internet, sehingga wisatawan dari manapun dapat mengakses *website* yang telah disebarluaskan melalui google atau platform lainnya.

1.2. Rumusan Masalah

Bagaimana perancangan media promosi yang interaktif untuk wisatawan agar tertarik untuk datang ke wisata tersebut.

1.3. Batasan Masalah

Pada perancangan laporan tugas akhir mengenai perancangan media promosi mengenai wisata Jambi Paradise, adapun batasan masalahnya sebagai berikut:

A. Demografis

- 1) Usia: 21 – 25 tahun

Berdasarkan hasil wawancara kepada pengelola tempat wisata bahwa mayoritas pengunjung adalah remaja yang sedang berkuliah, dimana mereka datang untuk berfoto dan bersenang-senang, biasanya mereka suka beraktivitas bersepeda dan berkeliling di area tempat wisata.

- 2) Jenis Kelamin: Unisex
- 3) Tingkat pendidikan: SMA – S1
- 4) Pekerjaan: Mahasiswa / sudah bekerja
- 5) Penghasilan: SES C – B

Berdasarkan dari pengeluaran biaya tiket masuk dan tiket aktifitas yang ada di dalam tempat wisata tersebut sangatlah terjangkau yaitu untuk tiket masuk Rp. 30.000, tiket parkir Rp 2.000, tiket aktifitas yang ada di dalamnya berkisar Rp10.000 sampai Rp 20.000, dan untuk kisaran harga di foodcourt adalah Rp10.000 sampai Rp 25.000, sehingga hal tersebut dapat dikategorikan dalam SES C – B.

- 6) Status pernikahan: Belum menikah / sudah menikah
- 7) Agama: Semua agama
- 8) Suku: Semua suku
- 9) Bahasa yang digunakan: Indonesia

B. Geografis

- 1) Negara: Indonesia
- 2) Kota: Primer - Luar Jambi
Sekunder - Jambi

C. Psikografis

Batasan psikografis perancangan ini dibatasi menjadi:

- 1) Sikap
Remaja yang memiliki sifat ceria, rasa penasaran tinggi, dan terbuka
- 2) Gaya hidup
Remaja dengan gaya hidup bebas
- 3) Kebiasaan
Remaja yang memiliki pola hidup yang energik seperti semangat dalam menikmati tempat wisata, menyukai sesuatu yang baru, dan mudah menerima sesuatu yang bersifat baru.

1.4. Tujuan Tugas Akhir

Dari permasalahan yang telah ditulis di atas, penulis akan merancang sebuah media promosi yang bersifat interaktif untuk wisatawan agar tertarik untuk datang ke wisata tersebut.

1.5. Manfaat Tugas Akhir

Adapun manfaat dari perancangan media promosi wisata keluarga Jambi Paradise yaitu dapat mengajak para wisatawan untuk mendapatkan pengalaman yang baru di wisata tersebut, sehingga wisata Jambi Paradise juga dapat dikenal oleh berbagai wisatawan baik itu dari mancanegara maupun dari luar mancanegara.

Adapun beberapa manfaat yang ingin dicapai, diantaranya:

- 1) Bagi penulis
Penulis mendapatkan pengetahuan dalam merancang suatu promosi yang baik dan benar agar dapat meningkatkan pemasaran suatu tempat wisata.

2) Bagi masyarakat

Dapat menarik dan mampu mengajak wisatawan terkhususnya golongan remaja untuk datang dan mendapatkan pengalaman berwisata yang baru,

3) Bagi universitas

Hasil dari perancangan ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan, dan dapat bermanfaat bagi mahasiswa lainnya.

