



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

Berwisata merupakan salah satu cara menghilangkan stres dari kepenatan aktivitas sehari-hari untuk mendapatkan ketenangan serta rileksasi diri (Bahits, Komarudin, & Afriani, 2020). Setiap manusia mengalami kejenuhan dan penat dalam kehidupannya. Saat itu pula biasanya berwisata menjadi salah satu kesempatan yang dipilih untuk berhenti sejenak dari aktivitas sehari-hari. Di Provinsi Banten terdapat berbagai daya tarik wisata yang dapat dijadikan sebagai tempat tujuan wisata, salah satunya wisata Pulau Sangiang yang menawarkan panorama keindahan pulau terletak di Desa Cikoneng, Kabupaten Serang, Banten.

Pulau Sangiang merupakan salah satu pulau kecil terletak di antara Pulau Jawa dan Pulau Sumatera (Selat Sunda). Pada tahun 1993, Pulau Sangiang ditetapkan sebagai Taman Wisata Alam melalui Surat Keputusan Menteri Kehutanan No. 55/Kpts-II/1993 dan memiliki luas wilayah 528,15 hektar yang dikelola oleh Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (DLHK Banten Provinsi, 2017, hal. 48).

Wisata Pulau Sangiang mempunyai panorama yang indah serta kekayaan ekosistem yang terdapat di sana seperti terumbu karang, pantai pasir putih, biota laut, ragam jenis burung, flora, dan hutan *mangrove*. Pulau Sangiang menawarkan destinasi obyek wisata *mangrove* yang terbentang di pesisir pulau, pantai pasir putih yang luas, wisata bahari seperti *snorkeling* dan *diving*, serta kegiatan *tracking* yang mana wisatawan dapat membuat petualangan mengeksplorasi bagian-bagian pulau dan dapat menikmati pemandangan Pulau Sangiang dari ketinggian. Dengan memiliki banyak pesona dalam obyek wisata, Pulau Sangiang dijuluki sebagai *seven wonders of Banten*. Bahkan keindahan yang dimiliki Pulau Sangiang masuk dalam kategori nominasi Anugerah Pesona Indonesia 2016 sebagai ‘surga tersembunyi’ (Banten Co, 2016).

Sayangnya segala potensi yang dimiliki Pulau Sangiang menunjukkan sepiunya wisatawan yang berkunjung dan masih kurangnya pengetahuan masyarakat terhadap wisata Pulau Sangiang. Hal ini dibuktikan berdasarkan wawancara dengan Sofian, selaku pedagang sekaligus tokoh masyarakat di kawasan wisata Pulau Sangiang, diketahui mayoritas warga lokal bekerja sebagai petani dan pedagang. Dengan adanya sektor wisata Pulau Sangiang memberi peluang usaha paling memberikan dampak besar bagi perekonomian warga setempat. Dari hasil wawancara diketahui bahwa kawasan wisata Pulau Sangiang masih sangat terbatas informasi dan minimnya kegiatan promosi. Menurut Sofian, kegiatan promosi yang pernah dilakukan pihak pengelola dalam mengenalkan potensi wisata belum dikelola secara optimal dan diyakini tidak tepat sasaran yang membuat promosi belum bisa menjangkau masyarakat luas.

Saat ini media promosi hanya mengandalkan SDM yang dilakukan secara *word of mouth* pengalaman wisatawan dan ruang lingkup kecil masyarakat di sana membuat terbatasnya penyebaran informasi dan kurang maksimalnya promosi yang dijalankan kepada khalayak umum. Sofian juga mengatakan bahwa media promosi *website* dan iklan berbayar skala kecil yang telah dilakukan pihak pengelola maupun pemerintah sebelumnya, sudah lama tidak dijalankan tepatnya setelah tragedi tsunami 2018 yang pernah menimpa Pulau Sangiang sehingga wisata tidak memiliki media promosi yang mumpuni.

Sejalan dengan Pulau Sangiang yang mempunyai peran dalam pemanfaatan sumber daya alam, Pulau Sangiang juga berperan dalam peningkatan PAD (Pendapatan Asli Daerah) bagi pemerintah, dan memberi lapangan pekerjaan terhadap masyarakat sekitar untuk membantu perekonomian yang lebih baik (DLHK Banten Provinsi, 2017, hal. 96-97).

Menurut Morrisan (2010, hal. 16) promosi adalah kegiatan usaha untuk menginformasikan produk atau jasa dari pemilik merek yang tujuannya mengajak kepada target audiens untuk memakai atau menggunakan jasa yang ditawarkan. Sedangkan menurut Shimp dan Andrews (2013, hal. 512) mengatakan bahwa

promosi yang insentif dapat mengubah persepsi nilai atau harga suatu merek dalam jangka waktu pendek yang memiliki kelebihan untuk mempengaruhi perilaku dengan menawarkan dan membuat kesan baik dalam membeli.

Berdasarkan permasalahan yang telah dijabarkan sebelumnya, penulis terdorong melakukan perancangan media promosi yang efektif untuk meningkatkan jumlah kunjungan dan menjangkau lebih banyak wisatawan agar segala potensi obyek wisata yang dimiliki Pulau Sangiang dapat dikenal secara luas.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan yang telah dijabarkan, penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

- 1) Bagaimana perancangan promosi wisata Pulau Sangiang di Kabupaten Serang untuk meningkatkan jumlah kunjungan dan menjangkau wisatawan lebih banyak?

1.3 Batasan Masalah

Pada perancangan ini, penulis akan membatasi masalah yang ditujukan kepada:

- 1) Segmentasi demografis:
 - a) Jenis kelamin: laki-laki dan perempuan
 - b) Usia: 20 – 29 tahun

Kriteria usia yang dipilih ialah berdasarkan artikel *DDTC News* yang berjudul “70,72% Penduduk Berusia Produktif, Ini Hasil Sensus Terbaru BPS” bahwa usia 20 – 29 tahun menurut Badan Pusat Statistik termasuk pengelompokan usia produktif dengan persentase 70,72% pada tahun 2020 (Kurniati, 2021).

Tujuan memilih usia produktif karena pada umumnya usia tersebut diyakini suka melakukan perjalanan seperti berwisata, dan

mempunyai kesehatan yang baik (Koranti, Sriyanto, & Lestiyono, 2018). Dibutuhkan usia produktif karena medan perjalanan menuju Pulau Sangiang akan menghadapi banyak ekowisata yang mempunyai akses menantang.

c) SES: A – B

Kelas sosial yang dipilih memiliki pendapatan yang cukup untuk membayar akomodasi perjalanan menuju wisata Pulau Sangiang dengan menggunakan 2 transportasi yaitu darat dan laut, penetapan harga tiket masuk, dan wahana bahari berbayar baik bagi *backpacker* maupun rombongan.

d) Pekerjaan: pelajar/mahasiswa, karyawan, wiraswasta, wirausaha

2) Segmentasi geografis:

Primer: wilayah Banten

Sekunder: wilayah JABODEBEK

3) Segmentasi psikografis:

a) Masyarakat yang memiliki kegemaran melakukan perjalanan wisata.

b) Melepas penat dengan berwisata alam.

c) Masyarakat yang preferensinya terhadap wisata bahari.

d) Menyukai eksplorasi serta tantangan dalam berwisata.

e) Kunjungan untuk mendapatkan foto pemandangan yang bagus.

f) Peduli terhadap lingkungan sekitar.

1.4 Tujuan Tugas Akhir

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijabarkan, tujuan penulis merancang promosi dari penelitian ini untuk meningkatkan jumlah kunjungan dan dapat menjangkau wisatawan lebih banyak.

1.5 Manfaat Tugas Akhir

Manfaat dari perancangan ini dibagi menjadi tiga kategori yaitu sebagai berikut:

1.5.1 Manfaat Bagi Penulis

Manfaat bagi penulis dalam perancangan Tugas Akhir ini, memberikan banyak informasi tentang Wisata Pulau Sangiang dan mempelajari strategi promosi yang baik sebagai desainer grafis. Dengan tujuan untuk syarat menyelesaikan studi S1 Desain Komunikasi Visual di Universitas Multimedia Nusantara dalam memperoleh gelar sarjana desain sebagai bentuk pengabdian mahasiswa selama menjalani masa perkuliahan.

1.5.2 Manfaat Bagi Orang Lain

Manfaat bagi orang lain, penulis berharap dari laporan perancangan ini bisa dijadikan sebagai pengetahuan masyarakat mengenai Pulau Sangiang sebagai tempat wisata yang memiliki panorama keindahan alam dan dapat memberikan pengaruh positif bagi pihak Pulau Sangiang.

1.5.3 Manfaat Bagi Universitas

Manfaat bagi universitas penulis berharap laporan Tugas Akhir dari perancangan ini dapat dijadikan sebagai sumber referensi bagi mahasiswa/i terkait media promosi dari topik Tugas Akhir.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A