



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

Lampung merupakan sebuah provinsi yang terletak di bagian selatan Pulau Sumatera dengan luas daratan sebesar $\pm 34.623,85 \text{ km}^2$ dan luas lautan $\pm 24.820 \text{ km}^2$. Provinsi Lampung berada di wilayah yang strategis bagi wisatawan luar Lampung khususnya masyarakat Jakarta. Lampung merupakan pintu masuk Pulau Sumatera serta berada di perbatasan Pulau Sumatera dan Pulau Jawa, sehingga masyarakat Jakarta dapat dengan mudah dan cepatnya berkunjung ke provinsi Lampung. Provinsi Lampung memiliki potensi alam yang besar dan mampu dikembangkan menjadi objek wisata khususnya dibidang perairan, mengingat garis pantai Provinsi Lampung yang cukup panjang, yaitu $\pm 1.105 \text{ km}$ (Dinas Kelautan dan Perikanan Provinsi Lampung, 2021).

Menurut Sujali (dalam Amdani, 2008), potensi wisata merupakan salah satu kekuatan atau daya tarik dari suatu wilayah yang dapat digunakan sebagai pembangunan, seperti alam. Lampung sendiri mempunyai beragam wisata yang menjadi daya tarik bagi pengunjung Provinsi Lampung, seperti wisata bahari, wisata kuliner, wisata edukasi, wisata sejarah, dan wisata cagar alam. Lampung mempunyai beberapa tempat wisata yang sudah banyak dikenal oleh masyarakat luar Lampung khususnya wisata bahari, seperti Pantai Mutun, Pantai Pasir Putih, Pulau Pahawang, Pulau Balak, dan Taman Nasional Way Kambas. Masih banyak wisata unggulan yang memiliki keunikannya masing-masing dan dapat dijadikan sebagai wisata alternatif saat berkunjung ke provinsi Lampung, namun belum begitu dikenal oleh wisatawan luar Lampung. Tempat-tempat wisata tersebut masih belum digali secara maksimal dan serius oleh pelaku wisata, padahal fasilitas dan akomodasi yang disediakan sudah mencukupi. Hal ini membuat masyarakat luar Lampung kurang memahami dan menyadari tentang potensi wisata serta wisata

unggulan alternatif Provinsi Lampung, sehingga mereka lebih memilih untuk berwisata ke provinsi lain.

Berdasarkan kuesioner yang pernah dilakukan, 58 dari 100 responden tidak mengetahui tentang wisata Provinsi Lampung, sedangkan hampir sisanya menyebutkan tempat wisata yang memang sudah dikenal oleh wisatawan luar Lampung. Menurut wawancara yang dilakukan dengan Kepala Sub Bagian Perencanaan Dinas Pariwisata Lampung, Heri Budi Santoso, wisata Lampung memang harus dipromosikan lebih gencar lagi. Dinas Pariwisata sendiri sudah melakukan berbagai kegiatan promosi, seperti event tahunan, pameran, dan lewat media sosial instagram. Akan tetapi, promosi yang dilakukan di media sosial masih kurang informatif dan persuasif. Judisseno (2019, hlm. 125) dalam Branding Destinasi dan Promosi Pariwisata mengatakan bahwa promosi dilakukan untuk meningkatkan ketertarikan terhadap tempat wisata yang memiliki daya tarik seperti atraksi, aksesibilitas, dan amenitas.

Perkembangan pariwisata Indonesia yang cepat mengakibatkan adanya persaingan destinasi wisata yang ketat, sehingga semakin banyak pilihan yang dihadapi oleh pengunjung. Maka dari itu, semua destinasi wisata harus bersaing agar menjadi pilihan utama bagi pengunjung untuk berlibur. Mantan Gubernur Lampung, Muhammad Ridho Ficardo (2019), mengatakan bahwa untuk mampu mengalahkan wisata provinsi lain, semua pihak harus turut serta dalam menetapkan tujuan dan capaian wisata Provinsi Lampung. Beliau mengatakan akan meningkatkan anggaran promosi dan mengajak pihak swasta untuk menguatkan pariwisata Provinsi Lampung.

Diperlukan dorongan agar wisatawan luar Lampung dapat mengetahui dan sadar akan wisata unggulan alternatif Lampung. Untuk dapat bersaing dengan wisata provinsi lain, perlu memanfaatkan potensi wisata alam yang dimiliki Lampung. Oleh karena itu, penulis mengangkat judul “Perancangan Promosi Tempat Wisata Provinsi Lampung bagi Remaja di Jakarta” sebagai solusi dari permasalahan ini. Promosi yang dilakukan dapat membantu Dinas Pariwisata

provinsi Lampung dalam memperkenalkan objek wisata serta menarik perhatian wisatawan luar Lampung agar berkunjung dan berwisata ke Provinsi Lampung.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa wisata Lampung masih kurang dikenal luas oleh wisatawan Indonesia. Oleh karena itu, rumusan masalah dari Tugas Akhir ini adalah bagaimana perancangan promosi tempat wisata Provinsi Lampung bagi remaja di Jakarta?

1.3 Batasan Masalah

Media yang dirancang adalah media promosi tempat wisata Lampung agar masyarakat luar Lampung dapat tertarik untuk berwisata ke provinsi Lampung. Promosi ditujukan bagi masyarakat dengan segmentasi berikut:

- 1) Geografis
 - a. Provinsi : DKI Jakarta
 - b. Kota : Jakarta
- 2) Demografis
 - a. Usia : 18-21 tahun
 - b. Jenis Kelamin : Pria dan Wanita
 - c. Pekerjaan : Mahasiswa, karyawan
 - d. Kelas Ekonomi : SES A-B
- 3) Psikografis
 - a. Gaya Hidup : Sering berpergian, eksploratif
 - b. Sikap : Menyukai wisata alam, fotografi/swafoto, memiliki rasa ingin tahu yang tinggi, suka mencoba hal baru
- 4) Geodemografis
 - a. Hunian : Perkotaan yang padat

Objek perancangan promosi wisata provinsi Lampung hanya berfokus pada wisata bahari Lampung.

1.4 Tujuan Tugas Akhir

Merancang promosi tempat-tempat wisata di Provinsi Lampung.

1.5 Manfaat Tugas Akhir

1) Bagi Penulis

Penulis mendapatkan lebih banyak wawasan tentang wisata Lampung serta dapat mengaplikasikan seluruh ilmu yang diperoleh selama perkuliahan.

2) Bagi Orang Lain

Pembaca mendapatkan informasi tentang tempat wisata Lampung dan referensi tempat berlibur. Hal ini dapat meningkatkan kesadaran masyarakat luar Lampung bahwa provinsi Lampung memiliki banyak wisata unggulan yang menarik.

3) Bagi Universitas

Sebagai referensi bagi mahasiswa Desain Komunikasi Visual yang sedang melakukan Tugas Akhir perkuliahan.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA