

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Pulau Bintan merupakan salah satu wilayah sektor pariwisata alam yang memiliki potensi besar. Dikarenakan potensinya yang tinggi, pulau ini juga diperhatikan oleh pemerintahan setempat. Pulau Bintan sendiri merupakan pulau terbesar yang terletak di Kepulauan Riau. Adanya potensi pariwisata yang dapat berkembang maka Pulau Bintan harus dijadikan destinasi pilihan bagi masyarakat yang ingin berwisata atau berlibur. Beberapa pariwisata yang dimiliki oleh Pulau Bintan yang bisa dijadikan destinasi liburan yaitu Pantai Trikora, Vihara Patung 1000 Wajah, Pulau Penyusuk dan Lagoi. Selain itu terdapat pula wisata kolam renang Treasure Bay yang memiliki predikat kolam renang terbesar nomor 1 di Asia Tenggara (Kompas, 2021).

Namun dari sekian banyak tempat yang telah dikenal oleh pengunjung, nyatanya Pulau Bintan masih memiliki destinasi wisata lain yang tak kalah indah seperti Telaga Biru, Gunung Pasir Busung, Danau Biru Kawal dan lainnya. Menurut observasi penulis pada saat mengunjungi Pulau Bintan pada bulan Desember tahun 2021 lalu, wisata – wisata yang belum terlalu dikenal di Pulau Bintan hanya diketahui secara verbal oleh wisatawan yang baru berkunjung ke sana dan penduduk lokal yang tinggal sekitaran daerah tersebut.

Kurang atau tidak diketahuinya wisata – wisata lain yang ada di Pulau Bintan dikarenakan oleh strategi promosi yang kurang maksimal, diantaranya karena penggunaan media sosial yang belum efektif, kurangnya kreativitas dan pesan yang disampaikan tidak adaptif sesuai target yang ingin dituju. Serta minimnya informasi dalam promosi yang dibuat juga menjadi hal yang mendukung Pulau Bintan menjadi kurang dikenal. Adapun faktor lain yang mendukung wisata Pulau Bintan menjadi kurang dikenal masyarakat Indonesia, pemilik tempat wisata di Pulau Bintan lebih fokus dalam menargetkan turis asing ( Singapura, Malaysia ) untuk

berkunjung ke Pulau Bintan dikarenakan jarak tempuh yang lebih dekat antar pulau tersebut.

Dari permasalahan yang telah dijabarkan, Pulau Bintan perlu memperbaharui strategi promosi yang merata, terutama bagi tempat – tempat yang belum dijamah dan diketahui. Hal ini dilakukan agar Pulau Bintan dapat memenuhi tujuan pariwisata yang akan dinikmati oleh pengunjung yang berdatangan. Sehingga solusi yang dapat diberikan berdasarkan masalah diatas yaitu promosi yang tepat dan efektif dalam penggunaan media sosial. Promosi merupakan kegiatan yang berkaitan dengan memberikan informasi kepada konsumen, memengaruhi dan juga menghimbau khalayak ramai (Stanton, 1993). Dalam hal ini Indonesia juga memiliki peningkatan pariwisata, dan salah satunya yaitu Pariwisata Pulau Bintan.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dibuat, terdapat poin – poin masalah yang ditemukan, yaitu:

1. Tempat wisata yang lebih populer menyebabkan wisata lain menjadi tidak diketahui oleh pengunjung Pulau Bintan.
2. Kurangnya promosi secara menyeluruh sehingga banyak destinasi wisata yang belum diketahui oleh calon pengunjung.
3. Penyebaran promosi wisata hanya dilakukan dari mulut ke mulut oleh masyarakat lokal yang tinggal di Pulau Bintan.

Dari masalah yang disampaikan, maka rumusan masalah yang dapat dipaparkan adalah:

- Bagaimana perancangan promosi yang tepat dan efektif bagi tempat – tempat wisata Pulau Bintan yang belum diketahui oleh calon wisatawan?

## **1.3 Batasan Masalah**

Ruang lingkup batasan masalah dalam pembahasan masalah agar lebih fokus akan dibatasi sebagai berikut :

1. Geografis :

- Jabodetabek ( Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang dan Bekasi )

2. Demografis :

Pada segmentasi demografis, penulis membagi target menjadi target market dan audience. Target market mengarah kepada pembelian promosi yang telah dirancang, sedangkan target audience mengarah untuk menarik minat serta aware terhadap wisata Pulau Bintan.

Target Market :

- Jenis Kelamin : Pria dan Wanita
- Usia : 25 - 40 tahun
- Pendidikan : Minimal SMA
- Kelas Ekonomi : Ses B – Ses A
- Penghasilan : Rp 10.000.000 – Rp 20.000.000
- Pengeluaran : Rp 5.000.000 – Rp 8.000.000

Target Audience :

- Jenis Kelamin : Pria dan Wanita
- Usia : 17 – 30 tahun
- Pendidikan : Minimal SMA
- Kelas Ekonomi : Ses B – Ses A
- Penghasilan : Rp 5.000.000 – Rp 10.000.000
- Pengeluaran : Rp 2.000.000 – Rp 4.000.000

### 3. Psikografis :

- Masyarakat yang memiliki gaya hidup modern, suka eksplorasi , terbuka akan hal baru, penuh perhitungan, penuh persiapan dan suka menambah pengalaman.

#### 1.4 Tujuan Tugas Akhir

Tujuan dalam perancangan ini yaitu merancang media promosi mengenai tempat - tempat wisata agar dapat diketahui oleh target market dan target audience yang telah ditentukan dan menjadikan Pulau Bintan sebagai tempat destinasi wisata pilihan.

#### 1.5 Manfaat Tugas Akhir

Adapun manfaat yang didapatkan dalam perancangan media promosi wisata Pulau Bintan Kepulauan Riau antara lain :

##### 1. Bagi Penulis

Perancangan promosi yang dibuat dapat menambah pengalaman dalam meneliti wisata dan mengasah kemampuan penulis dalam merancang strategi yang bisa menarik perhatian calon wisatawan untuk datang ke Pulau Bintan.

##### 2. Bagi Orang Lain

Meningkatkan *awareness* masyarakat tentang Pulau Bintan sebagai pulau yang layak dalam destinasi liburan wisatawan.

##### 3. Bagi Universitas

Dalam perancangan ini, pihak universitas menjadi memiliki data dan tambahan laporan, serta menambah referensi bagi penelitian yang sesuai dengan ilmu program studi Desain Komunikasi Visual.