

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Meti Kei adalah sebuah fenomena alam yang ditandai dengan menyusutnya air laut secara ekstrem hingga 2 kilometer ke tengah laut, mampu mencapai kedalaman lebih dari 2.6 meter, dan kering semakin ekstrem di bulan Oktober (Kompas, 2020). Saat meti berlangsung, masyarakat Kei akan melaksanakan tradisi mencari dan menangkap hasil laut berupa ikan, kerang, siput, rumput laut, dan sebagainya. Pada tahun 2016, fenomena alam dan tradisi Meti Kei dikemas oleh pemerintah setempat dalam bentuk festival wisata alam dan budaya, guna mendorong sektor pariwisata dan roda perekonomian daerah. Selain untuk dampak ekonomi, festival ini dibuat dengan tujuan untuk memperkenalkan dan melestarikan nilai budaya kehidupan masyarakat Kei kepada generasi muda juga kepada masyarakat dunia. Festival tersebut kemudian dikenal dengan nama Festival Pesona Meti Kei (FPMK) dan merupakan bagian dari Kharisma Event Nusantara Kemenparekraf (Kabartimur, 2021).

Berdasarkan Laporan Kinerja Kementerian Pariwisata Tahun 2019, tercatat sektor pariwisata telah berkontribusi besar terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional, yaitu sebesar 5.25% (2018) dan 5.5% (2019). Semakin tinggi kontribusi sektor pariwisata terhadap PDB, maka semakin penting posisi sektor ini terhadap kesejahteraan masyarakat. Tentunya hal ini akan berlaku juga bagi sektor pariwisata secara regional khususnya di Kabupaten Maluku Tenggara. Lewat wawancara yang dilakukan penulis bersama Kepala Dinas Pariwisata Kabupaten Maluku Tenggara pada 17 Februari 2022, FPMK nyatanya telah memberi dampak ekonomi yang baik. Sejak pelaksanaannya dari tahun 2016 hingga tahun 2019, FPMK mampu menarik jumlah kunjungan wisatawan hingga mencapai 20.000 kunjungan. Meski demikian, FPMK sempat tidak dilaksanakan pada tahun 2020 karena adanya pandemi Covid-19 (RRI Tual, 2021). Pada catatan data Dinas Pariwisata Kabupaten Maluku

Tenggara kunjungan wisatawan di tahun 2020 pun ikut mengalami penurunan dari 16.109 kunjungan pada 2019 menjadi 1.013 kunjungan.

Tahun 2021 lalu, FPMK dilaksanakan kembali dengan mengusung konsep *hybrid* melalui berbagai rangkaian acara, seperti *talk show* daring, karnaval budaya tanpa penonton, dan disiarkan secara langsung lewat kanal Youtube Visit Kei (Tribun Maluku, 2021). Upaya ini sempat menaikkan jumlah kunjungan wisata domestik maupun mancanegara, namun belum mencapai angka yang sama di tahun-tahun sebelumnya. Untuk mempertahankan dan meningkatkan eksistensi FPMK, pemerintah daerah Maluku Tenggara telah melakukan berbagai strategi promosi, salah satunya melalui pemanfaatan media promosi digital. Namun, FPMK ternyata belum memiliki *website* resmi (*official website*) sendiri. Padahal *website* pariwisata merupakan salah satu media yang memiliki pengaruh signifikan bagi persepsi wisatawan terhadap keputusan untuk mengunjungi suatu destinasi (Maazouzi, 2020). Pernyataan tersebut sejalan dengan hasil penyebaran kuesioner terhadap 106 orang responden yang tertarik untuk berwisata, penulis menemukan bahwa 81.3% responden akan memilih *website* resmi (*official website*) sebagai tempat mencari informasi tentang festival wisata.

Berdasarkan uraian data di atas, keberadaan *website* resmi (*official website*) akan sangat membantu dalam memperluas jangkauan promosi, menarik atensi, dan meyakinkan masyarakat untuk mengikuti Festival Pesona Meti Kei, kemudian bisa memulihkan kembali jumlah kunjungan wisata serta meningkatkan peranan pariwisata terhadap pendapatan daerah. Maka, penulis akan melakukan perancangan promosi Festival Pesona Meti Kei di Kabupaten Maluku Tenggara dengan *website* resmi (*official website*) sebagai media primer.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana merancang media promosi Festival Pesona Meti Kei di Kabupaten Maluku Tenggara?

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan uraian masalah yang ada, untuk memperjelas dan membatasi lingkup penelitian, maka penulis membatasi permasalahan tersebut pada:

1.3.1 Geografis

1) Target Primer

Target utama dari perancangan media promosi Festival Pesona Meti Kei adalah masyarakat Jabodetabek. Pemilihan target ini merujuk pada daerah dengan perjalanan dan jumlah wisatawan nusantara terbanyak di Indonesia menurut Badan Pusat Statistik tahun 2020.

2) Target Sekunder

Target sekunder dari perancangan media promosi Festival Pesona Meti Kei adalah masyarakat yang berada di kota-kota besar seluruh Indonesia dan wisatawan mancanegara.

1.3.2 Demografis

Jenis Kelamin : Laki-laki dan perempuan

Usia : 20 – 40 tahun

Tingkat Ekonomi : SES B -A

Pekerjaan : Semua Jenis Pekerjaan (Klasifikasi Baku Jabatan Indonesia 2014)

1.3.3 Psikografis

1) Memiliki minat dan ketertarikan untuk berwisata ke suatu daerah di luar domisili.

2) Tertarik dan mau mempelajari budaya baru atau mencoba hal baru.

- 3) Senang mengejar momen atau kejadian alam yang hanya terjadi pada periode tertentu.

1.4 Tujuan Tugas Akhir

Merancang media promosi Festival Pesona Meti Kei di Kabupaten Maluku Tenggara.

1.5 Manfaat Tugas Akhir

1) Bagi Penulis

Penulis dapat mengimplementasikan metode penelitian dan perancangan pada Desain Komunikasi Visual yang telah diperoleh selama berkuliah untuk membantu menyelesaikan tantangan nyata di tengah masyarakat.

2) Bagi Orang Lain

Wisatawan dapat mengetahui keberadaan fenomena Meti Kei, memperoleh informasi lebih detail tentang festival, dan meningkatkan minat wisatawan untuk berwisata ke Kabupaten Maluku Tenggara pada periode Festival Pesona Meti Kei. Perancangan ini juga diharapkan bisa melengkapi media promosi Festival Pesona Meti Kei, meningkatkan jumlah kunjungan wisata dan dampak ekonomi bagi pariwisata Maluku Tenggara.

3) Bagi Universitas

Dapat menjadi bahan referensi dan studi literatur bagi civitas akademik universitas, serta dapat menjadi rujukan untuk pengembangan perancangan media promosi Festival Pesona Meti Kei dan festival wisata lainnya di masa yang akan datang.

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