

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Provinsi Banten memiliki berbagai macam pilihan objek wisata, seperti wisata alam, wisata religi, juga wisata bahari. Salah satu wisata bahari yang ada di Banten adalah Pulau Tunda. Pulau ini memiliki surga bawah laut yang sayang untuk dilewatkan, aktivitas yang dapat dilakukan diantaranya *snorkeling*, *diving*, memancing, melihat *sunset*, bahkan *trekking* di pulau (Aji, 2022). Kondisi bawah laut Pulau Tunda digambarkan dengan kondisi gelombang laut yang relatif tenang, di dalamnya terdapat berbagai macam terumbu karang dengan beragam bentuk, warna, dan ukuran. Terdapat lima lokasi untuk melakukan aktivitas *snorkeling*, diantaranya Labuan Bajo, Karang Donat, Zamat, Villa, dan Cemara. Tidak heran wisatawan yang berkunjung ke Pulau Tunda bertujuan untuk menikmati bawah laut dan biota laut yang dimilikinya.

Berdasarkan data dari Direktorat Pendayagunaan Pulau-Pulau Kecil tahun 2012, menyebutkan bahwa masyarakat Pulau Tunda 80% berprofesi sebagai nelayan, sisanya menjadi buruh tani, pedagang, dan lainnya. Melalui wawancara terhadap Sobri selaku perwakilan penggerak wisata dan juga nelayan di Pulau Tunda, mengatakan bahwa sebenarnya pendapatan yang diterimanya melalui sektor wisata seharian di Pulau Tunda lebih besar jumlahnya dibandingkan dengan seharian menjadi nelayan. Menurutnya tempat wisata Pulau Tunda ini dapat membantu meningkatkan ekonomi masyarakat Pulau Tunda. Namun, kondisi yang terjadi adalah wisatawan yang berkunjung saat ini tergolong sepi dibandingkan dengan sebelum terdampak kondisi pandemi Covid-19. Kegiatan promosi sebelumnya sudah pernah dilakukan hanya melalui media sosial berupa *website* dan *instagram* oleh Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) di Pulau Tunda. Akan tetapi promosi yang berjalan masih minim dan kurang efektif.

Wisata Pulau Tunda masih kurang diketahui masyarakat. Berdasarkan hasil survei yang dilakukan oleh penulis, 86.5% belum mengetahui tempat wisata ini.

Sementara itu 96.5% pengisi kuesioner berminat mengunjungi wisata Pulau Tunda setelah diberikan informasi dan foto mengenai Pulau ini. Oleh karena itu, penulis terdorong untuk melakukan sebuah perancangan promosi Pulau Tunda bagi wisatawan. Hal ini diharapkan agar potensi wisata yang dimiliki oleh Pulau Tunda dapat dikenali oleh para wisatawan dan meningkatkan jumlah wisatawan yang berkunjung ke Pulau ini.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas, adapun rumusan masalah yang penulis tetapkan, sebagai berikut:

1. Berkurangnya jumlah wisatawan yang berkunjung ke wisata bahari Pulau Tunda di Kabupaten Serang.
2. Promosi yang dilakukan hanya melalui media *website* dan Instagram.
3. Desain yang dimiliki kurang menarik dari segi penataan *layout* yang tidak teratur.

Merujuk pada rumusan masalah tersebut, penulis mengajukan penelitian desain dengan pernyataan:

Bagaimana perancangan promosi wisata Pulau Tunda di Kabupaten Serang bagi wisatawan?

1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah perancangan promosi ini dilakukan secara fokus dan terarah. Berikut adalah batasan masalah dalam perancangan ini, antara lain:

- 1) Demografis
 - a) Jenis kelamin : laki-laki dan perempuan
 - b) Usia : 24 - 28 Tahun

Usia produktif menurut dataindonesia.id pada tahun 2022 adalah rentang usia 15 - 64 tahun (Sadya, 2022). Pemilihan usia 24 - 28 tahun ini dikarenakan pada umumnya kelompok usia ini telah

bekerja dan memiliki daya beli untuk berlibur. Usia ini juga memiliki kesehatan yang bagus dan lebih suka melakukan perjalanan wisata apalagi dengan akses menantang (Koranti, Sriyanto, & Lestiyono, 2018).

c) SES : B - C

Pemilihan kelas sosial ini dikarenakan tergolong terjangkau bagi kelas sosial B-C mulai dari transportasi, harga tiket, wahana bahari dan lainnya.

d) Pekerjaan : Karyawan.

2) Geografis

a) Wilayah : JABODETABEK

Pemilihan wilayah ini dikarenakan berdasarkan observasi dan wawancara memang daerah JABODETABEK memiliki jarak yang cukup dekat dengan wisata bahari ini dan memiliki akses kendaraan umum.

3) Psikografis

- a) Menyukai tantangan dan eksplorasi dalam berwisata (*adventurous, backpacker*).
- b) Memiliki kegemaran berwisata dan mempunyai preferensi wisata bahari.
- c) Ingin melepas penat dengan mengunjungi wisata alam.
- d) Peduli terhadap lingkungan sekitar.
- e) Memiliki rutinitas menjadi seorang karyawan.

1.4 Tujuan Tugas Akhir

Adapun tujuan penulis merancang promosi dari penelitian ini adalah untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan ke Pulau Tunda.

1.5 Manfaat Tugas Akhir

Adapun manfaat dari perancangan penelitian ini, sebagai berikut :

1) Manfaat Bagi Penulis

Adapun manfaat bagi penulis, yaitu mendapatkan pengalaman dan ilmu dalam promosi wisata Pulau Tunda dengan menerapkan ilmu yang sudah dipelajari selama masa kuliah. Kemudian juga menyelesaikan syarat dalam memperoleh gelar sarjana desain di Universitas Multimedia Nusantara.

2) Manfaat Bagi Orang Lain

Adapun manfaat bagi orang lain adalah menjadi pengetahuan bagi masyarakat mengenai keberadaan wisata Pulau Tunda yang akhirnya berdampak positif bagi pihak Pulau Tunda dengan mendatangkan wisatawan.

3) Manfaat Bagi Universitas

Adapun manfaat bagi universitas adalah menjadi salah satu sumber referensi bagi mahasiswa mengenai perancangan promosi dan Pulau Tunda, atau pun bagi yang mengambil topik media promosi.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA