

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Provinsi Lampung memiliki potensi pariwisata yang luar biasa memiliki dari lokasinya yang sangat strategis di ujung pulau Sumatera, salah satunya adalah Pantai Kiluan yang berlokasi di Provinsi Lampung tepatnya di Desa Kiluan Negeri. Pantai ini memiliki reputasi dan daya tarik utama sebagai situs wisata observasi kawanan lumba-lumba di laut lepas (Kementerian Energi dan Sumber Daya Republik Indonesia, 2009). Dari segi potensi sektor pariwisata memiliki daya ungkit besar dalam mendorong dan memicu pertumbuhan ekonomi di Pantai kiluan, seperti dalam sektor-sektor UMKM, transportasi, restoran, penginapan, dan unit kegiatan bisnis yang sudah berkembang di sekitar area wisata Pantai kiluan. Dari data wawancara yang saya lakukan, narasumber mengatakan bahwa ada beberapa investor yang telah berencana untuk membangun banyak penginapan di daerah sekitar Pantai Kiluan.

Mengingat potensi ekonomi yang dapat dihasilkan dari sektor ekowisata, serta kekayaan alam yang dimiliki oleh Pantai Laut Kiluan, ekowisata yang berarti wisata ke tempat yang masih alami dengan tujuan mengkonservasi lingkungannya (Organisasi *the Ecotourism*, 1990), maka pemerintah setempat merencanakan untuk menargetkan 5.5 juta kunjungan pariwisatawan domestik ataupun mancanegara ke destinasi wisata yang terdapat pada Provinsi Lampung. Hal tersebut tertuang pada Rencana Strategis atau RENSTRA tahun 2019 – 2024, sementara data menunjukkan bahwa Pantai Kiluan memiliki kunjungan 30 hingga 60 keluarga yang datang setiap minggunya. Hal ini tentu menjadi permasalahan dari data yang diperoleh dengan wawancara, situasi ini memunculkan perhatian terkait strategi promosi media yang diterapkan di Pantai Kiluan. Terdapat banyak akomodasi di Teluk Kiluan yang dapat dikunjungi. Meskipun akses ke lokasi masih sulit, beberapa investor dan pihak terkait telah memberikan modal dan bantuan untuk pembangunan infrastruktur, untuk membantu mempermudah akses.

Dalam konteks ini, Pantai Laut Kiluan menjadi penting untuk dipromosikan sebagai tujuan wisata dengan keindahan alamnya, untuk membantu memenuhi target kunjungan wisatawan dan pemulihan ekonomi pasca-pandemi. Permasalahan tersebut diakibatkan oleh minimnya media promosi yang memuat potensi alam atau wisata Pantai Kiluan ke masyarakat luas. Promosi yang tersedia secara umum saat ini sangat terbatas karena hanya dapat diakses melalui media *Instagram* dengan akun promotor wisata tertentu yang bersifat sulit mencari informasi, tidak fokus, dan tidak sentral. Strategi promosi semacam ini cenderung kurang efisien bagi para wisatawan.

Fungsi dari *website* promosi ini adalah untuk menunjukkan apa saja yang dapat dilakukan pariwisatawan jika mereka mengunjungi Pantai Teluk Kiluan, serta memperlihatkan suasana yang di tawarkan di pantai. *Website* ini menawarkan berbagai informasi tentang pantai-pantai yang berada di Teluk Kiluan dan juga akomodasi yang ada di pantai tersebut, tidak hanya itu, *website* akan memiliki halaman galeri dan berita untuk menunjukkan foto-foto serta berita yang diambil dari Teluk Kiluan. Target dikhususkan kepada kalangan *backpacker*, yang artinya seseorang yang berpergian dengan memilih akomodasi yang lebih terjangkau. Dengan demikian, *website* ini akan menciptakan pengalaman yang sesuai dengan kebutuhan dan preferensi *backpacker*, selain menyajikan informasi tentang tempat dan akomodasi, *website* ini juga dirancang untuk membangun keterlibatan pengguna dengan menawarkan konten yang mengundang interaksi, seperti forum perjalanan, berita terkini tentang Teluk Kiluan, dan juga acara yang sedang atau yang akan diadakan di sekitar daerah teluk.

Perancangan promosi yang lebih efektif dan menarik akan memicu peningkatan jumlah kunjungan wisatawan, yang pada gilirannya akan memberikan kontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi daerah, pembangunan infrastruktur pariwisata, dan peningkatan kesejahteraan masyarakat sekitar. Tugas akhir ini bermaksud untuk menjawab tantangan peningkatan daya tarik Pantai Kiluan dengan merancang dan mengimplementasikan sebuah *website* promosi. Promosi ini melibatkan elemen-elemen interaktif serta memuat informasi yang

lebih komprehensif untuk mendorong Pantai Teluk Kiluan menjadi destinasi ekowisata.

## 1.2 Rumusan Masalah

1. Penurunan tingkat ekonomi masyarakat sekitar Teluk Kiluan dan juga terhambatnya pencapaian target RENSTRA karena pandemi.
2. Kurangnya media promosi yang dapat menggambarkan potensi dari Pantai Kiluan.

Berdasarkan dari masalah Pantai Teluk Kiluan yang belum termaksimalkan dari segi promosi, penulis merancang pertanyaan, bagaimana perancangan media promosi interaktif untuk mengangkat daya tarik Pantai kiluan?

## 1.3 Batasan Masalah

Penulis menentukan batasan masalah untuk lebih memfokuskan permasalahan menjadi lebih spesifik dengan batasan masalah sebagai berikut.

### 1) Demografis

- a) Usia : 18-24 tahun

Data menggambarkan bahwa tren menunjukkan minat tinggi dari generasi Z dan milenial dalam berwisata, seiring dengan penetrasi *internet* yang kuat di wilayah Jabodetabek. Karena generasi Z cenderung lebih mahir dalam hal *internet* dan teknologi, perancangan website dapat lebih efektif dalam menargetkan demografis ini.

- b) Jenis Kelamin : Laki-laki dan Perempuan

- c) SES Ekonomi : SES B-A

Teori Hierarki Kebutuhan Maslow (Maslow, 1954) menyatakan bahwa individu dengan status sosial ekonomi tinggi lebih mungkin memiliki sarana keuangan, hubungan sosial, dan peluang untuk beperiwisata, sejalan dengan gagasan bahwa mereka lebih mudah untuk naik ke atas hierarki Maslow.

- d) Pendidikan : Minimum sekolah Menengah Pertama
- e) Bahasa yang Digunakan : Indonesia
- f) Etnis dan Agama : Semua etnis dan agama

**2) Geografis**

Daerah : Jabodetabek

**3) Psikografis**

- a) Memiliki ketertarikan dalam wisata dan liburan pantai.
- b) Suka eksplorasi tempat-tempat baru.
- c) Berjiwa petualang.

**1.4 Tujuan Tugas Akhir**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dirumuskan, perancangan dilakukan dengan tujuan untuk meningkatkan aktivitas pariwisata Provinsi Lampung menggunakan *website* promosi sebagai media utama.

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

## 1.5 Manfaat Tugas Akhir

Dalam proses perancangan ini, penulis telah mendapati sejumlah manfaat yang dapat dirasakan secara pribadi, memberikan kontribusi kepada orang lain, dan memberikan nilai tambah bagi universitas.

Secara pribadi, proyek ini telah memungkinkan penulis untuk mengasah keterampilan perancangan dan pengembangan media interaktif, memperdalam pemahaman tentang pariwisata, ekowisata, dan desain interaktif, serta memberikan pengalaman praktis yang berharga. Bagi orang lain, media interaktif yang dihasilkan dapat memberikan informasi yang berguna bagi wisatawan yang berencana mengunjungi Pantai Kiluan di Lampung, meningkatkan kesadaran lingkungan, dan memberikan pengalaman yang lebih menarik dalam mencari informasi tentang destinasi ini. Untuk universitas, proyek ini adalah pencapaian akademik yang dapat meningkatkan reputasi, kontribusi pendidikan dalam memahami teori dan aplikasi desain interaktif, serta sebagai sumber pelestarian pengetahuan untuk masa depan.

