

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kampung Vietnam di Pulau Galang, Batam, merupakan tempat bersejarah yang dulunya menjadi tempat pengungsian dan tempat bagi orang-orang Vietnam menetap pada tahun 1975 hingga 1996 di pasca perang Vietnam. Para pengungsi membuat perkampungan tempat mereka tinggal selama bertahun-tahun. Dalam kurun waktu tersebut, diperkirakan lebih dari 250.000 pengungsi menetap dan beraktivitas di pulau ini sehingga muncul istilah “Kampung Vietnam”. Saat ini, Kampung Vietnam menjadi salah satu objek wisata sejarah yang menyimpan berbagai peninggalan bersejarah, dan daya tarik seperti museum yang menyimpan banyak artefak zaman pengungsi, rumah sakit, tempat ibadah seperti klenteng Quan Am Tu, dan Gereja, serta monumen-monumen bersejarah lainnya. Banyak artefak peninggalan para pengungsi Vietnam yang disimpan dan dijaga menjadi sarana informasi untuk masyarakat. Wisata sejarah Kampung Vietnam menjadi destinasi wisata sejarah dengan perjalanan yang memiliki pemandangan Laut, jembatan Barelang, dan bukit-bukit serta kebun di pulau Rempang hingga pulau Galang.

Meskipun memiliki nilai sejarah yang penting, Kampung Vietnam kini mulai terlupakan oleh masyarakat Batam. Berdasarkan laporan Tempo (11 Agustus 2025), Saat ini Kampung Vietnam tampak sepi tanpa wisatawan yang berlalu-lalang. Menurut pengelola, Abunawas, mengatakan bahwa jumlah pengunjung sebelum pandemi dapat mencapai 6.000 orang per bulan, namun kini hanya puluhan. Banyak pengunjung tidak tertarik pada Kampung Vietnam dikarenakan pengunjung tidak pernah melihat dan menemukan *review* atau promosi dari Kampung Vietnam itu sendiri, sehingga banyak pengunjung tidak mengetahui adanya Kampung Vietnam, selain itu jarak tempuh yang jauh juga menjadi salah satu penyebab pengunjung tidak memasukan dalam *itinerary* mereka (Fahlevi et al. 2024). Sehingga diperlukan strategi promosi yang mampu membangun persepsi

positif dan pengalaman wisata yang berkesan. Pada saat yang sama, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata bersama BP Batam berencana mencanangkan Camp Vietnam sebagai Cagar Budaya pada tahun 2025, dengan pengembangan promosi intensif dan infrastruktur sebagai langkah strategis. Hal ini menunjukkan perlunya upaya promosi digital yang terarah agar keberadaan Kampung Vietnam kembali dikenal, nilai sejarahnya tersampaikan dengan baik, dan kunjungan wisatawan dapat meningkat.

Kurangnya promosi mengenai Kampung Vietnam di Kecamatan Galang, Kota Batam, diantaranya adalah Kampung Vietnam tidak memanfaatkan media digital seperti penggunaan sosial media, sehingga menyebabkan sulitnya promosi Kampung Vietnam. Promosi yang pernah dilakukan oleh Kampung Vietnam hanya berupa poster tour travel dan menggunakan media lokal saja. Hal tersebut tentunya cenderung kurang efisien karena fokus promosi menjadi tersebar, terutama bagi para wisatawan. Oleh karena itu, diperlukan strategi promosi berbasis digital yang efektif untuk memperkenalkan kembali Kampung Vietnam sebagai destinasi bersejarah yang layak dikunjungi, serta memastikan nilai budaya dan fasilitasnya tetap terawat dengan baik.

Dari penjabaran permasalahan sebelumnya, media promosi berbasis digital menjadi salah satu solusi penting untuk meningkatkan pengunjung wisatawan terhadap Kampung Vietnam. Era digital saat ini, media interaktif seperti sosial media dan website mampu menjangkau target audiens lebih luas (Kotler, 2017, h. 16). Maka dari itu, website dan sosial media berperan untuk menunjukkan apa saja yang ada dan fasilitas apa yang ada di Kampung Vietnam, menyediakan informasi, halaman galeri, peta di Kampung Vietnam, dsb. Promosi yang efektif dapat meningkatkan destinasi pariwisata lokal lebih dikenal dan menarik lebih banyak wisatawan bahkan masyarakat lokal, sehingga hal tersebut dapat meningkatkan awareness dan pendapatan (Kotler & Keller, 2017, h. 584).

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan sebelumnya, berikut adalah masalah yang ditemukan oleh penulis, yakni:

1. Rendahnya tingkat kunjungan wisatawan ke Kampung Vietnam di Pulau Galang yang disebabkan oleh tidak adanya promosi yang menarik sehingga persepsi Kampung Vietnam ini terbengkalai, dan lokasi yang cukup jauh.
2. Kurangnya pemanfaatan promosi digital sebagai sarana komunikasi untuk membangun awareness, menyampaikan nilai sejarah, dan membentuk persepsi positif masyarakat terhadap Kampung Vietnam sebagai destinasi wisata sejarah.
3. Kampung Vietnam tidak memanfaatkan sosial media untuk mempromosikan Kampung Vietnam, sehingga tingkat kunjungan terus menurun disetiap tahunnya.

Dari masalah yang disampaikan, maka rumusan masalah yang dapat dipaparkan adalah sebagai berikut : Bagaimana Perancangan Website Promosi Destinasi Wisata Kampung Vietnam Di Kota Batam?

1.3 Batasan Masalah

Perancangan ini ditunjukan kepada remaja muda, khususnya wisatawan dengan minat pada wisata sejarah dan edukasi berusia 18-25 tahun yang aktif mencari tempat wisata melalui media digital. Ruang lingkup perancangan ini dibatasi pada desain promosi untuk meningkatkan *awareness* Kampung Vietnam, pembuatan sosial media, dan website untuk sejarah dari Kampung Vietnam.

1.4 Tujuan Tugas Akhir

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan, tujuan penulis adalah untuk membuat Perancangan Website Promosi Destinasi Wisata Kampung Vietnam Di Kota Batam.

1.5 Manfaat Tugas Akhir

Perancangan ini akan memberikan manfaat yang dibagi menjadi dua bagian, yaitu manfaat teoritis dan praktis. Berikut merupakan manfaat dari pelaksanaan Tugas Akhir:

1. Manfaat Teoretis:

Penelitian ini diharapkan menjadi referensi bagi ilmu dalam bidang Desain Komunikasi Visual, khususnya dalam pengembangan media promosi berbasis digital untuk destinasi wisata sejarah. Selain itu, penelitian ini dapat menjadi referensi akademik terkait penggunaan platform digital website sebagai media promosi pariwisata yang efektif. Penelitian ini juga mengembangkan teori mengenai strategi pemasaran digital yang dapat meningkatkan awareness wisatawan terhadap suatu destinasi wisata sejarah.

2. Manfaat Praktis:

Penelitian ini diharapkan menjadi referensi yang bermanfaat bagi mahasiswa maupun peneliti lain yang mencari referensi mengenai promosi dalam konteks wisata sejarah. Penelitian ini juga diharapkan menjadi referensi dan Solusi yang inovatif untuk pengelola pariwisata dalam meningkatkan promosi wisata sejarah.

