

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Indonesia terkenal dengan pariwisatanya yang menawarkan keindahan alam, salah satunya keindahan wisata alami berupa pantai. Namun dalam potensinya yang besar itu, belum ditangani secara cermat dan maksimal, sehingga tidak semua objek wisata menjadi tujuan wisata khususnya di daerah Kabupaten Tulungagung, khususnya Pantai Lumbung. Wisata Pantai Lumbung merupakan wisata yang masih baru dan masyarakat luar daerah belum mengetahui terdapat objek wisata pantai yang menarik untuk di kunjungi, karena terdapat potensi alam dan pantai ini memiliki ikon batu di pesisir pantainya. Bukan hanya ikon itu saja, Pantai Lumbung juga memiliki potensi dalam hal perikanan, penduduk disekitar biasanya memancing pada pagi dan sore hari.

Pantai merupakan salah satu obyek wisata yang sering dikunjungi oleh masyarakat Indonesia, pantai di Indonesia memiliki keunggulan dan keunikan yang berbeda-beda. Untuk daerah Tulungagung yang terletak di Jawa Timur ini memiliki berbagai objek wisata yang patut untuk dikunjungi, terutama untuk objek wisata pada pantai yang ada di Tulungagung itu sendiri, ada lima pantai yang berpasir putih dan merupakan objek wisata yang menjadi andalan yaitu pantai Coro, pantai Molang, pantai Lumbung, pantai Sanggar, pantai Pathok Gebang namun masih ada

pantai yang belum terlalu dikenal oleh masyarakat Jawa Timur , yaitu pantai Lumbang.

Terdapat beberapa pantai berpasir putih yang ada di Tulungagung. Seperti di jelaskan pada paragraf di atas, sebenarnya ke lima pantai tersebut memiliki potensi untuk menjadi objek wisata yang patut untuk dipromosikan kepada masyarakat luar agar mereka mengetahui ada objek wisata yang tak kalah menariknya. Dalam hal demikian, yang memiliki potensi yang lebih dari ke lima pantai berpasir putih itu adalah Pantai Lumbang, karena Pantai Lumbang memiliki *point of interest* pada batu yang tinggi di pesisir pantai tersebut yang tidak ada pada ke lima pantai berpasir putih. Dengan demikian pantai Lumbang memiliki keunikan tersendiri di bandingkan dengan pantai-pantai yang lainnya di Tulungagung namun tidak banyak yang mengenalnya sebagai wisata pantai yang patut untuk di datangi oleh wisatawan luar, dengan keindahan yang dimiliki pantai Lumbang ini dimaksimalkan atau dikembangkan yang dapat memiliki potensi sebagai tempat wisata pantai.

Pantai Lumbang terletak di Desa Pucanglaban Kec. Pucanglaban Tulungagung. Kecamatan Pucanglaban berbatasan dengan Samudera Hindia yang menyebabkan pesisir desa ini dihiasi oleh pantai-pantai yang sangat eksotis. Keunikan dari pantai ini yaitu keindahan pantai yang memiliki hamparan pasir putih 1 km dan lautnya Samudra Hindia yang berwarna biru. Tidak hanya itu saja, Pantai Lumbang ini memiliki batu besar yang berada di pesisir pantai sebagai *point of interest* dalam pantai Lumbang ini.

Berdasarkan data yang didapatkan, Pantai Lumbung ini memiliki keindahan pasir yang putih terawat dengan baik, yang mana pantai Lumbung ini termasuk wisata pantai baru yang ada di daerah Tulungagung, berada di desa Pucanglaban.



**Gambar 1.1 Pantai Lumbung**  
(Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2015)

Pengembangan pariwisata dinilai penting, karena selain meningkatkan perolehan devisa, juga mampu menunjang kekuatan ekonomi negara (Kuntjoro, 2008), dengan fasilitas yang baik akan menunjang wisatawan untuk datang ke objek wisata tersebut. Bukan hanya fasilitas saja, namun juga dalam hal promosi agar objek wisata pantai Lumbung dapat dikenal oleh banyak masyarakat diluar sehingga patut untuk di promosikan.

Dalam perancangan ini, media promosi berperan penting, karena media promosi dapat mengangkat atau mengenalkan suatu produk kepada masyarakat Indonesia terutama pada kawasan Jawa Timur. Dengan adanya media promosi dapat

menyadarkan khayalak masyarakat, bahwa pantai Lumbung layak untuk dikunjungi atau menjadi destinasi wisata pantai yang menarik di daerah Tulungagung. Menurut Buchari Alma (2006:179), promosi adalah : “Sejenis komunikasi yang memberikan penjelasan dan menyakinkan calon konsumen mengenai barang dan jasa dengan tujuan untuk memperoleh perhatian, mendidik, mengingatkan dan meyakinkan calon konsumen”.

*Brand awareness* merupakan kemampuan dari seseorang yang merupakan calon pembeli untuk mengenali atau menyebut kembali suatu merek merupakan bagian dari suatu kategori produk (Aaker 1991:61). Dengan adanya *brand awareness* dapat diharapkan mampu mengangkat kembali ingatan konsumen mengenai pantai Lumbung dalam bidang pariwisata. Pada perancangan ini menggunakan *brand awarness*, karena ingin memunculkan nama pantai Lumbung di benak atau dipikiran konsumen dan dapat menarik keinginan konsumen untuk datang ke Pantai Lumbung sebagai tempat pariwisata. Dalam hal ini, bertujuan untuk masyarakat disadarkan akan potensi wisata pantai Lumbung yang terkesan objek wisata baru namun memiliki keindahan yang tak kalah dengan pantai berpasir putih lainnya yang ada di Tulungagung. Menurut Simamora (2001:74), peran *brand awareness* tergantung pada sejauh mana kadar kesadaran yang dicapai suatu *brand* itu sendiri.

Berdasarkan kenyataan tersebut, perlu rasanya untuk melakukan suatu tindakan promosi untuk mengembangkan potensi wisata yang dimiliki oleh Tulungagung. Promosi bukanlah sesuatu yang baru dalam industri pariwisata,

namun promosi dapat berlangsung efektif apabila pelaku industri melakukan hal-hal seperti mengidentifikasi sasaran (masyarakat), menentukan respon yang diharapkan, memilih pesan, memilih media penyampaian dan mengumpulkan promosi yang akan dilakukan. Promosi merupakan usaha mengkomunikasikan informasi yang bermanfaat tentang sesuatu hal untuk mempengaruhi konsumen. Dengan adanya media promosi maka dapat meningkatkan citra atau meningkatkan konsumen dari luar daerah Tulungagung atau menarik konsumen di Indonesia khususnya di Jawa Timur dan dapat membenamkan ke benak konsumen atau pengunjung untuk mengingat wisata yang ada di Pantai Lumubung.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, hal yang menjadi rumusan masalah dalam perancangan ini adalah :

Bagaimanakah merancang logo dan media promosi Pantai Lumubung Tulungagung menggunakan teknik fotografi *landscape* sebagai upaya meningkatkan *brand awareness*?

## 1.3 Batasan Masalah

Dari rumusan masalah di atas, maka batasan masalah dalam permasalahan yang digunakan dalam perancangan ini adalah:

1. Perancangan ini difokuskan pada pembuatan logo dan media promosi objek wisata Pantai Lumubung.

2. Perancangan media promosi ini meliputi :*Above the line* (iklan majalah, *billboard*, *x-banner* dan *design website*) dan *below the line* (brosur dan poster).

#### 1.4 Tujuan

Tujuan yang ingin dicapai Tugas Akhir ini adalah:

1. Merancang logo dan media promosi wisata Pantai Lumbung dengan teknik fotografi *landscape* sebagai upaya meningkatkan *brand awareness*.
2. Merancang media promosi meliputi: *above the line* (iklan majalah, *billboard* dan *design website*) dan *below the line* (brosur, *merchandise*, dan poster)

#### 1.5 Manfaat

Perancangan media promosi pantai Lumbung ini diharapkan dapat memberikan manfaat:

1. Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis yang dihasilkan melalui penelitian ini adalah dapat meningkatkan keterampilan dan kualitas berkarya, serta dapat menjadikan referensi perancangan serupa selanjutnya yang berminat dalam melakukan penelitian terhadap masalah yang sama pada media promosi.

2. Manfaat Praktis

Manfaat yang bersifat terapan dan dapat segera digunakan untuk keperluan praktis dengan proses penciptaan yang diharapkan dapat membuat wisata

Pantai Lumbang lebih dikenali oleh khayalak umum. Perancangan karya ini juga sebagai upaya promosi tentang hal yang berkaitan dengan wisata Pantai Lumbang Tulungagung.

