

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

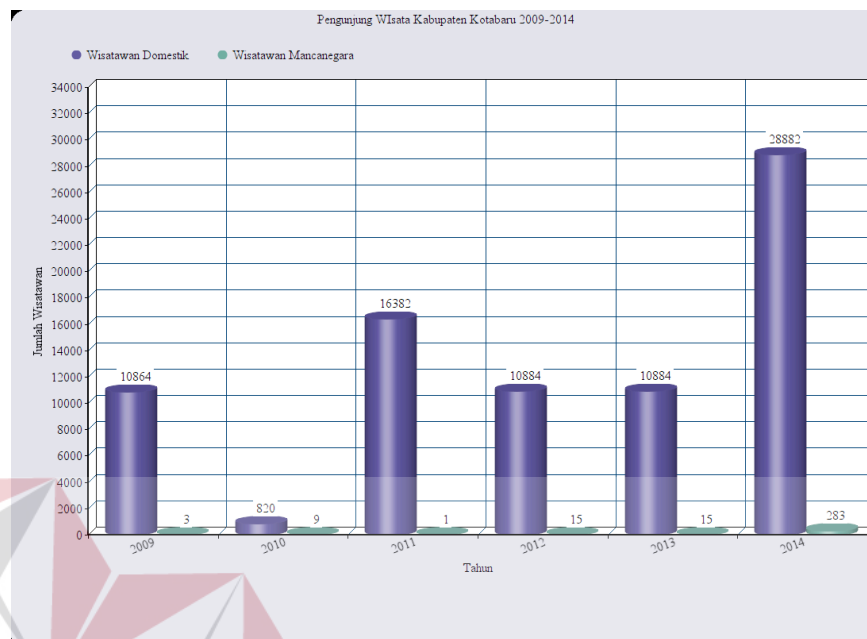
Indonesia memang diberkahi kekayaan potensi pariwisata yang luar biasa. Menyebar luas dari Sabang sampai Merauke, keanekaragaman potensi wisata Indonesia bisa dibilang salah satu yang paling lengkap. Mulai dari alamnya yang mempesona, keramahan masyarakat, hingga kearifan budaya yang beragam dan khas tiap daerah adalah harta karun yang tak terbantahkan bagi pariwisata Indonesia.

Kotabaru adalah sebuah kabupaten yang terletak di Provinsi Kalimantan Selatan dengan luas wilayah 9.422,46 km² atau sekitar seperempat luas Provinsi Kalimantan Selatan. Kabupaten Kotabaru dengan ibukotanya Kotabaru terletak di Pulau Laut yang mana pulau ini adalah pulau terbesar diantara lebih dari 100 pulau besar dan kecil di Pulau Laut. Disamping pulau-pulau tersebut wilayah Kabupaten Kotabaru yang terluas berada di bagian Timur Pulau Kalimantan sampai ke perbatasan Provinsi Kalimantan Timur. Sedangkan jumlah penduduknya adalah sebanyak 308.730 jiwa (Kotabaru Dalam Angka 2014).

Kabupaten Kotabaru sebelah utara berbatasan dengan Kabupaten Paser, Kalimantan Timur, sebelah selatan berbatasan dengan Laut Jawa, sebelah barat berbatasan dengan Kabupaten Balangan, Kabupaten Hulu Sungai Tengah, Kabupaten Hulu Sungai Selatan, Kabupaten Banjar dan Kabupaten Tanah Bumbu, sedangkan sebelah timur berbatasan dengan Selat Makassar.

Kabupaten Kotabaru secara geografis cukup unik, dimana selain memiliki banyak pulau, pantai dan lautan serta sebagian dari Pulau Kalimantan juga memiliki gunung, lembah dan dataran serta masih adanya kawasan hutan atau pedalaman. Selain itu secara demografis juga cukup unik karena disamping dihuni oleh penduduk asli Kalimantan (suku Banjar dan Dayak) juga dihuni oleh penduduk yang berasal dari Sulawesi, Jawa, Bali, Nusa Tenggara dan Sumatera. Dengan beraneka ragamnya Kabupaten Kotabaru baik secara geografis maupun secara demografis maka hal ini memunculkan eksotisme alam dan budaya sehingga dapat dijadikan obyek wisata.

Banyak potensi wisata di Kotabaru yang masih belum terjamah oleh pengelolaan yang sebenarnya akan mendatangkan keuntungan yang tidak sedikit bagi masyarakat sekitar. Di sisi lain, potensi pariwisata yang telah dikelola baik oleh pemerintah, swasta, maupun masyarakat bisa dibilang belum mendapat perhatian serius. Sebut saja bagaimana akses menuju tempat wisata yang sulit untuk sampai ke lokasi, sarana dan prasarana di tempat wisata, hingga persoalan mengenai promosi pariwisata. Menurut penulis Kotabaru memiliki banyak potensi pariwisata untuk dikenalkan kepada masyarakat, oleh karena itu tidak ada alasan untuk tidak mempromosikan pariwisata Kotabaru lebih giat dan lebih gencar lagi. Promosi merupakan ujung tombak bagaimana pariwisata dapat dikenal masyarakat luas, menarik mereka untuk datang.



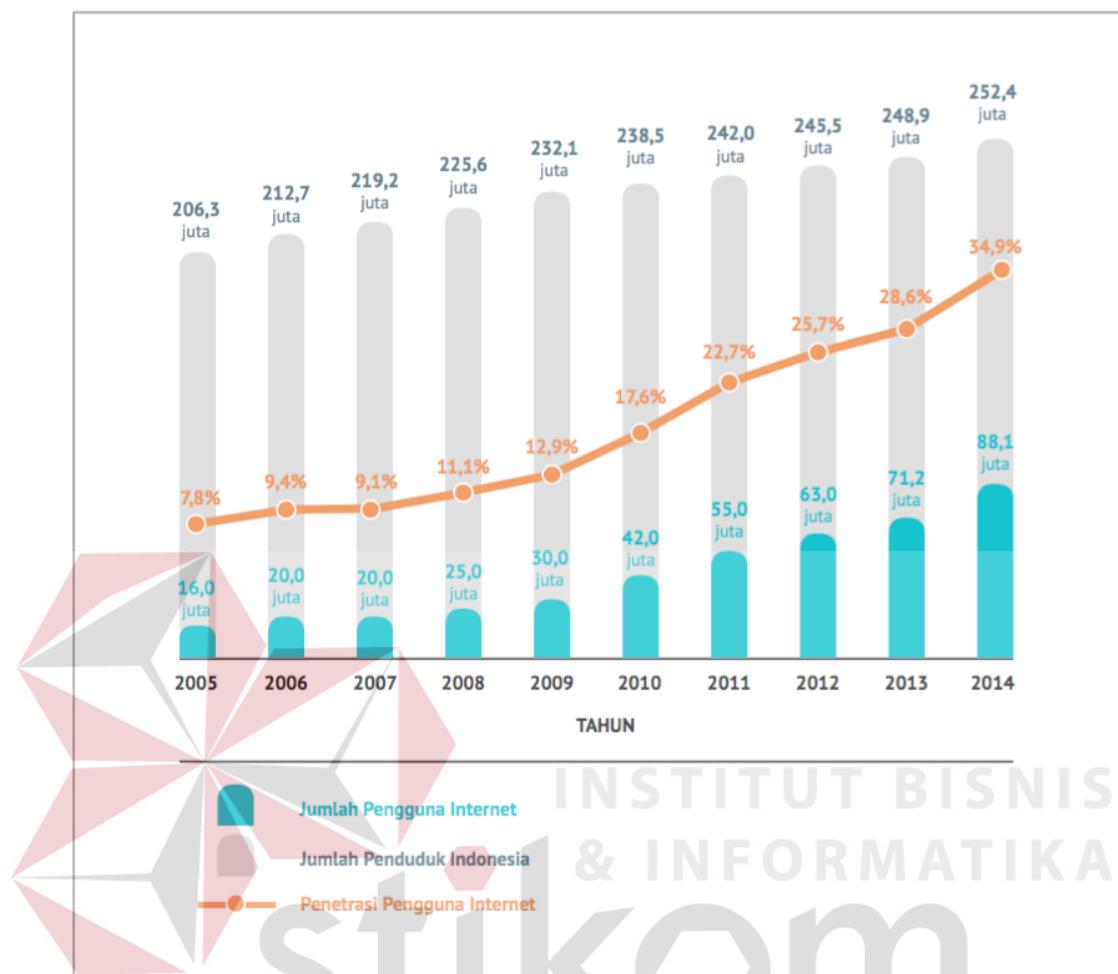
Gambar 1.1 Pengunjung Wisata Kabupaten Kotabaru 2009-2014

Sumber : (bappeda-kotabaru.info)

Dari gambar diatas dapat dilihat pada tahun 2014 terjadi peningkatan yang jauh berbeda daripada tahun sebelumnya. Hal ini dikarenakan pada tahun tersebut Kotabaru menjadi tuan rumah Hari Nusantara Nasional 2014. Selama tahun 2014 berbagai kegiatan pariwisata, seni dan budaya digelar terlebih lagi menjelang puncak acara, dimana pada puncak acara dihadiri langsung oleh Presiden RI Joko Widodo beserta sejumlah Menteri. Dengan hal ini sudah seharusnya dipertahankan agar tidak terjadi penurunan jumlah wisatawan, selain itu pengelolaan secara berkala perlu dilakukan untuk keberlangsungan tempat wisata di Kotabaru. Promosi menjadi hal yang penting bagaimana sektor pariwisata dapat berkembang. Bentuk promosi pariwisata dapat dilakukan dalam berbagai cara, mulai dari promosi secara lisan, tulisan, kampanye, atau melalui sebuah video.

Pemerintah Kabupaten Kotabaru melalui Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif telah mengembangkan dan mempromosikannya melalui berbagai media baik media cetak maupun media visual. Untuk memperkaya bentuk promosi pariwisata tersebut dirasa perlu untuk menambah video wisata yang lebih update dan menarik agar bisa disebarakan keberbagai media seperti, internet, gadget dan lain sebagainya sesuai dengan perkembangan teknologi informasi sekarang ini.

Kekuatan dari video sudah tidak dapat dipungkiri lagi, video menawarkan cara yang menarik bagi perusahaan ataupun wisata dalam promosi. Video adalah konten pemasaran masa depan, berbagai penelitian menunjukkan lebih dari setengah perusahaan sudah menggunakan media ini. Video online sudah menjadi saluran utama bagi individu untuk mendapatkan informasi. Menggunakan situs seperti YouTube dan situs penyedia video lainnya, karena menyediakan cara yang efektif bagi perusahaan untuk mempromosikan mereknya, menyebarkan konten pendidikan, dan menjelaskan fitur dan layanan lebih kompleks.



Gambar 1.2 Penetrasi Pengguna Internet

(sumber : <http://www.slideshare.net/wearesocialsg/2016-digital-yearbook>)

Dari gambar 1.2 dijelaskan pengguna internet di Indonesia setiap tahunnya semakin meningkat, dengan demikian promosi melalui online sangat cocok untuk memperkenalkan pariwisata di Kabupaten Kotabaru Kalimantan Selatan.

Perancangan promosi wisata pantai berbasis videografi sebagai upaya pengenalan pariwisata Kabupaten Kotabaru Kalimantan Selatan bagi penulis tepat untuk memajukan sektor pariwisata di Kabupaten Kotabaru, sekaligus memperkenalkan pada skala nasional bahkan internasional bahwa Kabupaten Kotabaru mempunyai potensi wisata pantai yang patut dinikmati oleh wisatawan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, didapatkan rumusan permasalahan, yaitu: "Bagaimana merancang promosi wisata pantai berbasis videografi sebagai upaya pengenalan pariwisata Kabupaten Kotabaru Kalimantan Selatan ?."

1.3 Batasan Masalah

Atas dasar uraian di atas, perlu adanya suatu batasan masalah agar dalam proses pengerjaan promosi wisata pantai di Kabupaten Kotabaru lebih fokus.

Agar pemecahan masalah dapat dijalankan dengan efektif dan tepat sasaran, maka diperlukan batasan-batasan masalah sebagai berikut :

- a. Tempat yang diangkat dalam perancangan promosi wisata pantai meliputi Kabupaten Kotabaru Kalimantan Selatan.
- b. Perancangan promosi wisata pantai hanya memuat 5 wisata pantai yang ada di Kabupaten Kotabaru Kalimantan Selatan, yaitu Pantai Gedambaan, Pulau Manti, Pulau Samber Gelap, Teluk Tamiang, dan Teluk Aru.
- c. Perancangan promosi wisata pantai berbasis videografi.

1.4 Tujuan

Atas dasar pada perumusan masalah di atas, maka tujuan dari perancangan ini adalah sebagai berikut:

- a. Merancang promosi wisata pantai berbasis videografi sebagai upaya pengenalan pariwisata Kabupaten Kotabaru Kalimantan Selatan.

- b. Memperkenalkan dan mempromosikan wisata pantai Kabupaten Kotabaru kepada masyarakat luas agar keberadaannya lebih dikenal masyarakat secara meluas.

1.5 Manfaat

Manfaat yang dapat diperoleh dari perancangan ini memiliki manfaat teoritis dan praktis, yang dijelaskan sebagai berikut :

1.5.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara teoritis, sekurang-kurangnya dapat berguna sebagai bahan referensi sumbangan pemikiran bagi dunia pendidikan sehingga dapat memperkaya dan menambah wawasan untuk penelitian selanjutnya, khususnya yang terkait dengan perancangan promosi wisata pantai berbasis videografi sebagai upaya pengenalan pariwisata.

1.5.2 Manfaat Praktis

- a. Manfaat perancangan promosi wisata pantai berbasis videografi adalah untuk menginformasikan dan mengenalkan agar masyarakat luas mengetahui wisata pantai yang menarik di Kabupaten Kotabaru dan diharapkan menjadi daya tarik minat wisatawan untuk mengunjungi wisata pantai ini sebagai tujuan pariwisata di Kabupaten Kotabaru.
- b. Dapat memberikan manfaat yang berguna bagi Dinas Pariwisata & Ekonomi Kreatif Kabupaten Kotabaru untuk mendukung promosi wisata pantai dalam menarik minat wisatawan untuk berkunjung.