

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pulau Bawean merupakan pulau kecil yang menyimpan banyak potensi dibidang pariwisata, terutama keindahan alamnya. Keindahan ini belum dimaksimalkan selagi memiliki potensi sebagai pariwisata alam. Dalam perancangan ini media promosi berperan penting untuk mempromosikan pulau Bawean sebagai objek wisata alam utama kabupaten Gresik.

Wisata alam yang dimiliki pulau Bawean meliputi taman laut disekitar Pulau Noko dan Pulau Gili, sumber air panas di Desa Sungai Rujing, Sawah Mulya dan di Desa Kepuh Teluk, air terjun (Laccar, Kuduk-Kuduk, dan Palomon), danau Kas Toba yang mempunyai luas 24 hektare dan kedalaman 139 m, serta keindahan pantai-pantainya. Namun, jumlah wisatawan yang mengunjungi pulau Bawean tergolong kurang memuaskan.

Bawean merupakan sebuah pulau yang terletak di Laut Jawa, yang secara administratif termasuk dalam wilayah Kabupaten Gresik dan berjarak sekitar 150km dari daratan utama Gresik ke arah utara pulau Jawa. Secara geografis Pulau Bawean berada diantara 5°42'-5°53' LS dan 112°34'-112°57' BT. Batas-batas Pulau Bawean sebelah barat, timur, utara, dan selatan adalah laut jawa. Pulau Bawean terbentuk dari sisa-sisa gunung berapi yang tua dengan ketinggian maksimal 655m. Bawean terbagi menjadi dua kecamatan, yaitu Kecamatan Tambak (13 desa) dan Kecamatan Sangkapura (17 desa). Dengan jumlah

penduduk sekitar 70.000 jiwa, yang mayoritas bermata pencaharian sebagai nelayan, petani dan menjadi TKI di Malaysia dan Singapura. (BPS Kabupaten Gresik, 2011)

Selain wisata alam, Bawean juga mempunyai potensi objek wisata sejarah, budaya, dan kerajinan. Untuk wisata sejarah meliputi kubur panjang yang diyakini masyarakat sekitar sebagai makam Sembada dan Dora, para punakawan Ajisaka yang berlokasi di Desa Lebak. Makam keramat Jujuk Cempa, makam Syekh Umar Mas'ud penyebar agama islam di Bawean, makam Pangeran Purbonegoro (ulama' dan penguasa yang bijak di Bawean), makam Pangeran Cokrokusumo, dan makam Waliyah Zainab, seorang wanita jawa yang menyebarkan agama islam di Bawean. Sedangkan potensi wisata lainnya antara lain pertunjukan tari-tarian khas Bawean, yaitu Tari Saman dan Tari Korcak yang biasanya ditarikan pada hari-hari besar Islam. Prosesi manten Bawean yang unik, perayaan Maulid Nabi Muhammad dengan menabuh rebana dikker, serta kerajinan tikar pandan khas Bawean yang terbuat dari pandan panjang dan pewarna alami.

Pulau Bawean juga menjadi rumah khusus bagi Rusa Bawean yang mempunyai nama latin *Axis kihlii*, karena keberadaannya hanya ada di pulau bawean sehingga termasuk daftar hewan yang sangat langka. Rusa Bawean (*Axis kihlii*) merupakan satwa yang dilindungi sejak tahun 1970 melalui Surat Keputusan Menteri Pertanian Nomor 241/KPTS/Um/8/1970 tanggal 26 Agustus 1970, serta diperkuat lagi dengan Surat Keputusan Menteri Kehutanan Nomor 301/KPTS-II/1991 tanggal 10 Juni 1991 dan Peraturan Pemerintah Nomor 7 Tahun 1999 tentang pengawetan jenis tumbuhan dan satwa.

Berdasarkan kenyataan tersebut, perlu rasanya untuk melakukan suatu tindakan promosi untuk mengembangkan potensi pariwisata yang dimiliki oleh Bawean. 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 *feed back* atas promosi yang dilakukan tersebut.

Menurut Herlen Farlow, yang dikutip oleh Tim Studi Analisa Program Promosi dan Pengenalan Produk (2007) dalam jurnalnya yang berjudul “*Studi Analisa Program Promosi Pasar Modal dan Jasa Keuangan Oleh Pelaku Industri Jasa Keuangan*”, menyatakan bahwa promosi adalah usaha yang dilakukan untuk memengaruhi pihak lain agar dapat berpartisipasi dalam kegiatan pemasaran. Promosi merupakan usaha mengkomunikasikan informasi yang bermanfaat tentang sesuatu hal untuk memengaruhi konsumen.

Menurut Pujiyanto (2003:97), promosi dapat dilakukan melalui berbagai cara, antara lain; melalui promosi penjualan, publisitas umum, dan periklanan. Ditinjau dari ketatnya persaingan pariwisata saat ini, pemilihan media promosi untuk mempromosikan Bawean sebagai tempat tujuan pariwisata sangatlah penting. Disamping untuk menarik minat wisatawan, promosi juga dilakukan untuk mempertahankan intensitas kunjungan wisatawan ke Pulau Bawean.

Adapun cara yang dapat dilakukan yaitu dengan memanfaatkan media periklanan yang saat ini banyak digunakan para pelaku industri dari berbagai bidang untuk memasarkan produknya. Hal ini dikarenakan promosi melalui media

periklanan sangatlah efektif dan efisien karena dapat memberikan informasi yang jelas terhadap produk pada segmen tertentu, menggunakan biaya rendah dan mempunyai daya bujuk (persuasif) yang kuat terhadap konsumen.

Maka dapat diketahui bahwa tindakan promosi melalui media iklan untuk menjadikan Pulau Bawean sebagai tempat tujuan utama wisata alam di kabupaten Gresik penting untuk dilakukan dalam rangka menciptakan tempat tujuan pariwisata baru yang menarik untuk dikunjungi.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang, maka dapat dirumuskan permasalahan, yaitu:

“Bagaimana merancang media promosi pariwisata Pulau Bawean sebagai tempat tujuan utama wisata alam Kabupaten Gresik?”

1.3 Batasan Masalah

Dalam perancangan ini menggunakan beberapa batasan masalah yaitu:

1. Membuat logo sebagai bagian dari merancang media promosi pariwisata Pulau Bawean
2. Perancangan ini difokuskan pada media promosi objek wisata alam pulau Bawean karena beraneka ragam objek wisata alam yang ada.
3. Wisata alam yang dipromosikan meliputi: danau, pantai, sumber air panas, air terjun dan taman laut.

4. Media promosi yang digunakan hanya meliputi media print out, yaitu: *above the line* (poster, iklan koran, billboard) dan *below the line* (leaflet, brosur, booklet dan *merchandise*: kaos, mug, stiker, topi).

1.4 Tujuan Perancangan

Adapun tujuan dilakukan perancangan ini adalah sebagai berikut :

1. Merancang media promosi pariwisata Pulau Bawean sebagai tempat tujuan utama wisata alam Kabupaten Gresik.
2. Merancang logo sebagai bagian media promosi pariwisata Pulau Bawean untuk menciptakan identitas bagi pariwisata Pulau Bawean.
3. Merancang media promosi objek wisata alam yang ada di pulau Bawean.
4. Mempromosikan wisata alam meliputi: danau, pantai, sumber air panas, air terjun dan taman laut.
5. Merancang media promosi dengan menggunakan media print out meliputi *Above The Line* (Poster, Iklan Koran, Billboard) dan *below the line* (*leaflet, Brosur, Green Map, booklet* dan *Mercandise: Kaos, Mug, Stiker, Topi, gantungan kunci*)

1.5 Manfaat Perancangan

Dengan adanya gagasan perancangan media promosi untuk mempromosikan potensi pariwisata yang dimiliki oleh Pulau Bawean, maka diharapkan dapat memberikan manfaat:

1. Manfaat Teoritis

Manfaat dari perancangan ini adalah untuk memberikan informasi serta masukan pada pihak yang terkait dalam upaya perancangan media promosi Pulau Bawean seperti Dinas Pariwisata, dan lain-lain. Sehingga dapat mengetahui keadaan dan potensi wisata yang dimiliki Pulau Bawean, dan dapat dijadikan referensi bagi mahasiswa atau perancang lain dalam melakukan penelitian di bidang yang sama.

2. Manfaat Praktis

Dengan adanya perancangan media promosi Pulau Bawean ini diharapkan dapat memberikan gambaran tentang keadaan Pulau Bawean dan segala potensinya dalam industri pariwisata guna meningkatkan kunjungan wisatawan terhadap Pulau Bawean.