

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kekayaan sumber daya alam laut di Indonesia memiliki kualitas dan keindahan alami yang berpotensi menjadi tujuan wisata. Sayangnya potensi wisata ini belum ditangani secara cermat, sehingga tidak semua objek wisata menjadi tujuan wisata.

Sebenarnya wisata di Indonesia sangat melimpah hanya saja belum ditunjang dengan fasilitas yang memadai. Oleh karena itu Departemen Pariwisata Indonesia perlu menganggarkan untuk fasilitas yang menunjang seperti *cottage*, pondok wisata, restoran dan warung-warung makan sederhana. Selain itu Departemen Pariwisata Indonesia perlu membentuk suatu citra yang unik dan khas sebagai identitas dirinya, agar dapat menarik wisatawan untuk berkunjung, sehingga pariwisata selalu berkembang.

Pengembangan pariwisata dinilai penting karena selain meningkatkan perolehan devisa, juga mampu menjadi penunjang kekuatan ekonomi negara (Kuntjoro, 2008). Di samping itu beragamnya objek wisata yang ditawarkan membuat pihak pengelola objek wisata harus berlomba-lomba menarik minat konsumen. Salah satu diantaranya adalah membentuk citra unik yang dimiliki. Salah satu diantara tempat wisata yang berpotensi untuk dikembangkan dan dipromosikan adalah wisata Tanjung Papuma di Jember.

Wisata Tanjung Papuma adalah sebuah tempat rekreasi alam gunung, hutan, dan pantai di dalam satu bentang alam. Wisata Tanjung Papuma memiliki panorama alam pantai yang didukung oleh formasi hutan produksi dan hutan lindung. Kawasan ini dibangun dan dikembangkan guna memenuhi kebutuhan wisata di alam terbuka. Keunikan objek wisata ini adalah hutan lindung yang berdekatan dengan pantai, sehingga menciptakan suatu tempat wisata pantai dengan udara yang sejuk, sangat mendukung untuk berekreasi santai, maupun untuk melakukan kegiatan-kegiatan lain seperti berkemah, memotret, penelitian, dan lain-lain.

Objek wisata ini dikelola oleh Perusahaan Kehutanan Negara, Perum Perhutani Unit II Jawa Timur. Keindahan alam pantai wisata Tanjung Papuma ini berhasil menarik perhatian Pemprov Jatim, sehingga memenangkan Juara 1 Lomba Anugerah Wisata Jawa Timur 2007 Jenis Objek Wisata Alam Paling Populer di Jawa Timur. Sayangnya, kurangnya media promosi yang digunakan membuat objek wisata ini terlupakan, bahkan kurang dikenal. Hal ini dapat dilihat pada tabel 1.1

Tabel 1.1 Data Pengunjung Tanjung Papuma 2005-2009

Tahun	Wisman	Wisnus
2005	335	22.862
2006	563	59.164
2007	547	169.295
2008	0	97.671
2009	424	41.533
Bulan	Wisman	Wisnus
Januari	41	8.524
Februari	52	2.456
Maret	32	3.256
April	25	4.251
Mei	45	4.215
Juni	45	4.855
Juli	54	6.245
Agustus	62	4.516
September	68	3.215
Oktober	-	-
November	-	-
Desember	-	-

Sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Jawa Timur, 2011.

Dari data pengunjung yang tampak pada tabel 1.1 pengunjung sejak tahun 2005-2009 terus menurun. Bahkan pada November 2009 wisata Tanjung Papuma tidak memiliki satupun pengunjung. Hingga saat ini media promosi yang digunakan memiliki tingkat *awareness* yang rendah. Adapun media promosi yang digunakan hanya berupa papan selamat datang yang letaknya pun tidak jauh dari lokasi. Sehingga bagi orang-orang yang belum mengenal wisata Tanjung Papuma tidak mendapatkan informasi apapun mengenai objek wisata ini. Media promosi lainnya yang digunakan adalah website, namun media promosi ini pula tidak dikembangkan dengan baik. Hal ini dapat dilihat pada website yang terlalu banyak menggunakan teks, layout yang tidak mencirikhasan wisata Tanjung Papuma itu sendiri dan visualisasi yang sangat minim. Oleh karena itu pada Tugas Akhir ini

bertujuan merancang media promosi wisata Tanjung Papuma guna meningkatkan *brand awareness*.

Brand awareness adalah kemampuan seseorang yang merupakan calon konsumen (*potential buyer*) untuk mengenali (*recognize*) atau menyebutkan kembali (*recall*) suatu merek yang merupakan bagian dari suatu kategori produk (Aaker, 1991: 61). Untuk sebuah objek wisata *brand awareness* berperan membentuk pencitraan dibenak wisatawan ataupun calon wisatawan. Hal ini memberikan *value* bagi tempat wisata tersebut. Bila *value* yang dimiliki telah melekat pada benak wisatawan maka objek wisata tersebut akan memiliki nilai pertimbangan yang tinggi bagi wisatawan. Dengan kata lain *brand awareness* memiliki pengaruh pada jumlah pengunjung sebuah objek wisata.

Tugas akhir yang penulis susun diharapkan dapat mempromosikan wisata Tanjung Papuma Kabupaten Jember yang mempunyai potensi besar untuk dikembangkan. Hal ini disebabkan kurang gencarnya pihak pengelola dalam melakukan promosi, sehingga diperlukan media promosi yang bertujuan untuk memberikan *image* yang baik terhadap wisata Tanjung Papuma guna meningkatkan *brand awareness*.

1.2 Rumusan Masalah

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

1. Bagaimana merancang media promosi wisata Tanjung Papuma?
2. Bagaimana merancang media promosi wisata Tanjung Papuma guna meningkatkan *brand awareness*?
3. Bagaimana merancang media promosi seperti iklan tv, website, brosur, *billboard*, *ex-banner*, iklan majalah dan *merchandise* yang mampu meningkatkan *brand awareness*?

1.3 Batasan Masalah

Dari permasalahan yang dirumuskan di atas maka batasan dari permasalahan yang digunakan dalam perancangan ini adalah:

1. Perancangan tugas akhir ini dititik beratkan pada media promosi wisata Tanjung Papuma yang berupa iklan tv, website, brosur, *billboard*, *ex-banner*, iklan majalah dan *merchandise*.
2. Perancangan media promosi wisata Tanjung Papuma sebagai upaya meningkatkan *brand awareness*.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai Tugas Akhir ini adalah:

1. Merancang media promosi wisata Tanjung Papuma berupa: iklan tv, website, brosur, *billboard*, *ex-banner*, iklan majalah dan *merchandise*.
2. Merancang media promosi wisata Tanjung Papuma guna meningkatkan *brand awareness*.

1.5 Manfaat

Tugas Akhir ini diharapkan dapat memberikan manfaat:

1. Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis yang diharapkan dapat dihasilkan melalui penelitian ini adalah pertama, memberikan pengembangan ilmu pengetahuan khususnya pada media promosi wisata Tanjung Papuma yang bisa berupa media elektronik atau media cetak. Selain itu agar dapat dijadikan sebagai referensi bagi peneliti lainnya yang berminat dalam melakukan penelitian terhadap masalah yang sama.

2. Manfaat Praktis

Manfaat praktis yang diharapkan dari perancangan Tugas Akhir ini adalah dengan adanya media promosi dapat memperkuat *brand awareness* dari wisata Tanjung Papuma sehingga jumlah kunjungan ke wisata Tanjung Papuma meningkat.