

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan salah satu negara dengan pemandangan alam terindah di dunia. Menurut situs pariwisata Rough Guides, Indonesia menduduki rangking ke-6 sebagai negeri paling indah karena memiliki pemandangan alam yang indah dan budaya yang beragam. Keindahan alam yang berlimpah tersebut akan biasa saja jika tidak dimanfaatkan dan diberdayakan dengan semestinya, negara dapat memiliki tambahan pemasukan melalui pemanfaatan dan pemberdayaan alam salah satunya dengan cara pariwisata. Pariwisata berasal dari bahasa Sanskerta yang terdiri atas dua kata yaitu pari berarti “keliling” atau “bersama” dan wisata berarti “perjalanan” (Pitana, 2009). Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) versi daring dikemukakan bahwa pariwisata adalah suatu kegiatan yang berhubungan dengan perjalanan rekreasi. Menurut Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata, yang dimaksud dengan pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata yang didukung oleh berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah dan pemerintah daerah.

Kabupaten Sidoarjo memiliki banyak wisata alam salah satunya Pulau Lusi yang berada di Tlocor, Tanjungsari, Kupang, Kecamatan Jabon, Kabupaten Sidoarjo. Pulau Lusi singkatan dari Lumpur Sidoarjo atau yang dahulu memiliki nama Pulau Sarinah adalah sebuah pulau yang terbentuk dari endapan lumpur yang berasal dari bencana semburan lumpur panas yang terjadi di Porong, Sidoarjo. Selama hampir 12 tahun lumpur yang meluap dibuang ke kali Porong, lalu aliran kali menghantarkan lumpur yang kemudian membentuk pulau baru. Sekitar 25 kilometer dari Desa Kedungpandan Jabon di tanah Tlocor, Pulau Lusi terletak di tengah Sungai Porong, di perbatasan Kabupaten Pasuruan dan Sidoarjo. Pengunjung dapat menggunakan armada perahu mesin yang dioperasikan oleh Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS) masyarakat sekitar untuk berwisata ke pulau ini. Pulau tersebut memiliki luas sekitar 67,8 Hektare. Pulau yang terbentuk dari hasil sedimentasi lumpur tersebut ditanami mangrove, mangrove tumbuh

dengan baik di pulau endapan lumpur Sidoarjo tersebut sehingga saat ini hampir seluruh pulau tertutup oleh pohon mangrove. Pulau Lusi dinobatkan sebagai Destinasi Wisata Terpopuler ke-2 di Indonesia setelah kawasan hutan wisata Mangrove Kuala Langsa (Mangrove Forest Park) Kota Langsa – Aceh pada Anugerah Pesona Indonesia (API) Award 2019, Jumat 22 November 2019.

Pulau Lusi hanya memiliki satu media sosial yaitu instagram, pada instagram Pulau Lusi jarang dilakukan pembaruan postingan, dalam 1 bulan hanya dilakukan dua kali posting saja. Media sosial, yang mencakup blog, jejaring sosial, wiki, forum, dan dunia virtual, memungkinkan orang untuk dengan mudah terlibat, berbagi, dan membuat konten. Tiga jenis media sosial yang paling banyak digunakan adalah blog, jejaring sosial, dan wiki. Media sosial memiliki efek yang baik karena memudahkan kita untuk berhubungan dengan banyak orang, memperluas asosiasi, mengatasi hambatan yang disebabkan oleh jarak dan waktu, mengekspresikan diri dengan lebih bebas, menyebarkan informasi dengan cepat, dan biaya lebih murah (Cahyono, 2016).

Perkembangan zaman saat ini melaju begitu pesat, sebuah perusahaan, instansi, hingga tempat wisata perlu menunjukkan identitasnya dengan cara yang lebih modern untuk menarik perhatian masyarakat ataupun target pasar yang dituju, salah satu cara menunjukkan identitas dengan cara membuat video promosi. Video promosi berupa suatu media audio visual yang dapat digunakan perusahaan untuk mengenalkan produk. Video promosi adalah bentuk penayangan informasi yang bersifat audio visual sehingga menjadi kunci mengenai suatu merek atau membagikan informasi kepada pelanggan dan konsumen akhir (Andrews & Shimp, 2003). Video promosi mengkombinasikan seni, lambang, tipografi, gambar, desain grafis, ilustrasi, dan warna dalam penyampaiannya. Penayangan video promosi dapat dilakukan secara modern dengan memanfaatkan media sosial sebagai sarana pemasaran digital, saat ini media sosial menjadi faktor penting, kehadirannya begitu berdampak bagi para pelaku bisnis dalam mempromosikan produknya agar penjualan tetap tercapai meskipun dalam pembatasan sosial. Beragam fitur dan cakupan area yang ditawarkan setiap media sosial juga memudahkan para pelaku bisnis dalam mempromosikan produknya.

Berdasarkan permasalahan yang telah ditemukan, penulis akan merancang video promosi tempat wisata Pulau Lusi dalam bentuk *short video* melalui media sosial tiktok guna menjadi sarana promosi Pulau Lusi. Dengan video promosi diharapkan dapat meningkatkan eksistensi Pulau Lusi dan menambah daya tarik wisatawan dikalangan masyarakat berusia 16-60 tahun.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan konteks yang melatar belakangi pembuatan skripsi di atas maka dapat ditemukan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana video promosi dalam bentuk *short video* pada media sosial tiktok dapat menjadi solusi yang efektif dalam upaya meningkatkan *awareness* dan menarik minat kunjung wisatawan?
2. Bagaiman cara memproduksi konten video pada media sosial tiktok agar dapat meningkatkan *awareness* dan menarik minat kunjung wisatawan?

1.3 Tujuan

Berdasarkan rumusan masalah yang dikemukakan di atas, maka didapatkan tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Mengetahui efektivitas media sosial tiktok sebagai media promosi tempat wisata Pulau Lusi
2. Mengetahui konten media sosial *short video* yang tepat untuk meningkatkan *awareness* dan menarik minat kunjung wisatawan pada tempat wisata Pulau Lusi

1.4 Manfaat

Penelitian ini diharapkan dapat memiliki manfaat bagi banyak pihak, diantaranya beberapa pihak sebagai berikut:

a. Bagi Penulis

Sebagai sumber pengetahuan dan inspirasi saat membuat film pendek untuk tujuan pemasaran di platform media sosial TikTok, serta alat untuk mempromosikan ilmu pengetahuan dan penggunaannya.

b. Bagi Pulau Lusi

Sebagai solusi untuk meningkatkan perhatian, upaya promosi serta minat terhadap tempat wisata Pulau Lusi, melalui perancangan video promosi dalam bentuk *short video*.

c. Bagi Universitas

Bagi mahasiswa akademik di Semen Indonesia International University, temuan penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pembelajaran dan pengajaran yang akan memberikan wawasan tentang bagaimana memanfaatkan ilmu desain komunikasi visual dalam membuat konten video singkat promosi di media sosial TikTok.

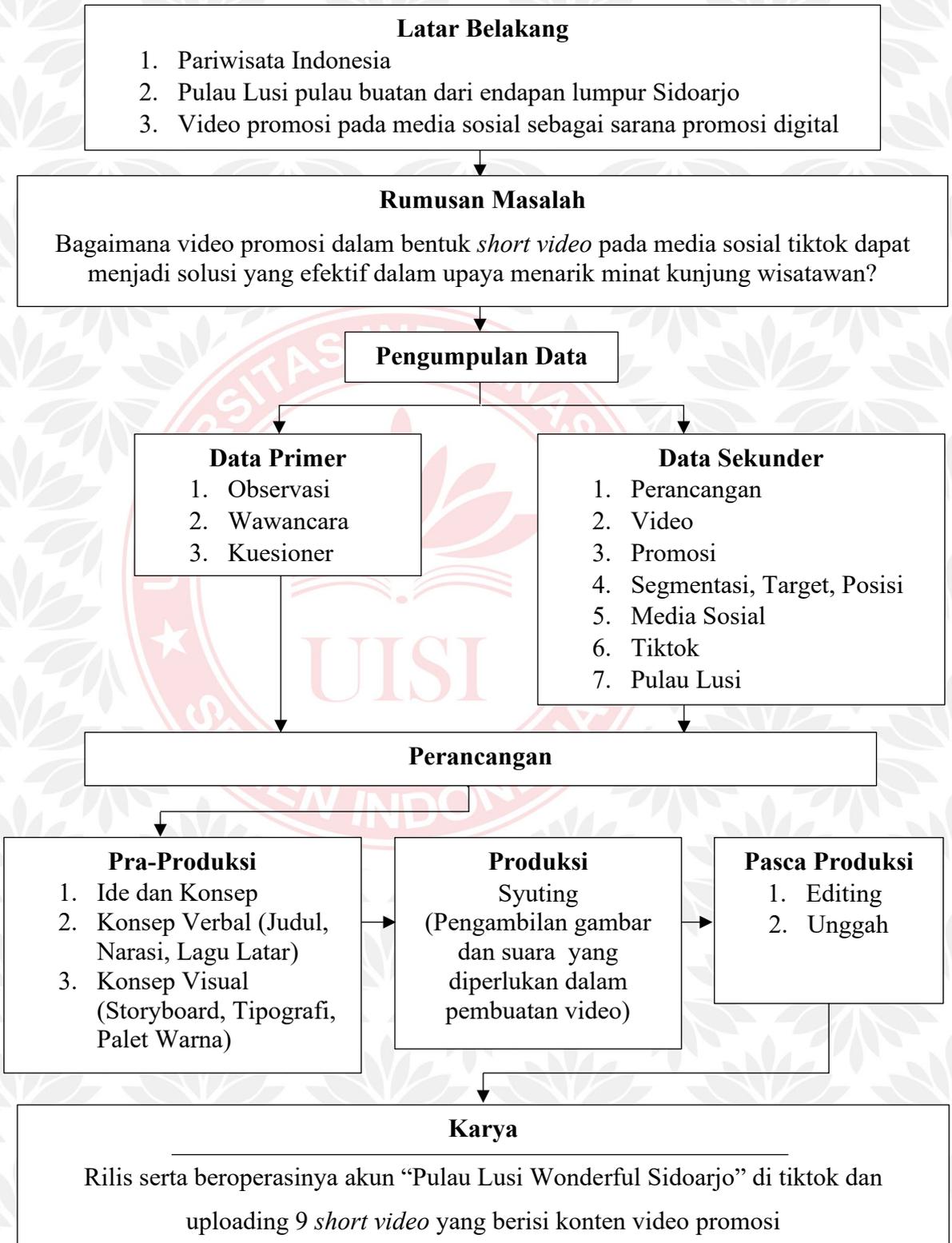
1.5 Batasan Masalah

Batasan masalah yang digunakan untuk mendukung fokus penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Hanya merancang video promosi sebagai penunjang promosi Pulau Lusi
2. Perancangan video promosi ini dibatasi pada pembuatan media sosial tiktok dan perancangan konten media sosial tiktok Pulau Lusi
3. Media sosial hanya meliputi tiktok
4. Pengambilan data utama terbatas hanya pada 1 narasumber (Humas POKDARWIS) selaku pengurus aktif di lokasi
5. Pengambilan data pendukung (kuesioner pengunjung) hanya dilakukan melalui daring untuk mencakup jangkauan lebih luas

1.6 Kerangka Pemikiran

Tabel 1. 1 Kerangka Pemikiran



Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2023