

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Aktivitas berwisata atau biasa disebut *traveling* tidak hanya dilakukan oleh para pecinta alam saja, namun mulai meluas dikalangan masyarakat. Ketika musim liburan, terdapat *event* yang diadakan dari berbagai *travel agent* yang menawarkan bermacam promo liburan berwisata ke tempat-tempat wisata, baik wisata dalam negeri maupun luar negeri. Berdasarkan data pariwisata tidak sedikit masyarakat Indonesia yang lebih memilih liburan diluar negeri untuk berwisata, padahal banyak tempat wisata di Indonesia yang memiliki keindahan alam yang indah dan tidak kalah dengan yang ada di luar negeri. Kurangnya pengetahuan masyarakat terhadap tempat wisata dalam negeri menjadi salah satu alasan kenapa mereka lebih memilih tujuan wisata luar negeri daripada yang ada di dalam negeri. Selain itu alasan orang berlibur ke luar negeri, karena tempatnya yang bersih dan rapih.

Berdasarkan Badan Pusat Statistik (BPS), jumlah pengunjung yang keluar-masuk Indonesia semakin bertambah di waktu libur. Menurut kajian dari *World Economic Forum* (WEF) dalam laporan *The Travel & Tourism Competitiveness Index* (TTCI) tahun 2013, daya saing pariwisata Indonesia berada di peringkat 70 dunia dari 140 negara. Angka wisatawan Indonesia masih tertinggal dengan angka wisatawan di negara tetangga seperti Thailand, Singapura. Hal ini karena objek wisata Indonesia masih memiliki sejumlah hambatan.

Indonesia begitu luas sehingga banyak terdapat tempat-tempat terpencil yang menyimpan keindahan alam, namun banyak masyarakat yang tidak mengetahui bahwa akses menuju ke tempat wisata tersebut ternyata mudah. Salah satunya Sulawesi Utara yang merupakan salah satu surga bagi wisatawan dalam negeri maupun luar negeri. Sulawesi Utara menyimpan potensi wisata bahari dan pantai yang sangat beragam. Salah satu pantai yang dikenal oleh wisatawan adalah Bunaken. Bunaken memiliki pesona keindahan dalam laut yang sudah di akui oleh wisatawan dalam negeri bahkan luar negeri. Tapi Bunaken hanyalah

satu dari sekian destinasi wisata di Sulawesi Utara yang mempesona. Masih banyak tempat wisata lainnya yang belum dikenal oleh wisatawan, Danau Linow adalah salah satunya.

Danau Linow terletak di Desa Lahendong, Kecamatan Tomohon Selatan, Kota Tomohon, Sulawesi Utara. Menurut sosiolog Universitas Sam Ratulangi, Alex Ulaen, Linow berasal dari kata lalinowan yang artinya tempat berkumpul air. Kata itu diambil dari bahasa Tombulu atau bahasa dari salah satu etnis di Minahasa. Area danau ini mempunyai luas sekitar 34 Ha dan berkedalaman sekitar 5 meter. Selain panorama keindahan danau, danau ini juga memiliki karakteristik unik yang alami seperti warna danau yang mudah sekali berubah-ubah sehingga disebut juga danau tiga warna. Dari ketinggian bukit, warna Danau Linow bisa berubah dari hijau, toska dan kebiruan. Hal ini disebabkan oleh salah satu sisi danau terhubung langsung dengan sumber air yang mengandung belerang dan mengalir ke dalam danau. Penyebab lainnya karena pembiasan cahaya dan pantulan dari vegetasi di sekitar danau. Menurut cerita turun temurun di wilayah itu, danau ini dulunya kawah namun setelah proses alam ribuan tahun berubah menjadi danau. Keunikan buatan yang ada yaitu di tepi Danau Linow disediakan *Coffee Cafe* dan *gazebo* untuk tempat minum makan bagi para pengunjung sambil menikmati pemandangan danau yang indah. Keunikan buatan lainnya antara lain tersedia pondok, restoran, serta sarana olahraga seperti kayak, kano, dan sepeda air.

Pengunjung Danau Linow masih sedikit dibandingkan dengan pengunjung tempat wisata lain yang berada di sekitar Kota Tomohon, salah satunya adalah Bukit Doa Mahawu. Dari segi wisata Bukit Doa lebih menarik dibandingkan dengan Danau Linow karena selain menjadi tempat wisata, Bukit Doa juga bisa digunakan sebagai tempat rekreasi, wisata rohani, *outbond*, tempat berolahraga. Bukit Doa juga memiliki banyak tempat menarik untuk *photo session* serta didukung dengan fasilitas yang memadai.

Danau Linow memiliki keindahan dan keunikan utama yaitu danau tiga warna, serta potensi yang dimilikinya, menjadikan Danau Linow sebagai salah satu destinasi wisata terbaik di Sulawesi Utara. Akan tetapi dikarenakan ketidaktahuan masyarakat terhadap potensi Danau Linow, menyebabkan

pengunjung Danau Linow masih sedikit dibanding dengan tempat wisata lainnya yang berada di wilayah Sulawesi Utara. Hal ini juga dikarenakan tidak adanya promosi terhadap tempat wisata ini, maka penulis mengangkat Danau Linow yaitu dengan membuat sebuah strategi promosi untuk dapat memasarkan tempat wisata ini secara menyeluruh kepada masyarakat Sulawesi Utara pada khususnya dan di Indonesia pada umumnya.

1.2 Permasalahan

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan di atas maka diperoleh identifikasi masalah sebagai berikut:

- a. Belum adanya strategi promosi untuk memasarkan potensi wisata Danau Linow.
- b. Tidak adanya promosi untuk menyampaikan pesan mengenai potensi wisata Danau Linow.

1.2.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah di atas maka terdapat rumusan masalah, yaitu sebagai berikut:

- a. Bagaimana strategi promosi untuk memasarkan potensi wisata Danau Linow?
- b. Bagaimanakah perancangan promosi yang tepat dan efektif untuk menyampaikan pesan mengenai potensi wisata Danau Linow?

1.3 Ruang Lingkup

Dengan masalah yang berskala besar, penulis membatasi ruang lingkup agar lebih fokus pada media promosi untuk Danau Linow.

- a. *What*
Promosi untuk tempat wisata Danau Linow.
- b. *Where*
Hasil perancangan akan ditempatkan di Manado *Town Square Mall* yang berada di Kota Manado yang merupakan tempat yang sering dikunjungi oleh target *audience*.

- c. *When*
Saat masa liburan tengah tahun sekitar bulan Juni.
- d. *Why*
Danau Linow memiliki keunikan warna danau yang dapat berubah-ubah sehingga disebut juga danau tiga warna dan memiliki potensi eduwisata.
- e. *Who*
Masyarakat Sulawesi Utara berusia 18 s/d 25 tahun kelas menengah ke atas.
- f. *How*
Membuat media promosi yang tepat dan efektif untuk memasarkan potensi wisata Danau Linow.

1.4 Tujuan Perancangan

Adapun tujuan perancangan yang akan dibuat penulis, yaitu:

- a. Membuat strategi promosi untuk memasarkan potensi wisata Danau Linow.
- b. Merancang promosi untuk menyampaikan pesan yang tepat dan efektif mengenai potensi wisata Danau Linow agar dapat menarik pengunjung.

1.5 Manfaat Perancangan

1. Bagi Penulis

Menerapkan ilmu desain komunikasi visual untuk memperkenalkan suatu tempat wisata yang unik di Sulawesi Utara pada khususnya dan di Indonesia pada umumnya. Dan melatih serta meningkatkan kemampuan dan kreatifitas di bidang Desain Komunikasi Visual khususnya *advertising*.

2. Bagi Keilmuan

Menambah referensi bagi akademis khususnya Desain Komunikasi Visual mengenai promosi tempat wisata. Dan dapat digunakan sebagai bahan perbandingan untuk mahasiswa Desain Komunikasi Visual yang lain dalam mengerjakan Tugas Akhir selanjutnya.

3. Bagi Pembaca

Menambah wawasan pembaca tentang tempat wisata danau Linow, dan sebagai media informasi tentang promosi sebuah tempat wisata.

1.6 Metode Penelitian

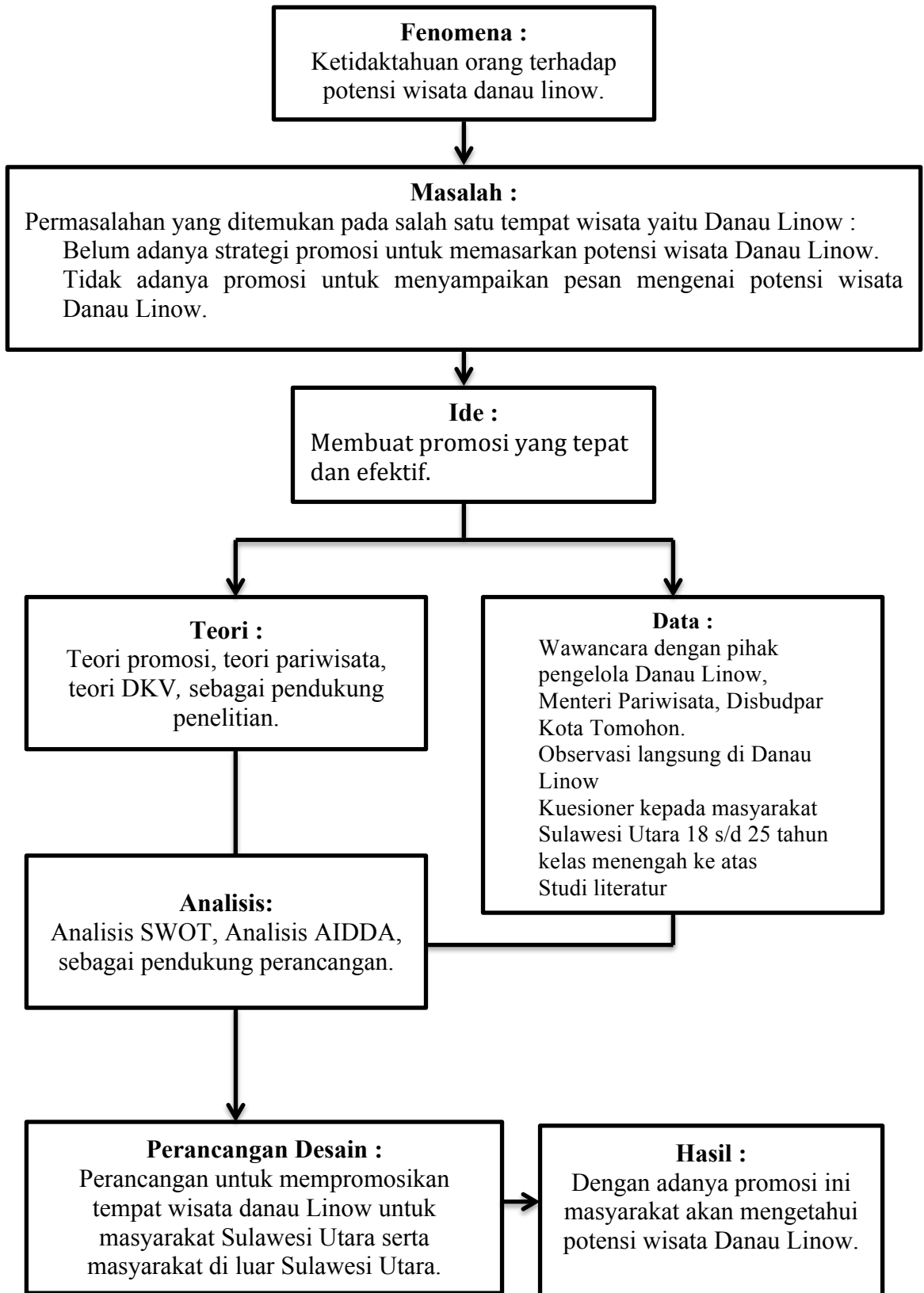
Dalam perancangan ini metode yang digunakan adalah Metodologi Kualitatif. Pengertian metode kualitatif yaitu menekankan *quality* atau hal terpenting suatu barang atau jasa yang berupa fenomena, kejadian, dan gejala sosial (Ghony, 2012: 25). Hasil penelitian yang didapatkan lebih berkenaan dengan interpretasi data yang diperoleh di lapangan. Berikut hal yang harus dilakukan untuk mendapatkan data yang *valid*, akurat dari kebiasaan, perilaku target *audience* yang kemudian akan dihubungkan dalam konsep perancangan.

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian kualitatif lebih menekankan pada jenis teknik wawancara, observasi, kuesioner, dan studi literatur.

1. Wawancara dengan pihak pengelola tempat wisata Danau Linow, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Tomohon, Menteri Pariwisata, serta masyarakat Sulawesi Utara untuk mengetahui data statistik pengunjung Danau Linow.
2. Observasi langsung ke lokasi wisata Danau Linow di daerah Lahendong kota Tomohon.
3. Kuesioner yang diberikan kepada 150 orang masyarakat Sulawesi Utara yang berusia 18 s/d 25 tahun, kelas menengah ke atas untuk mengetahui tanggapan dan kebutuhan pengunjung.
4. Studi literatur yaitu pengumpulan data dengan mencari informasi yang tepat melalui buku, majalah, jurnal, internet dan informasi lainnya yang *valid*.

1.7 Kerangka Perancangan



Gambar 1.1 Kerangka Perancangan

Sumber: Penulis

1.8 Pembabakan

a. BAB I PENDAHULUAN

Berisi tentang latar belakang masalah yang menjelaskan tentang gambaran tentang masalah tempat wisata yang belum memiliki promosi menjadikan fenomena Danau Linow yaitu salah satu tempat wisata yang belum diketahui potensi wisatanya oleh masyarakat. Dan juga menjelaskan fokus permasalahan dengan rumusan dan batasan masalah serta tujuan perancangan yaitu membuat perancangan promosi wisata Danau Linow. Pada bab ini juga dijelaskan metode pengumpulan data yang akan dilakukan sebagai acuan untuk proses penelitian yaitu observasi, wawancara, keusioner dan studi literatur, serta gambaran singkat setiap bab.

b. BAB II DASAR PEMIKIRAN

Menjelaskan teori yang relevan yang digunakan sebagai panduan dalam merancang. Teori yang di pakai adalah teori promosi, teori pariwisata, teori DKV, sebagai pendukung penelitian.

c. BAB III DATA DAN ANALISIS PERMASALAHAN

Menguraikan data-data yang telah didapatkan dari hasil observasi di Danau Linow, wawancara dengan pihak Danau Linow dan pihak lainnya, serta hasil kuesioner yang diberikan kepada 150 target *audience* dan menjelaskan hasil analisis dari data yang telah didapatkan dengan menggunakan teori yang telah dijabarkan pada Bab II untuk strategi perancangan.

d. BAB IV KONSEP DAN PERENCANAAN

Menjelaskan konsep perancangan yang terdiri dari konsep komunikasi, konsep kreatif, konsep media dan konsep visual. Serta menampilkan hasil perancangan mulai dari sketsa hingga penerapan visualisasi pada media.

e. BAB V KESIMPULAN

Menjelaskan kesimpulan yang berisi kesimpulan dan saran yang didapat peneliti dari hasil penelitian yang telah dilakukan.