

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia adalah negara yang mempunyai pesona alam dan budaya yang begitu mengagumkan. Salah satu dari sekian banyak objek wisata yang dimiliki yaitu Taman Nasional yang tersebar di berbagai provinsi di Indonesia. Hal tersebut sebagai salah satu pendukung kemajuan wisata alam di Indonesia. Yang dimana Taman Nasional (*National Park*) merupakan kawasan yang dilindungi oleh pemerintah dari perkembangan manusia dan polusi. Menurut Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1990 tentang Konservasi Sumber Daya Alam Hayati dan Ekosistemnya, Taman Nasional didefinisikan sebagai kawasan pelestarian alam yang mempunyai ekosistem asli, dikelola dengan sistem zonasi yang dimanfaatkan untuk tujuan penelitian, ilmu pengetahuan, pendidikan, menunjang budidaya, pariwisata dan rekreasi alam.

Sulawesi Selatan merupakan salah satu provinsi di Indonesia yang terdapat sebuah Taman Nasional. Salah satunya yaitu Taman Nasional Bantimurung Bulusaraung (TN-BABUL), yang merupakan salah satu dari 50 Taman Nasional yang ada di Indonesia, yang meliputi dua Kabupaten yaitu di Kabupaten Maros dan Kabupaten Pangkep. Ciri utama dari kawasan ini adalah ekosistem karst dengan keanekaragaman hayati yang khas dan unik serta beragam fenomena alam yang indah dan menakjubkan, merupakan potensi andalan Taman Nasional Bantimurung Bulusarang. Selain itu, Taman Nasional Bantimurung Bulusaraung memiliki tujuh objek wisata yang menarik yakni berupa Taman Wisata Alam Bantimurung, Leang-leang, Pattunuang, Karaenta, Leang Puteh, Bulusaraung, dan Leang Londrong.

Sementara itu terkait dengan pengunjung Taman Nasional Bantimurung Bulusaraung dalam empat tahun belakangan ini yakni dari tahun 2011 hingga 2014 jumlah pengunjung mengalami penurunan. Dalam data statistik pengunjung yang penulis peroleh dan bersumber dari data dokumen pengelola Balai Taman Nasional Bantimurung Bulusaraung yang menyebutkan bahwa jumlah pengunjung pada tahun 2011 yakni sebanyak

622.807 orang, di tahun 2012 sebanyak 566.586 orang, sementara tahun 2013 mengalami penurunan pengunjung yang signifikan yakni menjadi sebanyak 328.190 orang, dan terakhir tahun 2014 sebanyak 326.164 orang. Dari data tersebut dapat dilihat bahwa ada penurunan pengunjung yang signifikan pada Taman Nasional Bantimurung Bulusaraung.

Di sisi lain menurut Kasubag Tata Usaha Balai Taman Nasional Bantimurung Bulusaraung, keberadaan tujuh tempat wisata di kawasan TN Babul juga masih belum maksimal diketahui oleh masyarakat umum. Untuk Kawasan Taman Nasional Bantimurung Bulusaraung hanya pemandian Bantimurung dan penangkaran kupu-kupu atau disebut Taman Wisata Alam Bantimurung yang dikenal sebagai tempat wisata. Padahal banyak tempat wisata yang berada di kawasan tersebut yang tidak kalah menariknya. Pengembangan wisata Taman Nasional Bantimurung Bulusaraung yang dikemas dalam konsep *The Seven Wonders* merupakan tujuh tempat wisata yang sangat menarik untuk dikunjungi wisatawan, baik itu Lokal maupun Mancanegara yang merupakan upaya untuk memperkenalkan berbagai tempat wisata yang berada di daerah garapan Taman Nasional Bantimurung Bulusaraung.

Maka dari itu, pentingnya peningkatan sebuah promosi dan dapat memberi informasi secara efektif mengenai objek wisata yang berada di kawasan tersebut, sehingga dapat meningkatkan jumlah pengunjung dan lebih dikenal masyarakat luas. Selama ini, secara umum promosi wisata TN Babul dilaksanakan dengan hanya menyebarkan informasi melalui media massa, leaflet, maupun kegiatan pameran dan event-event khusus lainnya. Namun untuk kedepannya, pihak pengelola juga harus melakukan pengembangan dan peningkatan promosi dan informasi mengenai berbagai macam objek wisata yang berada di kawasan TN Babul demi menunjang peningkatan pariwisata.

Penilaian masyarakat terhadap suatu objek wisata sangat ditentukan oleh adanya upaya-upaya untuk mempromosikan objek yang bersangkutan. Untuk menunjang promosi wisata Taman Nasional Bantimurung Bulusaraung tersebut, ada banyak cara yang bisa dilakukan, salah satunya dengan

memanfaatkan media selain cetak, juga visual. Media informasi sekaligus promosi melalui aplikasi *mobile* diharapkan menjadi salah satu alternatif yang efektif untuk membantu wisatawan. Melalui adanya aplikasi *mobile* sebagai media informasi dan promosi ini ditunjukkan dapat membuat Taman Nasional Bantimurung Bulusaraung sebagai tujuan wisata. Media promosi ini juga sebagai media penyampai informasi untuk di ketahui masyarakat akan berbagai macam objek wisata yang berada di kawasan Taman Nasional Bantimurung Bulusaraung Sehingga kedepannya dapat benar-benar menjadi pariwisata unggulan yang dapat dinikmati setiap wisatawan.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah di kemukakan sebelumnya, dapat di identifikasikan permasalahan yang berkaitan dengan penelitian yaitu :

- 1.2.1 Objek wisata pada kawasan Taman Nasional Bantimurung Bulusaraung belum maksimal diketahui masyarakat umum.
- 1.2.2 Belum maksimalnya media informasi dan promosi mengenai tujuh objek wisata yang berada di kawasan Taman Nasional Bantimurung Bulusaraung.

1.3 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah yang akan di bahas dalam penelitian, berikut adalah:

- 1.3.1 Bagaimana merancang strategi promosi dan informasi terhadap ketujuh objek wisata yang berada di kawasan Taman Nasional Bantimurung Bulusaraung?
- 1.3.2 Bagaimana merancang media informasi yang efektif terhadap wisata di kawasan Taman Nasional Bantimurung Bulusaraung?

1.4 Ruang Lingkup

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

- 1.4.1 *What* (apa)

Merancang aplikasi *mobile* sebagai media informasi dan promosi yang efektif terhadap tujuh objek wisata pada kawasan Taman Nasional Bantimurung Bulusaraung.

1.4.2 *Who* (Siapa)

Segmentasi yang dituju yaitu masyarakat kota Makassar. Dengan jenjang usia menengah yakni 17-25 tahun karena rentan usia tersebut biasanya tidak memiliki keinginan yang khusus tetapi selalu memiliki keinginan yang besar untuk melakukan kegiatan wisata (Ismayanti, 2010:55).

1.4.3 *When* (Kapan)

Pengumpulan data dimulai dari awal bulan Februari 2015.

1.4.4 *Where* (Dimana)

Penelitian dan pengumpulan data dilaksanakan di Balai Taman Nasional Bantimurung Bulusaraung, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Maros serta instansi dan lembaga lain yang berkaitan.

1.4.5 *Why* (Kenapa)

Karena belum maksimalnya media informasi serta promosi yang efektif kepada wisatawan terhadap berbagai objek wisata yang berada di kawasan Taman Nasional Bantimurung Bulusaraung.

1.4.6 *How* (Bagaimana)

Merancang aplikasi *mobile* sebagai media informasi serta promosi yang efektif terhadap daya tarik wisatawan pada Taman Nasional Bantimurung Bulusaraung sebagai objek wisata yang berpotensi.

1.5 Tujuan dan Manfaat Perancangan

Adapun tujuan perancangan sebagai berikut:

1.5.1 Untuk memberi informasi dan memudahkan wisatawan yang berkunjung pada ketujuh objek wisata yang berada di kawasan Taman Nasional Bantimurung Bulusaraung.

1.5.2 Agar masyarakat luas dapat lebih mengetahui keberadaan dan keindahan objek wisata yang berada di kawasan Taman Nasional Bantimurung Bulusaraung.

Dari tujuan yang telah di paparkan, maka adapun manfaat yang dapat di peroleh dari perancangan adalah:

1.5.1 Bagi Pemerintah:

Taman Nasional Bantimurung Bulusaraung menjadi objek wisata yang diminati wisatawan sehingga menambah penghasilan daerah pariwisata.

1.5.2 Bagi Masyarakat / wisatawan:

1.5.2.1 Mengetahui keberadaan ketujuh objek wisata pada kawasan Taman Nasional Bantimurung Bulusaraung.

1.5.2.2 Memudahkan wisatawan yang berkunjung untuk mengakses informasi menuju lokasi dan potensi daya tarik wisata pada kawasan Taman Nasional Bantimurung Bulusaraung.

1.5.3 Bagi mahasiswa:

1.5.3.1 Menerapkan materi perancangan Desain Komunikasi Visual pada kasus nyata untuk perkembangan wisata Taman Nasional Bantimurung Bulusaraung.

1.5.3.2 Menyampaikan ide kreatif dengan menggunakan visual desain kepada masyarakat.

1.5.4 Bagi institusi akademik:

Menambah wacana untuk pengembangan institusi akademik.

1.6 Cara Pengumpulan Data dan Analisis

1.6.1 Cara Pengumpulan Data

Metode atau cara yang digunakan untuk dijadikan acuan dasar penelitian dan pengumpulan data adalah:

Metode kualitatif

Menurut Sugiyono, metode kualitatif merupakan metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada objek yang alamiah dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi, analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna. Denzin dan Lincoln (Moleong, 2007 : 5), penelitian kualitatif merupakan penelitian yang menggunakan latar alamiah, dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan jalan

melibatkan berbagai metode yang ada. Dalam hal ini, fenomena yang ada di Taman Nasional Bantimurung Bulusaraung adalah minimnya media promosi dan informasi mengenai berbagai objek wisata yang terdapat di kawasan TN Babul. Kemudian menganalisa dengan membandingkan data yang diperoleh di lapangan dengan teori yang ada yang berkaitan dengan kasus yang diangkat. Membandingkan data yang didapat yaitu media promosi yang ada sebelumnya dengan kajian teori desain kemudian dianalisis sehingga didapat suatu hasil atau kesimpulan untuk menjawab permasalahan sebagai dasar dalam perancangan.

Adapun metode kualitatif yang digunakan yaitu dengan cara:

1. Observasi

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) observasi berarti pengamatan atau peninjauan secara cermat. Dengan demikian pengertian observasi penelitian kualitatif adalah pengamatan langsung terhadap objek untuk mengetahui keberadaan objek, situasi, konteks, dan maknanya dalam upaya mengumpulkan data penelitian. (Djam'an dan Komariah, 2009 : 105). Dalam hal ini, observasi langsung di lakukan pada ketujuh objek wisata yang berada pada kawasan Taman Nasional Bantimurung Bulusaraung.

2. Wawancara

Wawancara adalah proses pengumpulan data atau informasi melalui tatap muka antara pihak penanya dengan pihak yang ditanya atau penjawab. Wawancara sifatnya mendalam karena ingin mengeksplorasi informasi secara holistic dan jelas dari informan (Sudjana 2000 : 234). Wawancara dilakukan dengan pihak yang bersangkutan Balai Taman Nasional Bantimurung Bulusaraung, yakni Kasubag Tata Usaha Balai Taman Nasional Bantimurung Bulusaraung yaitu Dedy Asriady, Kepala Bagian Perencanaan yaitu Usman Arifin, Iqbal, dan Indra Pradana.

3. Tinjauan pustaka

Tinjauan pustaka sebagai landasan teori dan data untuk memperkuat data penyusunan, yang dimana bersifat teoritis dan dari beberapa literatur atau bahan bacaan yang dapat di pertanggung jawabkan kebenarannya. Dalam

hal ini, informasi dan data mengenai objek wisata yang terdapat di Taman Nasional Bantimurung Bulusaraung di dapat dari dokumen Balai Taman Nasional Bantimurung Bulusaraung website, artikel, dan buku penunjang teori sebagai pijakan perancangan seperti buku pariwisata, buku ilmu komunikasi, buku pemasaran dan promosi, buku fotografi serta buku yang berkaitan dengan Desain Komunikasi Visual.

4. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2013:142). Dalam hal ini kuesioner tersebut digunakan untuk mengetahui respon audiens yang berada di Kota Makassar, yang dimana jumlah responden diambil dari sampel populasi penduduk kota Makassar.

1.6.2 Analisis

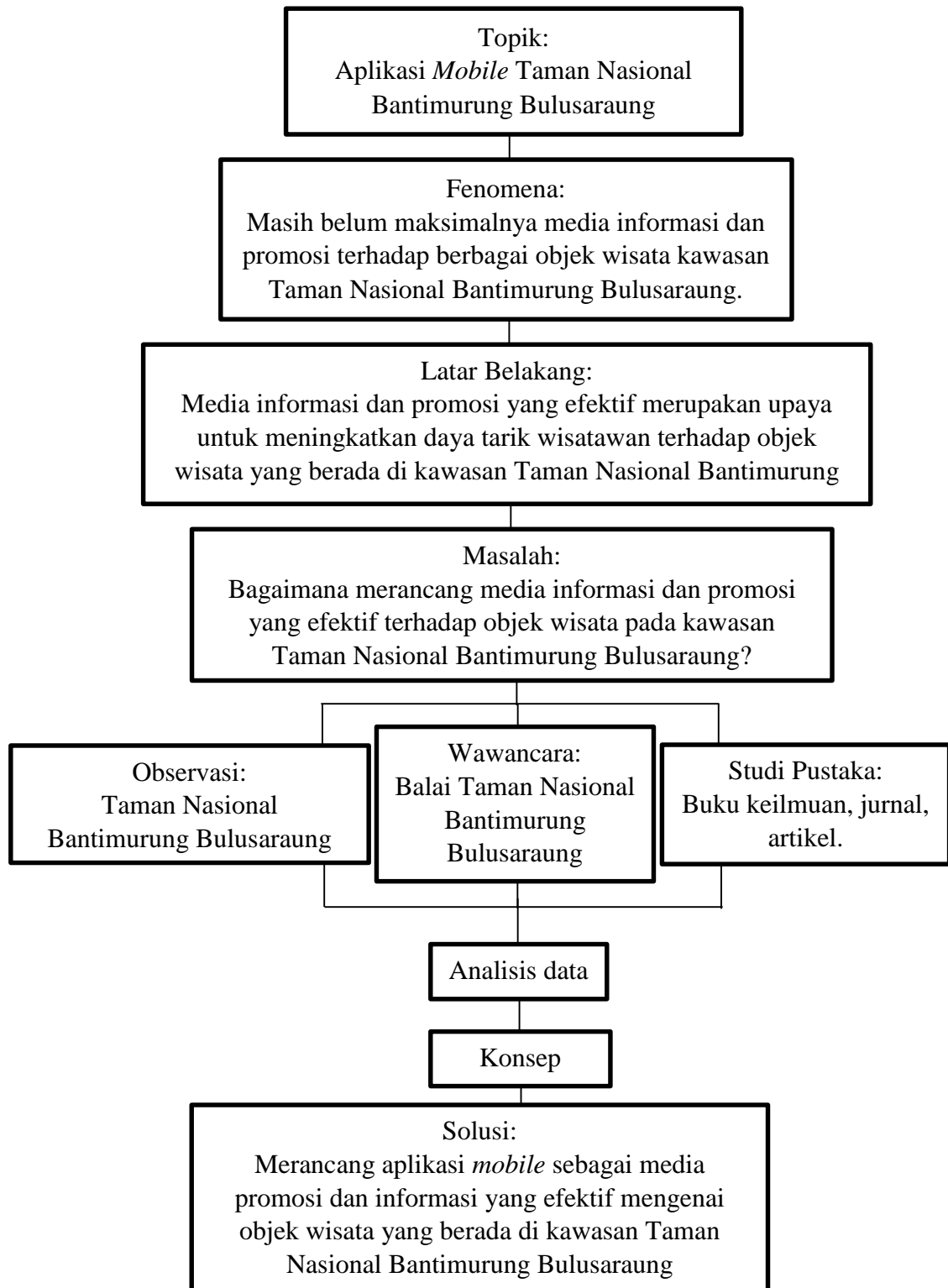
Setelah pengumpulan data, kemudian menganalisis data yang telah didapat. Adapun analisis yang digunakan Analisis SWOT, yang menurut Schuler (2002:170) SWOT merupakan singkatan dari *Strengths* (kekuatan), *Weaknesses* (kelemahan), *Opportunities* (kesempatan), *Threats* (ancaman). SWOT adalah metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam suatu proyek agar mencapai tujuan.

Untuk menganalisis segmentasi konsumen yaitu menggunakan analisis AIO, yang merupakan singkatan dari *Activity* (aktivitas), *Interest* (minat), *Opinion* (pendapat).

Selain itu juga menggunakan analisis perbandingan, yang dimana perbandingan tersebut dijadikan sebagai acuan untuk melihat kompetitor dalam perancangan.

1.7 Kerangka Perancangan

Adapun kerangka perancangan sebagai berikut:



Gambar 1.1 Kerangka perancangan
Sumber: Dokumen Penulis

1.8 Pembabakan

Penyusunan berdasarkan suatu sistematika yang mengarah kepada konsep dasar, dengan penjelasan sebagai berikut:

Bab I. Pendahuluan

Membahas mengenai latar belakang diangkatnya media promosi Taman Nasional Bantimurung, identifikasi masalah yang terdapat di Bantimurung sehingga menjadi alasan yang kuat untuk merancang media promosi Taman Nasional Bantimurung. Dari identifikasi masalah kemudian di temukan beberapa rumusan masalah, dan di batasi oleh ruang lingkup yang terdiri dari 5W+1H. Adapun tujuan dari perancangan media promosi Taman Nasional Bantimurung yaitu untuk meningkatkan daya tarik wisatawan nusantara maupun mancanegara. Cara pengumpulan data menggunakan metode kualitatif dan analisis SWOT serta analisis AIO. Selain itu juga membahas tentang kerangka perancangan, dan pembabakan atau sistematika penulisan.

Bab II. Dasar Pemikiran

Menjelaskan dasar pemikiran dari teori-teori yang relevan untuk digunakan sebagai pijakan dalam merancang aplikasi mobile sebagai media promosi dan informasi yang efektif guna meningkatkan daya tarik wisatawan terhadap berbagai objek wisata yang berada pada kawasan Taman Nasional Bantimurung Bulusaraung.

Bab III. Data dan Analisis Masalah

Menguraikan metode atau cara pengumpulan data dan analisis masalah dalam penelitian yang digunakan.

Bab IV. Konsep dan Hasil Perancangan

Merupakan konsep yang menjadi acuan *output* desain secara menyeluruh, dan hasil perancangan.

Bab V. Penutup

Berisi kesimpulan dan saran.