

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Aceh adalah sebuah provinsi di Indonesia yang terletak di ujung utara pulau Sumatera dan merupakan provinsi paling barat di Indonesia. Provinsi Aceh memiliki hutan yang terletak di sepanjang jajaran Bukit Barisan dari Kutacane di Aceh Tenggara sampai Ulu Masen di Aceh Jaya dan terdapat Taman Nasional Gunung Leuser (TNGL) yang berada di Aceh Tenggara. Aceh memiliki alam yang masih asri, karena belum banyak terjamah oleh masyarakat. Oleh karena itu, banyak terdapat lokasi yang memiliki potensi untuk dijadikan objek wisata.

Namun sejak tahun 1979, pariwisata provinsi Aceh tidak dapat berkembang karena terjadi konflik antara GAM (Gerakan Aceh Merdeka) dan pemerintah Republik Indonesia. Daerah Operasi Militer yang diadakan oleh pemerintah RI membuat akses ke beberapa tempat di Aceh dibatasi. Hal tersebut mengakibatkan variasi tempat wisata di Aceh menjadi terbatas.

Keadaan tersebut diperparah dengan bencana *Tsunami* yang terjadi pada tanggal 26 Desember 2004. Bencana itu menghancurkan sebagian besar Aceh dan mengakibatkan ribuan korban jiwa. Sebagian besar masyarakat Aceh kehilangan tempat tinggal dan harta benda yang membuat masyarakat hanya memikirkan cara untuk bertahan hidup, sehingga tidak dapat memikirkan kebutuhan untuk memperoleh hiburan dan rekreasi. Bahkan sebagian masyarakat mengalami trauma terhadap pantai yang merupakan tempat favorit masyarakat untuk berekreasi.

Bencana *Tsunami* tersebut membuat perhatian dunia internasional kembali tertuju pada konflik antara GAM dan pemerintah RI. Akhirnya pada tahun 2005 terjadi perundingan damai yang difasilitasi oleh LSM yang berbasis di Finlandia, yaitu *Crisis Management Initiative* yang menghasilkan kesepakatan damai antara GAM dan pemerintah.

Dengan berakhirnya perang, pembangunan kembali daerah Aceh dilakukan dengan bantuan internasional, dimana hal tersebut membuat perekonomian semakin

membalik. Masyarakat Aceh yang sebelumnya hidup dibawah tekanan perang dan trauma akibat bencana *Tsunami* mulai merasa aman untuk melakukan berbagai aktivitas. Dengan keadaan yang mulai kondusif dan perekonomian masyarakat yang semakin membaik, membuat masyarakat mulai ingin memenuhi kebutuhannya untuk memperoleh rekreasi yang selama konflik sulit untuk didapatkan. Hal ini menciptakan peluang bisnis bagi beberapa tempat yang memiliki potensi alam yang indah. Salah satu objek wisata yang menangkap peluang tersebut adalah D' Mata-ie *Hillside*.

D' Mata-ie *Hillside* merupakan sebuah tempat wisata *waterboom* dan *outbound* yang dibuka pada tahun 2008. Objek wisata ini terletak di lereng gunung Bukit Barisan di desa Keude Bieng, Aceh Besar, yang membuat D' Mata-ie *Hillside* memiliki udara yang sejuk dan bersih. Pada masa awal berdirinya, wahana bermain dan fasilitas yang dimiliki oleh D' Mata-ie *Hillside* adalah ATV, *flying fox*, *airsoft gun*, *waterboom*, kolam renang, ruang seminar dan restoran. Dengan melihat adanya berbagai fasilitas tersebut, maka D' Mata-ie *Hillside* menjadi tempat rekreasi yang tepat bagi keluarga. Berdasarkan hasil dari wawancara dengan pemilik D' Mata-ie *Hillside*, pada rentang tahun 2010 sampai dengan tahun 2012, jumlah pengunjung D' Mata-ie *Hillside* masih relatif baik, namun pada awal tahun 2013 dirasakan adanya penurunan jumlah pengunjung. Hal tersebut terjadi karena kurangnya promosi yang dilakukan oleh D' Mata-ie *Hillside*.

Sebelumnya media promosi yang telah dilakukan D' Mata-ie *Hillside*, terdiri dari iklan di media lokal, yaitu Aceh TV dan koran Serambi Indonesia, baliho, spanduk, dan brosur. Namun iklan TV dan Koran yang dilakukan hanya bersifat sementara dan sudah tidak dilanjutkan lagi pada saat ini. Selain itu media baliho, spanduk, dan brosur hanya tersedia di sekitar lokasi objek wisata. Hal ini membuat media yang memberikan informasi, membujuk, serta mengingatkan bagi masyarakat dirasakan sangat kurang.

Oleh karena D' Mata-ie *Hillside* mengalami penurunan jumlah pengunjung pada tahun 2013, maka Penulis tertarik untuk mengkajinya dalam perancangan Tugas Akhir ini. Tujuannya adalah untuk membantu D' Mata-ie *Hillside* dalam merancang

media promosi yang dapat meningkatkan keinginan masyarakat yang berdomisili di Aceh, maupun masyarakat pendatang untuk mengunjungi D' Mata-ie *Hillside*.

1.2 Permasalahan

1.2.1 Identifikasi Masalah

Dari penjabaran latar belakang diatas, dapat diidentifikasi beberapa masalah yaitu sebagai berikut:

1. Terjadinya penurunan jumlah pengunjung yang datang ke objek wisata D' Mata-ie *Hillside* pada tahun 2013.
2. Media promosi yang dilakukan D' Mata-ie *Hillside* seperti iklan TV dan Koran hanya bersifat sementara dan saat ini sudah tidak dilanjutkan.
3. Media promosi baliho dan spanduk hanya tersedia di sekitar objek wisata.

1.2.2 Rumusan Masalah

Dari pengidentifikasian masalah, maka dapat dirumuskan permasalahan berupa sebuah pertanyaan yaitu, Bagaimana merancang media promosi yang dapat meningkatkan keinginan masyarakat yang berdomisili di kota Banda Aceh dan Aceh Besar, maupun masyarakat pendatang untuk mengunjungi D' Mata-ie *Hillside*.

1.3 Fokus Permasalahan

Perancangan Tugas Akhir ini memfokuskan pada sebuah objek wisata yaitu D' Mata-ie *Hillside*, yang berlokasi di desa Keude Bieng, Aceh Besar. Ruang lingkup permasalahan dalam perancangan Tugas Akhir ini yaitu perancangan media promosi untuk D' Mata-ie *Hillside*. Dengan khalayak sasaran yang dikelompokkan menjadi dua yaitu, target utama yang terdiri dari masyarakat yang telah berkeluarga, dan target sekunder adalah anak-anak sampai usia 10 tahun.

Perancangan Tugas Akhir ini dilakukan sejak bulan September tahun 2013 hingga Januari tahun 2014, sedangkan promosi untuk D' Mata-ie *Hillside* akan dilakukan selama tahun 2014 dan difokuskan pada bulan Agustus dan Desember

dikarenakan masa liburan sekolah. Promosi yang dilakukan mencakup kota Banda Aceh dan sekitarnya.

Keadaan daerah Aceh yang semakin kondusif setelah perdamaian konflik GAM dan bencana *Tsunami* membuat banyak objek wisata baru yang bermunculan, sehingga dibutuhkan sebuah promosi yang bertujuan untuk menarik minat masyarakat untuk mengunjungi D' Mata-ie *Hillside*. Dengan cara merancang media promosi yang disesuaikan dengan segmentasi D' Mata-ie *Hillside*.

1.4 Tujuan Perancangan

Dari permasalahan yang ada, maka tujuan diadakannya perancangan Tugas Akhir ini adalah meningkatkan keinginan masyarakat yang berdomisili di Aceh, maupun masyarakat pendatang untuk mengunjungi D' Mata-ie *Hillside* dengan cara merancang media promosi.

1.5 Cara Pengumpulan Data

Penulis menggunakan beberapa cara dalam pengumpulan data, yaitu:

1. Observasi

Pengamatan/observasi dan pencatatan dilakukan langsung ke lokasi D' Mata-ie *Hillside*, pengamatan dilakukan terhadap fasilitas dan wahana yang terdapat di D' Mata-ie *Hillside*, media promosi yang pernah dilakukan, serta faktor yang menyebabkan terjadinya penurunan pengunjung.

2. Wawancara.

Penulis mewawancarai pengelola objek wisata D' Mata-ie *Hillside*. Untuk memperoleh data-data yang dibutuhkan dalam perancangan Tugas Akhir ini.

3. Studi Pustaka

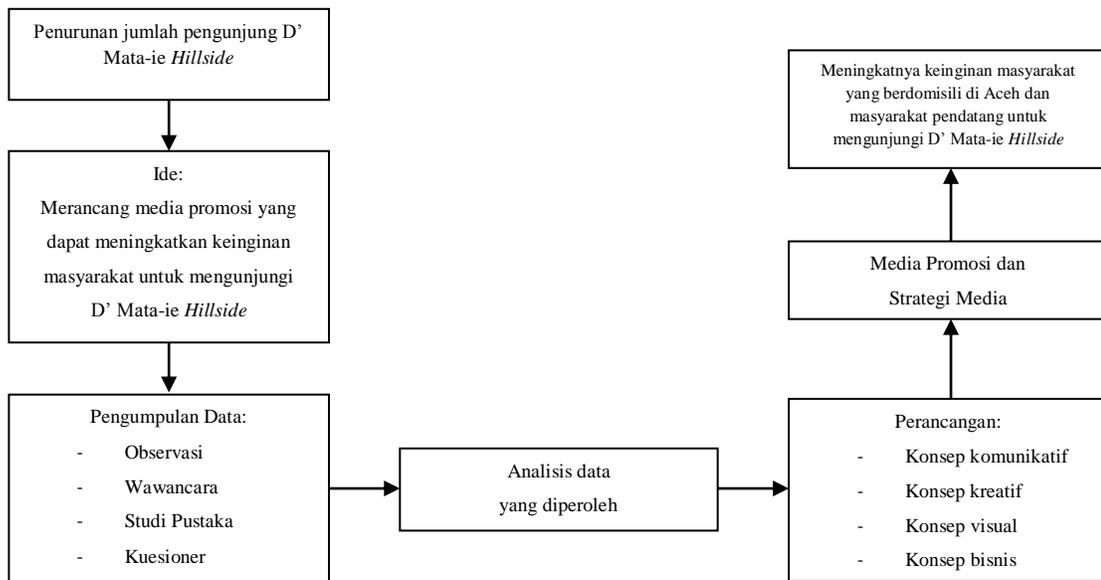
Studi pustaka dilakukan terhadap buku-buku yang berkaitan dengan teori promosi dan teori visual.

4. Kuisisioner

Kuisisioner disebar kepada beberapa masyarakat Aceh agar dapat menentukan perancangan media promosi yang tepat.

1.6 Kerangka Perancangan

Berikut kerangka penelitian dari perancangan Tugas Akhir ini yang menjelaskan alur kerja Penulis dalam merancang media promosi untuk D' Mata-ie *Hillside*:



Gambar 1.1 Kerangka Perancangan

1.7 Pembabakan

1. Bab I Pendahuluan

Meliputi pembahasan tentang latar belakang masalah yang berkaitan dengan objek penelitian yaitu D' Mata-ie *Hillside*. Latar belakang menjabarkan gambaran umum tentang masalah yang diangkat melalui fenomena yang terjadi, permasalahan yang terjadi disertai dengan rumusan masalah, tujuan perancangan, cara-cara yang dipakai dalam pengumpulan data, kerangka perancangan yang digunakan sebagai acuan untuk proses penelitian, dan gambaran singkat setiap bab.

2. Bab II Dasar Pemikiran

Meliputi pembahasan tentang teori yang berhubungan dengan tema yang diangkat yaitu media promosi. Teori-teori dalam bab ini digunakan sebagai landasan dalam melakukan perancangan Tugas Akhir.

3. Bab III Data dan Analisis Masalah

Menguraikan data-data objek wisata D' Mata-ie Hillside yang didapatkan dari hasil observasi, wawancara dan kuesioner serta menjelaskan hasil analisis dari data yang telah didapatkan dengan menggunakan teori yang telah dijabarkan pada Bab II untuk strategi perancangan.

4. Bab IV Konsep dan Hasil Perancangan

Menguraikan konsep perancangan Tugas Akhir yang berupa media promosi objek wisata D' Mata-ie *Hillside*. Konsep perancangan terdiri dari konsep pesan, konsep kreatif, konsep visual, konsep bisnis, dan konsep media. Serta menampilkan hasil perancangan media promosi.

5. Bab V Penutup

Bab ini merupakan bab yang berisi kesimpulan dan saran dari proses kerja yang telah penulis lakukan untuk perancangan media promosi D' Mata-ie *Hillside*.