

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia memiliki banyak sumber daya alam namun masih belum dikembangkan secara maksimal oleh pemerintah, khususnya di sektor pariwisata. Jika pengembangan produk-produk pariwisata di maksimalkan akan sangat berpengaruh ke sektor pariwisata itu sendiri. Banyak kekayaan alam dan budaya di Indonesia yang dapat dimanfaatkan sebagai cara pengembangan pariwisata di Indonesia. Di setiap kota di Indonesia memiliki potensi-potensi dan ciri khas pariwisata, sehingga dapat dijadikan salah satu daya tarik para turis mancanegara.

Pariwisata merupakan salah satu sektor yang sangat bisa diandalkan oleh pemerintah untuk memperoleh devisa negara, dan juga banyak memberikan banyak pengaruh pada bidang-bidang lainnya. Seperti memperluas dan menciptakan bidang usaha, dan meningkatkan pendapatan per kapita masyarakat dan lingkup pemerintahan sehingga dapat menurunkan angka pengangguran di Indonesia. Selain itu pariwisata dapat mendukung pelestarian budaya yang ada di Indonesia. Indonesia memiliki banyak tempat pariwisata yang tidak kalah dibandingkan dengan negara lain. Karena Indonesia memiliki banyak budaya yang berbeda-beda oleh karena itu dari sektor pariwisata budaya banyak yang dapat dikembangkan sehingga para turis dapat mempelajari budaya-budaya yang ada di Indonesia.

Daerah Khusus Ibukota Jakarta (DKI Jakarta) adalah ibu kota negara Indonesia. Jakarta dahulu dikenal dengan nama Sunda Kelapa (sebelum 1527), Jayakarta (1527-1619), Batavia atau Jacatra (1619-1942), dan Djakarta (1941-1972). Pada tahun 1999, melalui UU No. 34 Tahun 1999 Jakarta menjadi ibu kota negara Republik Indonesia dan berubah nama menjadi pemerintah provinsi DKI Jakarta. DKI Jakarta dibagi menjadi 6 yaitu 5 wilayah (Jakarta Pusat, Jakarta Timur, Jakarta Selatan, Jakarta Utara, Jakarta Barat) dan satu kabupaten administratif Kepulauan Seribu. (sumber: https://id.wikipedia.org/wiki/Daerah_Khusus_Ibukota_Jakarta)

Kota DKI Jakarta memiliki berbagai objek wisata, salah satunya Setu Babakan yang terletak di Srengseng Sawah, kecamatan Jagakarsa, Jakarta Selatan. Di dalam Setu Babakan terdapat sebuah danau yang merupakan danau buatan yang

dimana airnya berasal dari aliran sungai ciliwung. Banyak hal yang dapat dilakukan di Setu Babakan mulai dari rekreasi air hingga rekreasi budaya.

Setu Babakan merupakan sebuah kawasan perkampungan yang ditetapkan pemerintah sebagai tempat pelestarian dan pengembangan budaya Betawi. Setu Babakan merupakan tempat yang menarik untuk didatangi. Karena disana kita dapat menyaksikan budaya Betawi secara langsung, aktifitas warga disana sangat mempertahankan budaya dan cara hidup khas Betawi. Luas dari perkampungan ini sekitar 165 hektar termasuk Situ Babakan. Perancangan Setu Babakan oleh mantan Gubernur DKI Jakarta sutiyoso. Bagian utara berbatasan dengan Jl. Moch Kahfi II sampai dengan Jl Desa Putra, bagian timur berbatasan dengan Jl. Desa Putera, Jl Pratama, Jl. Mangga Bolong Timur dan Jl. Lapangan merah, Bagian selatan berbatasan dengan batas wilayah provinsi, Jakarta dan kota Depok, bagian Barat berbatasan dengan Jl. Moch khafi II. Yang tak kalah menarik di perkampungan ini banyak warga yang menjual makanan dan minuman khas Betawi, tidak hanya makanan dan minuman, aksesoris dan mainan anak khas betawi juga ada, sehingga dapat memberi pengetahuan kepada masyarakat luar Jakarta budaya Betawi turun temurun. Tidak hanya itu wisatawan yang berkunjung ke Setu Babakan juga dapat menyaksikan pagelara seni budaya Betawi, antara lain, tari cokek, tari topeng, seni gambus, lenong, tanjidor, gambang kromong, dan ondel2. Semuanya di pentaskan di sebuah panggung terbuka secara bergantian. Dan wisatawan juga dapat melihat prosesi budaya Betawi, seperti upacara pernikahan, sunat, akikah, dan njuh bulan.

Berdasarkan hasil data yang saya dapat melalui wawancara kepala pengelola Setu babakan, mengatakan Bahwa sebagian besar pengunjung yang datang di dominasi oleh penduduk sekitar, dan masih banyak masyarakat berfikiran bahwa di dalam Setu Babakan hanya terdapat sebuah situ dan penjual makanan. Ini menjadikan faktor utama penghambat pengetahuan masyarakat terkait tempat wisata ini.

Selain dari itu, kurangnya kontribusi dari pemerintah menjadikan berbagai sektor pariwisata tidak maksimal. Sejauh ini Setu Babakan belum melakukan promosi yang informatif dan efektif. Setu Babakan belum mempunyai brosur atau

media pendukung lainnya, sehingga masyarakat kurang tertarik untuk mendatangi Setu Babakan.

Objek wisata Setu Babakan sangat menarik untuk diolah kedalam bentuk promosi yang lebih efektif. Berdasarkan data dan penjelasan diatas, maka penulis mengangkat **judul “Perancangan Strategi Promosi Setu Babakan (kampung Betawi)”**.

1.2 Permasalahan

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan dari Latar belakang diatas, dapat diidentifikasi masalahnya sebagai berikut :

1. Belum adanya strategi promosi yang informatif dan efektif untuk menarik masyarakat agar datang dan mempelajari budaya Betawi
2. Kurangnya kontribusi pemerintah dalam membantu melestarikan Setu Babakan.
3. Banyak masyarakat luar Jakarta yang belum mengetahui tentang seni dan budaya asli Betawi, mulai dari tarian, kuliner, batik betawi.

1.2.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka perumusan masalahnya adalah:

1. Bagaimana perancangan strategi promosi yang informatif dan efektif agar kampung Betawi Setu babakan lebih dikenal sekaligus bisa meningkatkan jumlah pengunjung wisata “Setu Babakan”?
2. Bagaimana merancang media promosi yang informatif dan efektif untuk memperkenalkan wisata Budaya “Setu Babakan” kepada masyarakat luar kota Jakarta sekaligus bisa meningkatkan jumlah pengunjung wisata “Setu Babakan”?

1.3 Ruang Lingkup

Berdasarkan masalah di atas, maka permasalahan promosi ini adalah :

1. Apa ?

Belum adanya strategi promosi yang informatif dan efektif pada wisata Setu Babakan “Kampung Betawi”

2. Siapa ?

Pengelola wisata budaya Setu Babakan “Kampung Betawi” dan Dinas Pariwisata Kota Jakarta.

3. Dimana ?

Strategi promosi Setu Babakan ini akan dilakukan di DKI Jakarta.

4. Kapan ?

Pengumpulan data dilakukan sejak bulan Februari sedangkan untuk pelaksanaan perancangan strategi promosi ini dilakukan bulan Maret

5. Kenapa ?

Karena belum adanya strategi promosi yang informatif dan efektif pada Setu Babakan “kampung Betawi” sehingga tempat wisata ini kurang dikenal oleh masyarakat luar kota Jakarta.

6. Bagaimana ?

Dengan adanya perancangan strategi dan media promosi yang informatif dan efektif diharapkan bisa memperkenalkan wisata budaya di DKI Jakarta khususnya Setu Babakan sehingga dapat meningkatkan minat masyarakat untuk mendatangi dan mempelajari budaya Betawi, baik untuk masyarakat Jakarta maupun diluar kota Jakarta .

1.4 Tujuan Perancangan

Tujuan utama perancangan strategi promosi ini adalah :

1. Membuat strategi promosi yang informatif dan efektif untuk memperkenalkan wisata budaya kampung Betawi “Setu Babakan” kepada masyarakat luar kota Jakarta sekaligus bisa meningkatkan jumlah pengunjung wisata “Setu Babakan”.
2. Membuat media promosi yang informatif dan efektif untuk memperkenalkan wisata budaya Setu Babakan “kampung Betawi”

kepada masyarakat luar kota Jakarta sekaligus bisa meningkatkan jumlah pengunjung wisata “Setu Babakan”.

1.5 Manfaat Perancangan

Adapun manfaat perancangan yang ingin diperoleh, yaitu sebagai berikut:

Bagi Penulis :

1. Mahasiswa dapat meningkatkan kreatifitas dan kemampuan untuk melakukan perancangan strategi promosi dengan melihat permasalahan yang nyata, sehingga penulis dapat merancang strategi promosi dengan baik dan benar dan diharapkan menjadi seorang menjadi pelaku industri kreatif khususnya dibidang *advertising design*.
2. Mahasiswa dapat meningkatkan *problem solving* yaitu bagaimana merancang suatu media promosi yang informatif dan efektif diharapkan bisa memperkenalkan wisata budaya di DKI Jakarta dan bisa meningkatkan jumlah pengunjung datang ke wisata “Setu Babakan”

Bagi Masyarakat :

1. Dapat memacu dan memobilisasi pertumbuhan ekonomi masyarakat
2. Meningkatkan pengetahuan masyarakat tentang budaya Betawi
3. Memberitahukan kepada masyarakat luar kota Jakarta bahwa di Jakarta ada tempat wisata yang menunjukkan budaya asli Jakarta yaitu “Setu Babakan”

Bagi akademis :

Untuk memperluas pengetahuan khususnya dalam perancangan strategi promosi wisata bagi Fakultas Industri Kreatif (FIK).

1.6 Metodologi Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif, menurut buku *Research design* oleh John W. Creswell (hal 4) merupakan mengajukan pertanyaan dan prosedur, mengumpulkan data yang spesifik dari para partisipan, menganalisis data secara induktif mulai dari tema-tema yang khusus ke tema-tema umum. Dan menafsirkan makna data.

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

1. Studi Literatur

Penulis mengumpulkan data fakta, pendapat, dan teori pendukung melalui buku, artikel dan jurnal *online* untuk menjadi panduan dalam pengolahan data dan penulis juga mengumpulkan data dari sumber-sumber lainnya yang sesuai (internet dan lain-lain). Data yang didapat dan dikumpulkan dengan cara melakukan kajian teori yang berkaitan dengan topik yang diangkat oleh peneliti. Teori tersebut diantaranya teori komunikasi, teori *marketing*, teori media, teori desain komunikasi visual, dan teori pariwisata.

2. Observasi (Pengamatan)

Perolehan data dengan melihat secara langsung kondisi yang ada di lapangan. Peneliti langsung turun ke lapangan untuk mengamati perilaku dan aktivitas wisatawan luar kota Jakarta di lokasi penelitian yang terkait. Selain itu, Peneliti turun langsung mencatat, dan mengamati langsung berapa banyak wisatawan yang datang ke tempat wisata Setu Babakan “kampung Betawi”.

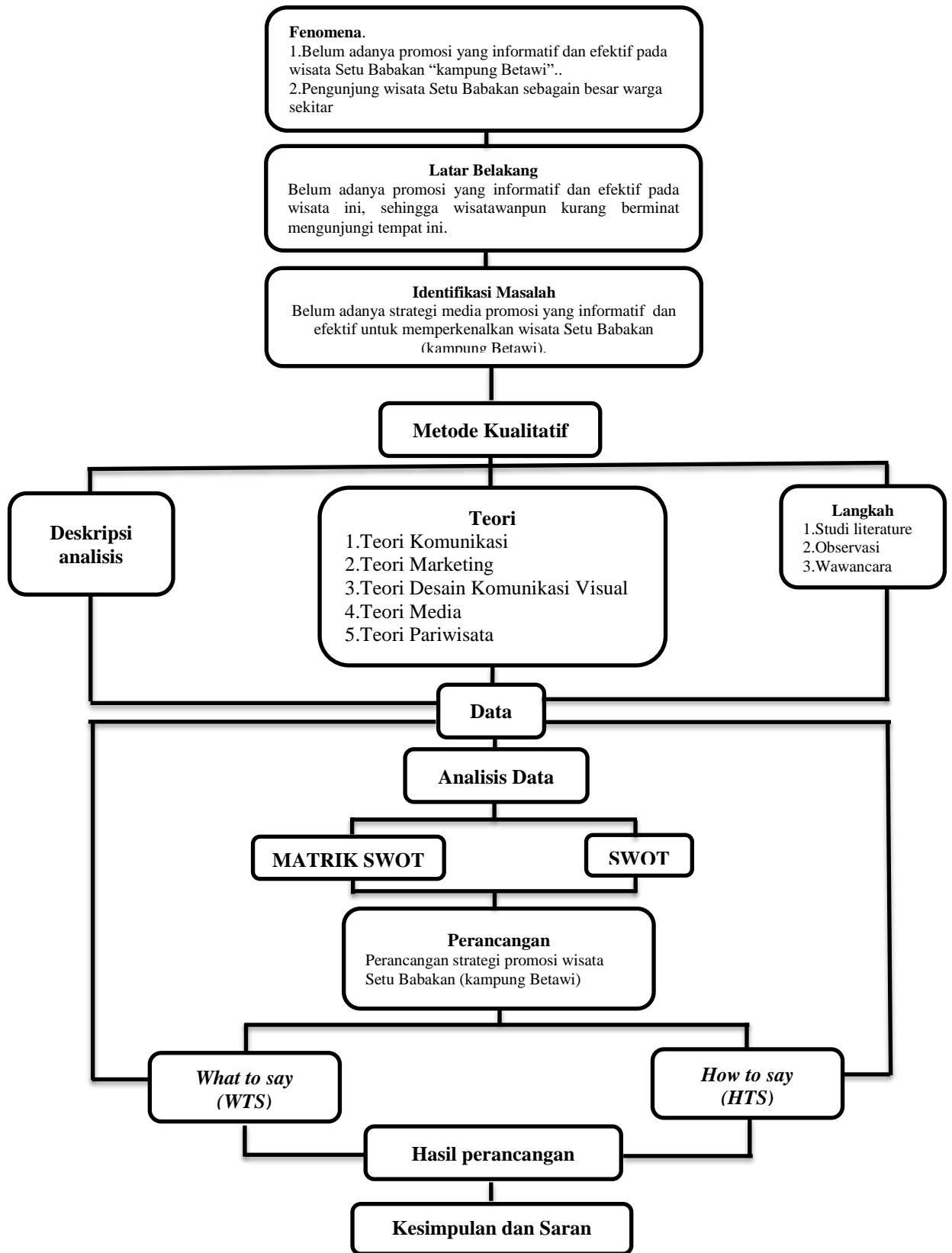
3. Wawancara

Untuk mendapatkan data yang objektif penulis melakukan wawancara dengan memberikan beberapa pertanyaan-pertanyaan kepada beberapa pihak yang bersangkutan antara lain Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota DKI Jakarta, kepala pengelola Setu Babakan dan wisatawan luar kota Jakarta. Demi kelengkapan data, peneliti melakukan wawancara secara lisan kepada narasumber.

1.6.2 Analisa Data

Penulis dalam penelitian ini menggunakan metode dan teknik *SWOT* dan *Matrik SWOT*, menurut Rangkuti (2014:19) Analisis *SWOT* merupakan identifikasi berbagai faktor secara sistematis guna merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini berdasarkan logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strengths*) dan peluang (*Opportunities*), dan secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weaknesses*) dan ancaman (*Threats*). Matriks *SWOT* menurut Rangkuti (2014:84) adalah Alat yang dipakai untuk menyusun faktor-faktor strategis perusahaan. Rangkuti mengemukakan *Matriks* ini dapat menggambarkan secara gamblang bagaimana peluang dan ancaman *eksternal* yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki.

1.7 Kerangka Perancangan



Bagan 1.1 Kerangka Perancangan

Sumber : Penulis

1.8 Sistematika Penulisan

Agar pembahasan lebih mudah, maka dalam penyusunan Tugas Akhir ini dibagi menjadi 4(empat) bab. Dan tersusun seperti berikut:

BAB 1 Pendahuluan

Bab ini berisi tentang latar belakang, identifikasi masalah, rumusan masalah, ruang lingkup, tujuan perancang, metode pengumpulan data dan analisis data, kerangka perancangan dan sistematika penulisan.

BAB 2 Dasar Pemikiran

Menjelaskan dasar pemikiran dari teori-teori promosi yang relevan untuk digunakan sebagai pijakan untuk merancang promosi dan laporan.

BAB 3 Data dan Analisis

Menjelaskan tentang hasil pengumpulan data dan pemaparan analisis.

BAB 4 Konsep dan Hasil Perancangan

Membahas tentang perencanaan promosi dan proses konseptual, serta desain dalam merancang promosi, dan hasil perancangan promosi wisata Budaya kampung Betawi “Setu Babakan”.

BAB 5 Penutup

Bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran dari laporan.