BAB II. PENGERTIAN PARIWISATA DAN WISATA SANTIRAH SEBAGAI KEGIATAN *BODY RAFTING*

II.1 Landasan Teori

II.1.1 Pengertian Pariwisata

Menurut UNWTO tahun 2012 (seperti dikutip Bungin. 2015) “saat ini, kemajuan usaha-usaha pariwisata telah sama atau bahkan melampaui daripada aspek ekspor minyak suatu negara, produk makanan atau mobil.” (h.v). Kemajuan dan perkembangan usaha pariwisata tersebut sejalan dengan meningkatnya keanekaragaman usaha industri ekonomi parawisata serta kompetisi destinasi disuatu kawasan.

Ismayanti (2010) menjelaskan “Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, dan pemerintah “(h.3). Maka dari itu, pariwisata merupakan kegiatan yang saling berkaitan dengan aspek lainnya artinya didalam kegiatan pariwisata terdapat berbagai aspek yang bekerjasama untuk memenuhi kebutuhan wisatawan selama melakukan kegiatan pariwisata.

II.1.2 Manfaat Pariwisata

Pariwisata merupakan salahsatu sektor yang sangat berperan dalam peningkatan struktur ekonomi dan proses pembangunan negara. Hal ini sangat berkaitan dengan pendapatan atau devisa negara serta pendapatan penduduk di sekitar objek wisata. Utoyo (2009) menjelaskan “secara khusus manfaat pariwisata adalah sebagai berikut (h.101) :

- Meningkatnya kesempatan berusaha bagi penduduk atau masyarakat yang tinggal di sekitar objek wisata.
- Sektor pariwisata dapat menyerap tenaga kerja yang dapat meningkatkan dan kesejahteraan penduduk.

II.I.3 Pengertian Iklan

Menurut Kotler dan Keller (2012) menjelaskan “iklan adalah semua bentuk terbayar dari presentasi nonpersonal dan promosi ide, barang atau jasa melalui

sponsor yang jelas melalui media elektronik (rekaman suara, rekaman video, CD-ROM, halaman website)" (h.500). Pada saat perusahaan menyampaikan produk kepada konsumen memalui suatu media, perusahaan dapat memilih beberapa cara untuk menyampaikan hal tersebut. Salah satunya dengan promosi di media sosial.

Menurut Kotler dan Keller (2012) "Media sosial merupakan sarana bagi konsumen untuk berbagi informasi teks, gambar, audio, dan video dengan satu sama lain dan dengan perusahaan dan sebaliknya" (h.568). Hal ini dapat terlihat dari bagaimana perusahaan memanfaatkan media sosial seperti Youtube, Instagram, untuk berinterkasi langsung dengan konsumen.

Menurut Dwyer (seperti yang dikutip Sadiman. 1996) menyatakan bahwa "video mampu merebut 94% saluran masuknya pesan atau informasi ke dalam jiwa manusia melalui mata dan telinga serta mampu untuk membuat orang pada umumnya mengingat 50% dari apa yang mereka lihat dan dengar dari tayangan video" (h.64). Pesan yang disampaikan melalui media video dapat mempengaruhi emosional yang kuat dan juga mencapai hasil cepat yang tidak dimiliki oleh media lain.

Menurut Bell (seperti yang dikutip Swastha dan Irawan. 1990). "Promosi merupakan salah satu variabel di dalam marketing mix yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam pemasaran produk atau jasanya. Strategi yang dilakukan adalah dengan melakukan promosi tahapan *adding value*." (h.349) Oleh karena itu promosi yang dilakukan adalah menambah nilai lebih suatu produk atau jasa diharapkan mampu meningkatkan nilai pendapatan perusahaan.

Dalam video yang baik juga harus mempertimbangkan dari segi *color* atau warna supaya kesan yang disampaikan di dalam video lebih di pahami oleh konsumen. Menurut Graves (dikutip oleh Darmaprawira, 2002) "Warna *cool* atau sejuk adalah keluarga hijau, biru, ungu. Warna *cool* bersifat alami, warna biru dan hijau sangat cocok untuk menggambarkan alam seperti air, tumbuhan dan langit" (h.33).

Memilih warna dalam desain juga salah satu faktor yang harus dicermati agar pesan yang disampaikan dapat dipahami oleh konsumen. Menurut V.White (seperti yang dikutip Madjadikara. 2005) “Hitam diatas putih menyajikan keterbacaan yang maksimal tetapi kombinasi juga harus memiliki daya Tarik emosional dan dampak sejauh mungkin”(h.65).

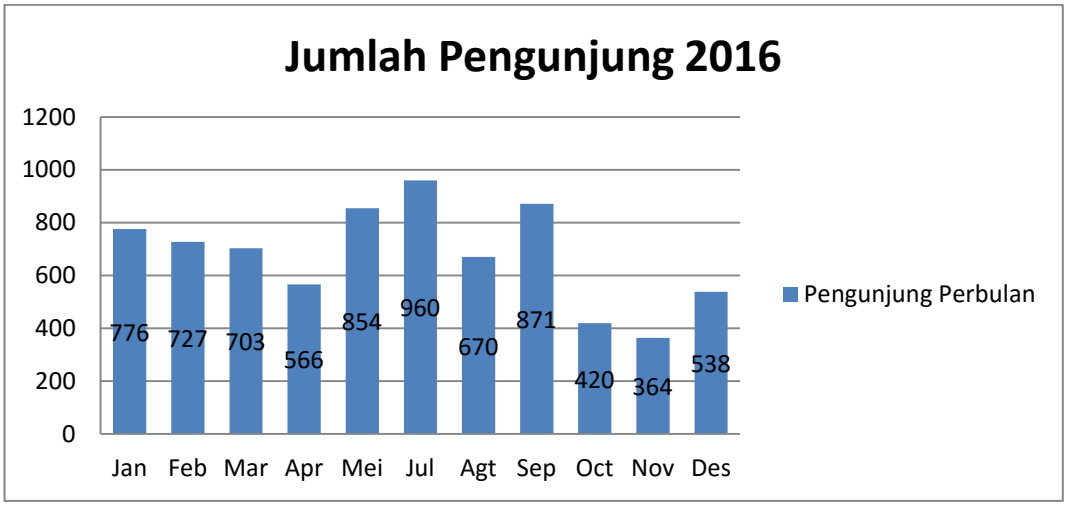
Memilih tipografi dalam desain menjadi faktor yang harus diperhatikan pada setiap media yang akan disampaikan agar pesan yang dampaikan dapat dipahami oleh konsumen. Menurut Kusrianto (2010) “Tipografi adalah seni dan teknik dalam merancang maupun menata aksara dalam kaitannya untuk menyusun publikasi visual, baik cetak maupun non-cetak”(h.50).

Olahraga ekstrim adalah kegiatan berbahaya yang bisa melukai atau mencederai pelakunya dan hanya kriteria tertentu yang bisa melakukannya ,menurut Teguh (2012) menjelaskan “ada beberapa karakteristik yang membedakan olahraga ektrim dengan olahraga lain pada umumnya, meskipun tidak ekslusif untuk anak muda, namun olahraga ekstrim ini cenderung dilakukan oleh mereka yang berusia 15-45 tahun”(h.3).

II.2 Wisata Santirah

Nama Santirah merupakan salahsatu nama sungai yang ada di Desa Selasari, Kecamatan Parigi, Kabupaten Pangandaran. Dari Kota Pangandaran sendiri berjarak sekitar 15 km. kegiatan yang ada di objek wisata ini adalah *Water Tubing* atau *body rafting*, yaitu aktifitas arung jeram tanpa perahu atau dengan menggunakan fasilitas ban untuk mengarungi aliran sungai Santirah. Santirah adalah wisata yang dikelola oleh barisan anak muda karangtaruna Desa Selasari dengan konsep wisata ekstrim. Suatu potensi keindahan sungai dengan arus yang menantang bagi pecinta wisata petualangan. Semenjak dipopulerkan pada bulan Maret 2014, selain bisa memacu adrenalin dengan *body Rafting* pengunjung juga akan menikmati keindahan alam Desa Selasari yang masih asri dan alami.

Jumlah Pengunjung Objek Wisata Santirah
Tabel II.1 Pengunjung Perbulan
(Sumber : Dokumentasi pribadi)



Menurut data pengunjung wisata Santirah rata-rata pengunjung kurang lebih 400-800 orang perbulannya pada tahun 2016, jumlah tersebut tergolong minim, dikarenakan target dari wisata Santirah tersebut adalah 1200 orang perbulan, dengan potensi alam yang berada di wisata Santirah dapat mendatangkan pengunjung lebih dari 800 orang.

Paket Yang Ditawarkan Wisata Santirah
Tabel II.2 harga dan perlengkapan
(Sumber : Dokumentasi pribadi)

Paket standart	Paket spesial	Perlengkapan
- Rp.100.000/ orang	- Rp.120.000/orang - makan siang (nasi liwet + ayam bakar/Ikan bakar)	- Ban dalam - Pelampung - Sandal khusus /sandal gunung - Pemandu - Asuransi jiwa

Fasilitas wisata Santirah adalah lahan parkir yang dapat menampung sekitar 30 mobil, lalu terdapat warung, toilet, dan mushala, serta ruang ganti baju. Untuk pemandu, sudah ada 25 orang dan seluruhnya terlatih. Buka setiap hari dari senin sampai dengan minggu, Dibuka mulai dari jam 8.00 WIB hingga 16.00 WIB.

Sedangkan pada hari Jumat di buka jam 8.00 WIB sampai jam 11.00 WIB lalu dibuka kembali jam 13.00 sampai jam 16.00 WIB.

II.2.1 Body Rafting di Wisata Santirah

Body rafting sendiri di populerkan oleh Lee Porter pada tahun 1997. *Body rafting* dikategorikan sebagai olahraga ekstrim seperti arung jeram, kayak dan selancar air. Dengan dibantu perlengkapan seperti ban dalam, pelampung, serta menggunakan sepatu khusus atau sandal gunung, perjalanan yang akan ditempuh sekitar 1,5 kilometer mengarungi sungai Santirah dengan waktu sekitar 2-3 Jam perjalan, dan Kedalaman air yang bervariasi, Mulai dari 10 cm hingga 8 meter, Arus air yang beragam dari titik start hingga akhir yaitu berkategori ekstrim.

- *Body rafting* di Santirah melewati 4 goa. Goa pertama adalah goa gendang sepanjang 10 meter dan waktu yang ditempuh sekitar 2 menit. Goa kedua sepanjang 100 meter adalah goa Santirah dan waktu yang ditempuh sekitar 10 menit dengan keadaan gelap. Goa ketiga adalah goa lengkob sepanjang 8 meter dan waktu yang ditempuh sekitar 2 menit. Goa yang keempat adalah goa cukang taneuh sepanjang 7 meter dan waktu yang ditempuh sekitar 2 menit .



Gambar II.1 Goa Santirah
(Sumber : Dokumentasi pribadi)

- *Body rafting* di santirah selain memiliki arus yang deras juga terdapat bebatuan.



Gambar II.2 Arus deras Santirah
(Sumber : Dokumentasi pribadi)

- *Body rafting* di Santirah memiliki 5 air terjun yang akan dilewati yaitu curug tirai, curug munding, curug kembar, curug mini dan curug tilu.

.



Gambar II.3 Air terjun Santirah
(Sumber : Dokumentasi pribadi)

- Body rafting di Santirah juga memiliki area untuk loncat dari tebing. Di area ini pengunjung akan ditantang uji nyali dengan loncat dari tebing dengan ketinggian 1 meter sampai 8 meter.



Gambar II.4 Area loncat Santirah
(Sumber : Dokumentasi pribadi)

II.2.2 SWOT

- ***Strenghts***

- Memiliki arus yang deras, sangat cocok untuk melakukan *body rafting*.
- Memiliki 4 goa yang akan dilewati dengan keaadaan gelap.
- Memiliki 5 air terjun yang akan dilewati.
- Memiliki area loncat dari tebing yang menguji adrenalin.

- ***Weakness***

- Minimnya media promosi tentang wisata Santirah

- Promosi yang di lakukan kurang begitu efektif dengan hanya melalui mulut ke mulut untuk masyarakat tentang Wisata Santirah.

- ***Opportunity***

Peluang yang dimiliki Santirah sangat terbuka dengan alam dan tempat di wisata Santirah yang sangat cocok untuk melakukan kegiatan ekstrim dan *body rafting.*

- ***Threats***

Banyaknya wisata yang terdapat di daerah Pangandaran tentu menjadi ancaman bagi wisata Santirah seperti wisata Citumang dan *Green Canyon* yang namanya sudah lebih dulu dikenal oleh masyarakat.

Kesimpulan Wisata Santirah memiliki peluang yang sangat besar karena dengan alam yang terdapat di Santirah sangat cocok untuk melakukan kegiatan ektrim dan kegiatan *body rafting*. Akan tetapi ancaman dari beberapa pesaing Wisata Santirah cukup besar karena sudah lebih dulu dikenal oleh masyarakat lokal maupun mancanegara

II.3 Analisis

II.3.1. Jenis Penelitian

Jenis pengumpulan data yang digunakan adalah melakukan wawancara dan kuisioner dengan cara turun kelapangan secara langsung untuk mengetahui informasi dan kondisi yang sedang terjadi di wisata Santirah.

II.3.2 Sumber Data

Beberapa sumber data yang didapat dari hasil kuisioner dan wawancara di lapangan yaitu dari :

- Pengunjung Objek wisata Santirah

Dengan melakukan kuisioner tehadap pengunjung wisata Santirah, akan mendapatkan data yang validasi untuk mengetahui bagaimana pengunjung objek wisata Santirah dapat memilih objek wisata tersebut sebagai tujuan utama.

- Pengelola Objek wisata Santirah

Pengelola objek wisata Santirah adalah pengurus dari objek wisata Santirah yang mengetahui segala bentuk kegiatan sekaligus pemandu dari objek wisata Santirah,

dengan melakukan wawancara terhadap pengelola objek wisata Santirah maka akan mendapatkan data yang valid.

II.3.3 Teknik Pengumpulan Data

- Teknik pengumpulan data dengan cara kuisioner kepada pengunjung objek wisata Santirah dilakukan di wilayah atau di tempat objek wisata Santirah dengan memberikan 9 pertanyaan yang sudah disediakan dan diberikan kepada 50 orang pengunjung.
- Pengumpulan data kepada pengelola objek wisata Santirah yaitu dengan cara mendatangi ke tempat objek wisata Santirah dan melakukan wawancara terhadap pengelola objek wisata Santirah.

II.3.4 Analisis Data

Analisis data yang dilakukan adalah dengan cara menarik kesimpulan dari hasil kuisioner dan wawancara yang dilakukan sebagai berikut :



Gambar II.5 Pengunjung Wisata Santirah
(Sumber : Dokumentasi Pribadi)

II.3.4.1 Kuisoner

Kuisioner yang diberikan kepada pengunjung objek wisata santirah yaitu :

- Seberapa sering Anda berliburan ke tempat wisata?
    a. Tidak Pernah
    b. Seminggu sekali
    c. Sebulan sekali
    d. Jika ada waktu libur

Dari pertanyaan ini :

30 orang menjawab pilihan (d. jika ada waktu libur)

20 orang menjawab pilihan (c. sebulan sekali)

- Apakah anda menyukai olahraga ekstrim yang memacu adrenalin seperti *body rafting* ?
    a. ya
    b. tidak

Dari pertanyaan ini :

40 orang menjawab pilihan (a.ya)

10 orang menjawab pilihan (b.tidak)

- Dengan siapa saja anda sering melakukan wisata?
    a. Keluarga
    b. Sendiri
    c. Komunitas/teman

Dari pertanyaan ini :

30 orang menjawab pilihan (c.komunitas/teman)

18 orang menjawab pilihan (a.keluarga)

2 orang menjawab pilihan (b.sendiri)

- Rentang umur berapa Anda sekarang ?
    a. 1-10 tahun
    b. 11-20 tahun
    c. 21-30 tahun

d. 30 tahun ke atas

Dari pertanyaan ini :

25 orang menjawab pilihan (c. 21-30 tahun)

19 orang menjawab pilihan (b.11-20 tahun)

6 orang menjawab pilihan (d. 30 tahun ke atas)

- Darimana Anda mengetahui tentang wisata *body rafting* Santirah?
    a. Website / socialmedia
    b. Saudara/ teman
    c. Media cetak

Dari pertanyaan ini :

28 orang menjawab pilihan (b.saudara/ teman)

19 orang menjawab pilihan (a. *Website / socialmedia*)

3 orang menjawab pilihan (c.media cetak)

- Sebelumnya wisata *body rafting* mana saja yang pernah Anda kunjungi di daerah Pangandaran?
    a. Belum ada
    b. Body Rafting Citumang
    c. Body Rafting Santirah
    d. Semuanya pernah

Dari pertanyaan ini :

35 orang menjawab pilihan (b. *body rafting* Citumang)

10 orang menjawab pilihan (d. semuanya pernah)

5 orang menjawab pilihan (c.body rafting santirah)

- Bagaimana fasilitas yang tersedia di area Wisata Santirah?
    a. Sangat memuaskan
    b. Cukup memuaskan
    c. Kurang memuaskan
    d. Sangat tidak memuaskan

Dari pertanyaan ini :

40 orang menjawab pilihan (a. sangat memuaskan)

10 orang menjawab pilihan (b. cukup memuaskan)

- Apakah Anda mengalami kesulitan menemukan media promosi tentang wisata santirah ?
    a. Ya
    b. Tidak

Dari pertanyaan ini :
39 orang menjawab pilihan (a. ya)
11 orang menjawab pilihan (b. tidak)

- Saat ini apa kegiatan sehari-hari anda ?
    a. Pelajar/mahasiswa
    b. Pekerja swasta/negeri
    c. Wirausaha

Dari pertanyaan ini :
28 orang menjawab pilihan (a.pelajar/mahasiswa)
16 orang menjawab pilihan (b. pekerja swasta/negeri)
6 orang menjawab pilihan (c.wirausaha)

Kesimpulan kuisioner yang didapat dari 50 orang pengunjung dengan memberikan 9 pertanyaan kepada pengunjung objek wisata Santirah yaitu kebanyak pelajar/ mahasiswa dan komunitas mengetahui objek wisata Santirah dari teman atau saudara, juga pengunjung mengalami kesulitan menemukan promosi objek wisata Santirah, maka dari itu wisata Santirah dapat disimpulkan kurang adanya promosi kepada masyarakat dan masih kalah bersaing dengan wisata sekitar seperti wisata Citumang, dilihat dari kuisioner yang dilakukan, pengunjung lebih banyak yang pernah mengunjungi wisata Citumang dibandingkan dengan wisata Santirah.

II.3.4.2 Wawancara

Wawancara terhadap pengelola objek wisata Santirah yaitu dengan melakukan wawancara kepada saudara Riki sebagai ketua dari objek wisata Santirah :



Gambar II.6 Pengurus Wisata Santirah
(Sumber : Dokumentasi Pribadi)

1. Mengapa wisata ini disebut Santirah?

Jawaban : “karena diambil dari nama sungai yaitu sungai santirah”

2. Kegiatan dan fasilitas apa sajakah yang disediakan oleh wisata Santirah?

Jawaban : “ kegiatan yang diberikan yaitu body rafting sepanjang 1,5 km dengan difasilitasi peralatan seperti ban dalam,rompi, helm, sandal khusus, dan pemandu agar tidak tersesat”

3. Apa saja keuntungan yang didapat oleh warga di sekitar wilayah Santirah?

Jawaban : “ mengurangi angka pengangguran dan juga mendapatkan keuntungan dari wisata ini seperti pendapatan untuk masyarakat sekitar”

4. Apakah ada kompetitor wisata santirah? Jika ada, apa perbandingan dengan competitor tersebut?

Jawaban : “ ada , yaitu wisata citumang dan greencanyon yang sangat bersaing ketat dengan wisata santiah ini, karena greencanyon dan citumang lebih awal didirikan dan lebih dekat dengan pusat kota Pangandaran menjadikan wisata tersebut lebih di kenal oleh kebanyakan orang, maka wisata santirah masih kurang diketahui masyarakat dan kurang adanya promosi untuk masyarakat luas”.

5. Apa saja keunggulan wisata Santirah dengan wisata yang ada di daerah ini?

Jawaban : “Wisata santirah ini lebih menantang adrenalin dan lebih ekstrim dibandingkan dengan wisata sekitar, dengan memiliki arus sungai yang deras bisa mengancam keselamatan, 4 goa yang akan dilewati, 5 air terjun dan juga memiliki area loncat untuk menguji adrenalin pengunjung”.

6. Sampai saat ini, upaya apa saja untuk mempromosikan Wisata Santirah?

Jawaban : “ saat ini kita masih melalui mulut kemulut kerabat atau teman”.

Kesimpulan dari wawancara terhadap pengelola objek wisata Santirah ini yaitu dengan memberikan 6 pertanyaan kepada sodara Riki selaku ketua objek wisata Santirah maka dismpulkan objek wisata Santirah kurangnya promosi dengan hanya mengandalkan melalui kerabat atau teman atau hanya melalui mulut kemulut.

II.4 Resume

Terlepas dari ketidaktahuan masyarakat tentang wisata Santirah, bukan berarti masyarakat tidak tertarik dengan olahraga ekstrim atau *body rafting*. Berdasarkan data dari analisis, resume yang dapat disimpulkan adalah ketidaktersediaannya media promosi tentang wisata Santirah sebagai kegiatan atau aktifitas *body rafting,* atau media yang dapat membantu masyarakat untuk mengetahui *body rafting* yang terdapat di wisata Santirah.

II.5 Solusi Perancangan

Solusi perancangan berdasarkan analisis masalah adalah dengan membuat sebuah media yang terbuka, mudah didapatkan bagi masyarakat umum yang tertarik dengan kegiatan ekstrim dan *body rafting*, diharapkan media tersebut dapat memberikan dan mempermudah promosi wisata Santirah sebagai kegiatan *body rafting*. Selain itu juga agar dapat membantu atau memperbaiki metode-metode promosi yang sebelumnya telah ada.