BAB II. PROMOSI OBJEK WISATA PANTAI KARAPYAK

II.1 Objek Penelitian

II.1.1 Pengertian Pariwisata

Pariwisata telah ada semenjak adanya perjalanan manusia dari suatu tempat ke tempat lain, selain dimana ia tinggal menetap. Semenjak itu pula ada kebutuhan-kebutuhan manusia yang harus dipenuhi selama perjalanannya.

Menurut Pitana dan Diarta (2010: 36) menyatakan :

"Pengertian umum biasanya dipakai dalam pemikiran dan komunikasi sehari-hari ketika seseorang mendeskripsikan berbagai perilaku atau perwujudan, baik orang maupun tempat yang *touristy* (tempat yang banyak dikunjungi orang sehingga dianggap daerah wisata) atau *touristic* (sifat yang mencerminkan seseorang berperilaku seperti seorang wisatawan). Beberapa kamus mencoba menstandarisasi pengertian wisatawan tetapi tidak ada yang komprehenif karena ada terlalu banyak variasi arti dan rujukan. Seseorang mungkin berperilaku seperti seorang wisatawan, seperti berjalan-jalan sambil melihat pemandangan dan memotret di sana-sini. Terlebih lagi kalau penampilan fisik yang dapat diamati, seperti pakaian, gaya bicara, atau teman berpergiannya yang mencerminkan bahwa orang tersebut adalah pengunjung dari daerah lain dalam suatu negara atau dari luar negeri."

Menurut Smith (1977) dalam Pitana dan Gayatri (2010:53) menyatakan bahwa "Pariwisata ada karena adanya wisatawan, sehingga kajian terhadap wisatawan merupakan salah satu fokus dalam sosiologi pariwisata. Wisatawan pada intinya adalah yang sedang berlibur, dan secara sukarela mengunjungi daerah lain untuk mendapatkan sesuatu yang 'lain'".

Menurut Fennel dalam Pitana dan Gayatri (2010:91) menyatakan:

Pariwisata adalah suatu aktivitas yang kompleks, yang dapat dipandang sebagai suatu sistem yang besar, yang mempunyai berbagai komponen, seperti suatu sistem yang besar, yang mempunyai berbagai komponen, seperti ekonomi,

ekologi, politik, sosial, budaya, dan seterusnya. Melihat pariwisata sebagai sebuah sistem, berarti analisis mengenai berbagai aspek kepariwisataan tidak bisa dilepaskan dari subsistem yang lain, seperti politik, ekonomi, budaya, dan seterusnya, dalam hubungan saling ketergantungan dan saling terkait *(interconnectedness)*. Sebagai sebuah sistem, antarkomponen dalam sistem terbuat terjadi hubungan interdependensi, yang berarti bahwa perubahan pada salah satu subsistem juga akan menyebabkan terjadinya perubahan pada subsistem yang lain, sampai akhirnya kembali ditemukan harmoni yang baru.

II.1.2 Jenis-jenis Wisata

Menurut Pendit (1994) dalam website limamarga.blogspot.co.id, pariwisata dapat dibedakan menurut motif wisatawan untuk mengunjungi suatu tempat. Jenis-jenis pariwisata tersebut adalah sebagai berikut.

- Wisata Budaya : perjalanan yang dilakukan atas dasar keinginan untuk memperluas pandangan hidup seseorang dengan jalan mengadakan kunjungan atau peninjauan ketempat lain atau ke luar negeri, mempelajari keadaan rakyat, kebiasaan adat istiadat mereka, cara hidup mereka, budaya dan seni mereka. Seiring perjalanan serupa ini disatukan dengan kesempatan–kesempatan mengambil bagian dalam kegiatan-kegiatan budaya, seperti eksposisi seni (seni tari, seni drama, seni musik, dan seni suara), atau kegiatan yang bermotif kesejarahan dan sebagainya.
- Wisata Maritim atau Bahari : Jenis wisata ini banyak dikaitkan dengan kegiatan olah raga di air, danau, pantai, teluk, atau laut seperti memancing, berlayar, menyelam sambil melakukan pemotretan, kompetisi berselancar, balapan mendayung, melihat taman laut dengan pemandangan indah di bawah permukaan air serta berbagai rekreasi perairan yang banyak dilakukan setiap daerah atau setiap negara maritim, di laut Karibia, Hawaii, Tahiti, Fiji dan sebagainya. Di Indonesia banyak tempat dan daerah yang memiliki potensi wisata maritim ini, seperti misalnya Pulau-pulau Seribu di Teluk Jakarta, Danau Toba, pantai Pulau Bali dan pulau-pulau kecil disekitarnya, taman laut di Kepulauan Maluku dan sebagainya. Jenis ini disebut pula wisata tirta.

- Wisata Cagar Alam (Taman Konservasi) : Untuk jenis wisata ini biasanya banyak diselenggarakan oleh agen atau biro perjalanan yang mengkhususkan usaha-usaha dengan jalan mengatur wisata ke tempat atau daerah cagar alam, taman lindung, hutan daerah pegunungan dan sebagainya yang kelestariannya dilindungi oleh undang–undang. Wisata cagar alam ini banyak dilakukan oleh para penggemar dan pecinta alam dalam kaitannya dengan kegemaran memotret binatang atau marga satwa serta pepohonan kembang beraneka warna yang memang mendapat perlindungan dari pemerintah dan masyarakat.
- Wisata Konvensi : Yang dekat dengan wisata jenis politik adalah apa yang dinamakan wisata konvensi. Berbagai negara pada dewasa ini membangun wisata konvensi ini dengan menyediakan fasilitas bangunan dengan ruangan–ruangan tempat bersidang bagi para peserta suatu konfrensi, musyawarah, konvensi atau pertemuan lainnya baik yang bersifat nasional maupun internasional.
- Wisata Pertanian (Agrowisata) : Sebagai halnya wisata industri, wisata pertanian ini adalah pengorganisasian perjalanan yang dilakukan ke proyek–proyek pertanian, perkebunan, ladang pembibitan dan sebagainya dimana wisatawan rombongan dapat mengadakan kunjungan dan peninjauan untuk tujuan studi maupun melihat keliling sambil menikmati segarnya tanaman beraneka warna dan suburnya pembibitan berbagai jenis sayur-sayuran dan palawija di sekitar perkebunan yang dikunjungi.
- Wisata Buru : Jenis ini banyak dilakukan di negara yang memang memiliki daerah atau hutan tempat berburu yang dibenarkan oleh pemerintah dan digalakan oleh berbagai agen atau biro perjalanan. Wisata buru ini diatur dalam bentuk safari buru ke daerah atau hutan yang telah ditetapkan oleh pemerintah negara yang bersangkutan, seperti berbagai negeri di Afrika untuk berburu gajah, singa, ziraf, dan sebagainya. Di India, ada daerah–daerah yang memang disediakan untuk berburu macan, badak dan sebagainya, sedangkan di Indonesia, pemerintah membuka wisata buru untuk daerah Baluran di Jawa Timur dimana wisatawan boleh menembak banteng atau babi hutan.

- Wisata Ziarah : Jenis wisata ini sedikit banyak dikaitkan dengan agama, sejarah, adat istiadat dan kepercayaan umat atau kelompok dalam masyarakat. Wisata ziarah banyak dilakukan oleh perorangan atau rombongan ke berbagai tempat suci, ke makam-makam orang besar atau pemimpin yang diagungkan, ke bukit atau gunung yang dianggap keramat, tempat pemakaman tokoh atau pemimpin sebagai manusia ajaib penuh legenda. Milala, Jhoni (2011).

II.1.3 Faktor Pendorong dan Penarik Wisatawan

Menurut Pitana dan Diarta (2010: 36) "Kata wisatawan *(tourist)* merujuk kepada orang. Secara umum wisatawan menjadi subset atau bagian dari *traveller* atau *visitor*. Untuk dapat disebut sebagai wisatawan, seseorang haruslah seorang *traveller* atau seorang *visitor*. Seorang *visitor* adalah seorang *traveller*, tetapi tidak semua *traveller* adalah *tourist*. *Traveller* memiliki konsep yang lebih luas, yang dapat mengacu kepada orang yang mempunyai beragam peran dalam masyarakat yang melakukan kegiatan rutin ke tempat kerja, sekolah dan sebagainya sebagai aktivitas sehari-hari. Orang-orang menurut kategori ini sama sekali tidak dapat dikatakan sebagai *tourist*."

Menurut Pitana dkk (2010:66) "Keputusan seseorang untuk melakukan perjalanan wisata dipengaruhi oleh kuatnya faktor-faktor pendorong *(push factors)* dan faktor-faktor penarik *(pull factors)*. Faktor pendorong dan penarik ini sesungguhnya merupakan faktor internal dan eksternal yang memotivasi wisatawan untuk mengambil keputusan untuk melakukan perjalanan. Faktor pendorong umumnya bersifat sosial-psikologis, atau merupakan *person specific motivation*, sedangkan faktor penarik merupakan *destination* specific atributes."

Ryan (1991) dalam Pitana dkk (2010:67) menyatakan "Dari kajian literaturnya menemukan berbagai faktor pendorong bagi seseorang untuk melakukan perjalanan wisata seperti di bawah ini.

1. *Escape*. Ingin melepaskan diri dari lingkungan yang dirasakan menjemukan, atau kejenuhan daari pekerjaan sehari-hari.

2. *Relaxation*. Keinginan untuk rekuperasi/penyegaran, yang juga berhubungan dengan motivasi untuk *escape* di atas.
3. *Play*. Ingin menikmati kegembiraan melalui berbagai permainan, yang merupakan pemunculan kembali dari sifat kekanak-kanakan, dan melepaskan diri sejenak dari berbagai urusan yang serius.
4. *Strengthening family bonds*. Ingin mempererat hubungan kekerabatan, khususnya dalam konteks VFR *(Visiting Friends and Relation)*. Keakraban hubungan kekerabatan ini juga terjadi di antara anggota keluarga yang melakukan perjalanan bersama-sama, karena kebersamaan sangat sulit diperoleh dalam suasana kerja sehari-hari di negara industri.
5. *Prestige*. Untuk menunjukan gengsi, dengan mengunjungi detinasi yang menunjukan kelas dan gaya hidup, yang juga merupakan dorongan untuk meningkatkan status atau derajat sosial. Bagi berbagai masyarakat, perjalanan keluar merupakan salah satu bentuk ‘inisiasi’.
6. *Social interaction*. Untuk dapat melakukan interaksi sosial dengan teman sejawat, atau dengan masyarakat lokat yang dikunjungi.
7. *Romance*. Keinginan untuk bertemu dengan orang-orang yang bisa memberikan suasana romantis, atau untuk memenuhi kebutuhan seksual, khususnya dalam parisiwata seks.
8. *Educational opportunity*. Keinginan untuk melihat sesuatu yang baru, mempelajari orang lain dan/atau daerah lain, atau mengetahui kebudayaan etnis lain. Ini merupakan pendorong ang dominan di dalam pariwisata.
9. *Self-fulfilment*. Keinginan untuk menemukan diri sendiri *(self-discovery)*, karena diri sendiri biasanya bisa ditemukan pada saat kita menemukan daerah atau orang yang baru.
10. *Wish-fulfilment*. Keinginan untuk merealisasikan mimpi-mimpi, yang lama dicita-citakan, sampai mengorbankan diri dengan cara berhemat, agar bisa melakukan perjalanan. Hal ini juga sangat jelas dalam perjalanan wisata religius, sebagai bagian dari keinginan atau dorongan yang kuat dari dalam diri.

II.2 Objek Wisata Kawasan Pantai Karapyak

Tempat wisata pantai Karapyak berada di Desa Bagolo, Kecamatan Kalipucang, Kabupaten Pangandaran, Jawa Barat. Pantai Karapyak memiliki panjang 8 km yang di kawasannya sudah berpenduduk. Tempat ini bersuasana pedesaan jauh dari perkotaan karena berjarak sekitar 20 km dari Kabupaten Pangandaran dan pantai ini masih terjaga kebersihannya. Saat berkunjung wisatawan dapat melihat bentangan pasir putih dan ombak besar serta timbulan batu karang yang berlumut di sepanjang pantai sampai kedalam tengah laut. Sumaryadi, Adi (2014).

Akses untuk menuju pantai ini dapat dikatakan lebih dekat daripada menuju ke Pantai Pangandaran, selain itu Pantai Karapyak begitu strategis bila dilihat dari suhu cuacanya, tidak begitu terik seperti di Pantai Pangandaran dan memiliki angin yang lumayan kencang karena terletak di sekitar pegunungan dan pedesaan, suasana di tempat wisata Karapyak ini begitu tenang. Banyak terdapat pepohonan seperti pohon kelapa, pohon ketapang, pohon pandan berduri, pohon jati serta pepohonan besar lainnya tersebar persis di taman berada di tepi pantai sehingga begitu asri dan nyaman untuk menikmati keindahan pemandangan dan ombak dengan duduk di tepi pantai, disepanjang taman disediakan cukup banyak seperti kursi dan meja, ayunan, *hammock*.

Meskipun berkunjung ke wisata ini tidak dapat berenang karena selain ombak besar juga karang yang kecil-kecil, wisatawan masih dapat menikmati keindahan ombak serta pemandangannya. Selain itu juga wisatawan dapat menikmati beberapa objek lagi seperti menara Pengawas yang wisatawan dapat melihat pemandangan dari atas menara ini ,lalu Palatar Agung untuk menuju tempat ini dapat melewati jalur darat ataupun laut, jalur darat melewati pemandangan persawahan Desa Bagolo atau jalur laut dari pelabuhan Majingklak menggunakan perahu dan jalur laut ini melewati salah satu sisi Pulau Nusakambangan.

Di dalam kawasan Pantai Karapyak terdapat beberapa fasilitas umum yang sudah cukup seperti mushola, pondokan yang dikelola penduduk setempat, penginapan,

taman, kamar mandi umum, tempat pelelangan ikan, pos keselamatan, area parkir, dan juga untuk menuju lokasi wisata ini memiliki akses jalan yang cukup baik, hanya saja tidak ada kendaraan umum untuk menuju kawasan pantai bila dari jalan raya, hanya pengunjung yang memiliki kendaraan pribadi atau menggunakan kendaraan sewaan yang dapat menuju pantai Karapyak.

Berikut adalah beberapa gambar kondisi pemandangan di sekitar objek wisata Pantai Karapyak yang diambil dari berbagai sisi:



Gambar II.1 Pemandangan pasir putih objek wisata Pantai Karapyak
Sumber : Dokumen pihak pengelola, (09 Agustus 2016)

Gambar diatas adalah pemandangan pantai pasir putih di Karapyak pada siang hari, terlihat bahwa pasir di pantai tersebut tidak begitu halus atau sedikit bertekstur kasar, begitu banyak batu-batu karang.



Gambar II.2 Tebing tampak atas Parkir Pantai Karapyak
Sumber : Dokumen pihak pengelola, (09 Agustus 2016)

Pada gambar tersebut adalah penampilan dari Pantai Karapyak tampak atas pada siang hari, memiliki warna pantai biru kehijauan dengan dikelilingi oleh tebing dan bebatuan berukuran sedang sampai berukuran kecil.



Gambar II.3 tampak pemandangan dari atas perbukitan
Sumber : Dokumen pribadi, (10 Agustus 2016)

Pada gambar diatas adalah tampak pemandangan pantai dari atas bukit dan terlihat beberapa pepohonan dan juga memiliki pemandangan air yang jernis serta terlihat beberapa bukit-bukit lainnya.

II.2.1 Fasilitas dan Tempat

Di objek wisata Pantai Karapyak terdapat beberapa fasilitas berupa mushola, penginapan, toilet umum, taman, dan tempat parkir.

Berikut adalah beberapa gambar kondisi fasilitas tempat wisata Pantai Karapyak:



Gambar II.4 Tempat parkir
Sumber : Dokumen pribadi, (10 Agustus 2016)

Gambar diatas adalah tampilan tempat parkir objek wisata Pantai Karapyak, saat ini pengunjung bebas parkir dipinggir jalan, disekitar taman, maupun dipinggir pantai. Tidak ada aturan maupun larangan dan penunjuk dari pihak pengelola untuk penempatan parkir.



Gambar II.5 Area taman atau tempat bersantai di tepi Pantai Karapyak
Sumber : Dokumen pribadi, (10 Agustus 2016)

Gambar di atas adalah gambar salah satu fasilitas yang ada di objek wisata Karapyak yaitu taman atau tempat duduk, disetiap pinggiran pantai sudah tersedia beberapa kursi taman untuk bersantai, adapun ayunan gratis yang dapat digunakan oleh pengunjung untuk menikmati pemandangan panorama pantai.



Gambar II.6 Mushola

Sumber : Dokumen pribadi, (12 Januari 2017)

Gambar di atas adalah salah satu mushola di Pantai Karapyak, meskipun sepi pengunjung namun fasilitas seperti mushola sudah ada dan memenuhi syarat untuk tempat wisata ini.

II.2.2 Harga dan Pendapatan

Untuk harga masuk menuju objek wisata ini terhitung terjangkau hanya dikenakan biaya tiket seharga Rp.7500,-/motor. Gambar dibawah ini adalah tiket masuk menuju objek wisata Pantai Karapyak.



Gambar II.7 Tiket masuk wisata

Sumber : Dokumen pribadi, (12 Januari 2016)

Dibawah ini adalah daftar lengkap harga tiket untuk memasuki wisata Pantai Karapayak tahun 2016, setiap kendaraan menawarkan harga yang berbeda. Dari harga yang ada di tabel ini adalah daftar harga yang diberikan oleh Dinas Pariwisata Pangandaran namun belum termasuk untuk biaya pengurus objek wisata.

Daftar harga tiket Karapyak

NO	JENIS TRNSPORTASI	HARGA TIKET RETRIBUSI WISATA	ASURANSI	KEBERSIHAN	PARKIR	JUMLAH
1	Orang/ Pejalan Kaki	Rp 1.800	Rp 500	Rp 250		Rp 2.550
2	Motor	Rp 3.600	Rp 1.000	Rp 500	Rp 1.000	Rp 6.100
3	Sedan/ Jeep	Rp 9.000	Rp 2.500	Rp 1.000	Rp 2.000	Rp 14.500
4	Kijang	Rp 18.000	Rp 5.000	Rp 2.500	Rp 2.000	Rp 27.500
5	L-300	Rp 27.000	Rp 7.500	Rp 3.750	Rp 2.000	Rp 40.250
6	Bis Kecil	Rp 36.000	Rp 10.000	Rp 5.000	Rp 2.500	Rp 53.500
7	Bis Sedang	Rp 54.000	Rp 15.000	Rp 7.500	Rp 2.500	Rp 79.000
8	Bis Besar	Rp 90.000	Rp 25.000	Rp 12.500	Rp 2.500	Rp 130.000

Tabel II.1 Daftar harga tiket Karapyak
Sumber : Kantor Dinas Pariwisata Pangandaran (11 Januari 2016)

II.2.3 Pendapatan Objek Wisata Karapyak

Dengan harga tiket seharga Rp.7500,-/motor serta harga tiket masuk kendaraan jenis lain yang terbilang murah ini, membuat pendapatan tempat wisata ini mengalami kenaikan, menurut Sekertaris Dinas Pariwisata Pangandaran, Saptari, kendala sepinya objek wisata ini bukan karena harga tiket, karena sudah begitu murah namun tetap kurangnya minat pengunjung. Pendapatan untuk ditahun 2016 sudah mulai mengalami peningkatan oleh karena sudah adanya fasilitas-fasilitas baru di kawasan pantai.

Dari data diatas terlihat dari jumlah wisatawan tahun 2016 yang memiliki jumlah pengunjung terbanyak ada pada di bulan Juli yaitu sejumlah 8.642 orang, pada bulan ini adalah bulan libur panjang atau lebaran, lalu memiliki jumlah pengunjung yang lumayan tinggi lagi yaitu pada bulan Desember sampai dengan Januari yang berarti bulan ini adalah natal dan tahun baru, dapat ditarik kesimpulan Pantai Karapyak mengalami kenaikan jumlah pengunjung hanya di bulan ataupun hari libur saja dan dilihat dari jumlah pengunjung diatas juga dapat disimpulkan pantai Karapyak mengalami jumlah pengunjung yang tidak stabil.

II.3 Analisa Permasalahan

II.3.1 Analisa SWOT

Dalam menganalisa permasalahan diperlukan analisa SWOT sebagai berikut :

1. Strength (Keunggulan)
    - Tiket masuk lebih murah dari wisata pantai pasir putih lainnya.
    - Akses menuju lokasi wisata Pantai Karapyak lebih dekat jika dibandingkan menuju pantai Pangandaran, Batu Hiu dan sekitarnya.
    - Memiliki batu karang yang berlumut hijau disepanjang pantai sampai ke dalam tengah laut, memberikan keindahan tersendiri dibandingkan pantai pasih putih lainnya.
    - Letak pantai yang berada di daerah pegunungan sehingga suhu lingkungan pantai tidak terlalu panas dan angin cukup kencang.
    - Memiliki banyak pepohonan tepat disekitar tepi pantai membuat menjadi sejuk.
    - Tersedia banyak kursi, meja, ayunan, *hammock* diarea taman tepat ditepi sepanjang pantai digunakan untuk menikmati pemandangan dan bersantai.
    - Jika pantai sedang surut banyak binatang laut seperti ikan, bintang laut dan lainnya yang terjebak di terumbu karang.
    - Terdapat area camping dan aman tidak ada binatang liar seperti monyet.
    - Suasana masih asri jauh dari perkotaan sehingga cocok untuk melepas penat atau kejenuhan.
    - Masih alami dan bersih
    - Terdapat banyak karang kecil dapat dijadikan cindera mata.
2. Weakness (Kelemahan)
    - Kurang mengenalkan objek wisata ini melalui media promosi.
    - Belum terlalu dikenal oleh wisatawan diluar daerah Pangandaran dan sekitarnya.
    - Transportasi umum dari jalan raya sampai menuju objek wisata belum tersedia.

- Tidak dapat digunakan berenang dikarenakan terumbu karang yang runcing.
- Belum tersedia rumah makan hanya warung dan jajanan biasa saja.
- Belum tersedia hotel mewah hanya pondokan sederhana.

3. Opportunity (Peluang)
    - Objek wisata pantai pasir putih lainnya memelurkan jarak tempuh yang jauh dari pintu masuk dan tidak dekat pemukiman karena didalam cagar alam.
    - Memiliki suhu cuaca tidak terlalu panas meskipun disiang hari berbeda dengan wisata lainnya karena lingkungan pantai Karapyak berada disekitar pegunungan.
    - Dapat menikmati pemandangan langsung menghadap pantai dengan tetap didalam kendaraan seperti mobil/ motor.
4. Treats (Ancaman)
    - Objek wisata lainnya sudah dikenal dan sudah mengelola promosi dengan baik.
    - Masih kurang ditemukan tempat sampah.
    - Banyak terdapat wisata pantai yang dekat dengan pantai Karapyak seperti pantai Karang Nini, Pangandaran, Batu Hiu, Madasari dan lainnya.

Berdasarkan analisis SWOT objek wisata Pantai Karapyak diatas, maka dapat ditarik kesimpulan :

- Objek wisata Pantai Karapyak Desa Bagolo memiliki keindahan pemandangan dan panorama dengan bernuansa asri dan sejuk.
- Selain memiliki kelebihan yang disebutkan diatas juga pantai Karapyak memiliki beberapa kelemahan yaitu kurangnya upaya mengenalkan atau mempromosikan apa yang dimiliki oleh pantai Karapyak sehingga masyarakat masih kurang mengenal dan mengetahui objek wisata pantai pasir putih Karapyak Desa Bagolo.

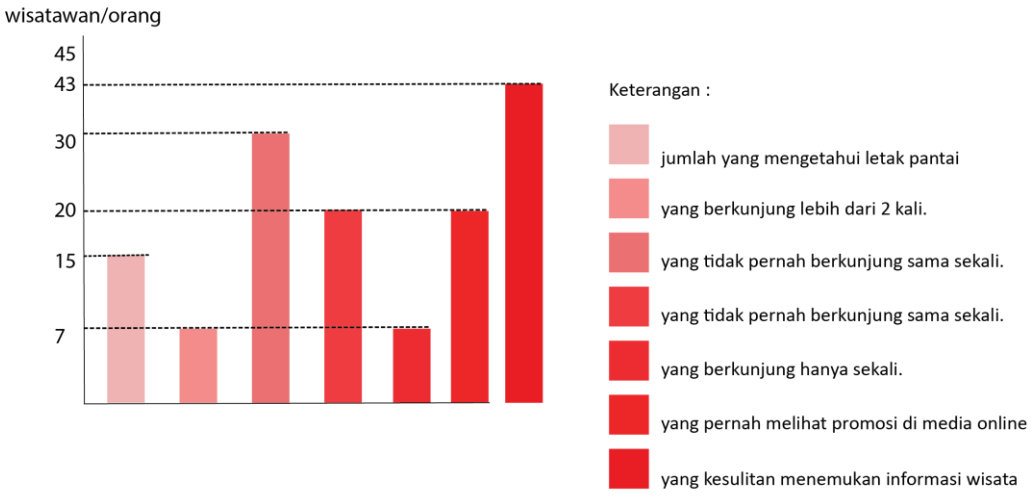
Berikut ini permasalahan yang di peroleh selama melakukan studi penelitian lapangan yaitu :

1. Ketiadaan media video maupun media cetak yang digunakan untuk mengenalkan atau mempromosikan keunggulan pantai Karapyak.
2. Kurangnya pengunjung diakibatkan dari sedikitnya informasi yang dapat di akses para wisatawan.
3. Kurangnya informasi mengenai apa saja wahana yang berada pantai Karapyak melalui media cetak.
4. Media online yang seharusnya memberikan berbagai informasi terbaru belum memberikan informasi lebih baik atau lengkap.

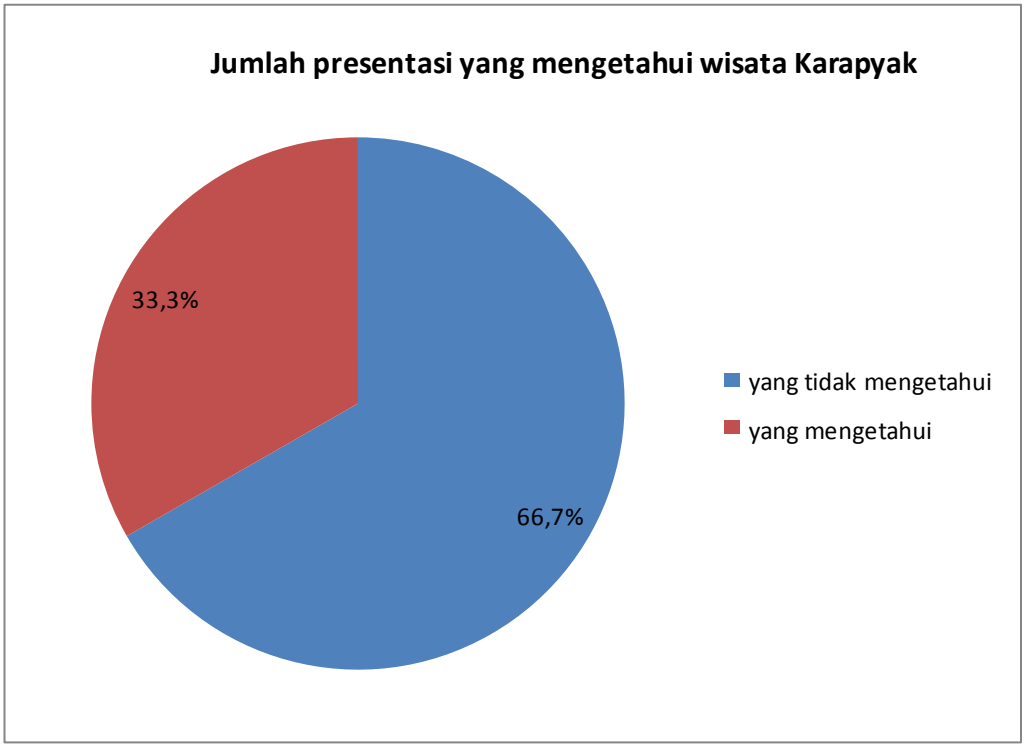
Dengan adanya beberapa media diatas dapat mempengaruhi minat dan ketertarikan wisatawan untuk berkunjung ke objek wisata Karapyak ini.

II.3.2 Analisis Pengunjung

Dari hasil kuisoiner yang disebarkan kepada masyarakat. Berikut adalah data kesimpulan dari kuisioner yang telah disebarkan sebagai berikut:



Grafik II.1 Jumlah keseluruhan jawaban wisatawan menurut kuisoiner
Sumber : data kuisoiner 2016



Grafik II.2 presentase jumlah wisatawan yang mengetahui wisata Karapyak
Sumber : data kuisioner 2016

Dari data kuisioner yang disebarkan kepada masyarakat luar daerah kawasan pantai Karapyak yaitu kawasan Cilacap dan Bandung yang berjumlah 45 orang 15 orang atau 33,3% mengetahui letak pantai Karapyak, dan dari 45 orang hanya 7 orang atau 15,5% yang berkunjung lebih dari 2 kali, 30 orang atau 66,67% sama sekali tidak pernah, 7 orang atau 15,5% hanya berkunjung 1 kali. hanya 20 orang atau 44,4% yang pernah melihat media promosi tempat wisata tersebut di media online. Hampir keseluruhan tidak pernah melihat media cetak wisata tersebut. Dan 43 orang atau 95,56% kesulitan untuk mendapatkan informasi tempat wisata tersebut.

II.3.3 Analisis Pendapat Masyarakat

Berdasarkan wawancara terhadap masyarakat sekitar Desa Bagolo atau sekitar kawasan Pantai Karapyak didapat beberapa pendapat :

Menurut Sardi ketua RT Desa Bagolo wisatawan luar kota sudah mulai berdatangan untuk mengunjungi tempat wisata Pantai Karapyak “pengunjung dari

luar kota sekarang sudah banyak yang berkunjung untuk melihat pemandangan di tepi pantai dan berlibur membawa keluarga, setelah mereka mengetahui tempat ini mereka menjadi memilih tempat ini sebagai tempat berlibur dari pada pantai Pangandaran yang panas walaupun disini kerangnya tajam tidak bisa untuk berenang ” .

Mengenai dari mana pengunjung mengetahui tempat wisata ini menurut Sriyanti pedagang di tempat, wisatawan yang datang dari luar kota mengetahui hanya dari beberapa kerabat atau saudara yang bertempat tinggal tidak jauh dari lokasi wisata saja.

Disimpulkan mengenai tempat wisata ini dari hasil wawancara dengan warga setempat masih sedikit yang mengetahui letak pantai ini dan juga masih sedikit masyarakat Jawa Barat sendiri pun yang mengenal tempat wisata ini dikarenakan untuk saat ini tidak ada identitas Pantai Karapyak dan tidak adanya petunjuk arah untuk menuju beberapa wahana objek yang berada di sekitar pantai, sehingga untuk saat ini masih masyarakat desa Bagolo dan sekitar saja yang mengetahui beberapa titik lokasi wisata. Dan juga wisatawan asing tidak banyak berkunjung ke pantai ini bukan karena tidak mengetahui tempat ini namun karena wisatawan asing lebih memilih pantai yang bisa untuk berenang dan Snorkeling.

II.3.4 Opini Pakar

Menurut Saptari, Sekertaris Dinas Pariwisata Pangandaran, ada beberapa pendapat yang mengacu pada permasalahan objek wisata Karapyak akan sepinya pengunjung, diantaranya:

1. Pantai tersebut memiiliki ombak besar menjadikan tempat ini tidak dapat untuk berenang.
2. Belum adanya identitas untuk mengenalkan tempat ini kepada wisatawan, seperti icon yang dimiliki pantai pangandaran dan lainnya sehingga tidak begitu berkesan .

3. Beberapa wahana dekat pantai tersebut atau pantai karapyak bagian lain yang masih belum diketahui pengunjung sehingga belum diketahui secara keseluruhan sehingga di internet pun sulit mencari keberadaan dimana wahana lainnya sangat disayangkan hanya sisi tertentu saja yang sudah diketahui oleh para pengunjung.
4. Media promosi yang digunakan untuk saat ini hanya menggunakan website saja, tidak ada promosi di banner, poster, atau brosur dan lain lain, sehingga masih sedikit pengunjung yang mengetahui objek wisata Karapyak di Desa Bagolo.

II.4 Pengertian Promosi

Promosi merupakan kegiatan yang lebih banyak mencakup mendistribusikan promotion material, seperti *film, slides, advertisement, brochures, booklets, leaflets, folders,* melalui bermacam-macam saluran (*channel*) seperti: TV, radio, majalah, bioskop, direct-mail baik pada "potential tourist", yaitu sejumlah orang yanag memenuhi syarat minimal untuk melakukan perjalanan pariwisata, karena memiliki banyak uang, keadaan fisik masih kuat, hanya belum mempuanyai waktu senggang untuk bepergian sebagai wisatawan maupun "actual tourist", yaitu orang yang sedang melakukan perjalanan pariwisata ke suatu daerah tujuan tertentu; dengan tujuan mentransfer informasi dan mempengaruhi calon-calon wisatawan untuk berkunjung ke suatu daerah tujuan wisata. Sanjaya, Ade (2015.)

II.5 Resume

Dari hasil penelitian dilapangan, permasalahan Pantai Karapyak Desa Bagolo dari sepinya pengunjung adalah :

- Kurangnya pengunjung diakibatkan dari sedikitnya informasi yang dapat di akses para wisatawan.
- Kurangnya informasi mengenai apa saja wahana yang berada pantai Karapyak melalui media cetak.
- Selain media cetak dan media promosi video yang belum tersedia, media online yang seharusnya memberikan berbagai informasi terbaru belum memberikan informasi lebih baik atau lengkap.

II.6 Solusi Perancangan

Setelah melakukan observasi dan mengamati langsung ke lapangan dapat di uraikan dari permasalah yang ada yaitu, Pantai Karapyak yang memiliki keindahan panoramanya masih belum memiliki pengunjung sesuai yang ditargetkan karena kurangnya mengenalkan objek wisata pantai Karapyak melalui media-media promosi cetak maupun video, sehingga tidak ada yang mempengaruhi objek wisata ini bisa lebih dikenal oleh masyarakat Jawa Barat dan sekitarnya.

Dapat dilihat dari sulitnya mendapatkan informasi mengenai unggulan-unggulan tempat wisata ini dimedia informasi seperti poster, iklan berupa video dan sebagainya yang sulit ditemukan dimedia sosial maupun setiap tempat atau daerah. Akan tetapi yang terjadi di lapangan terdapat beberapa opini masyarakat sekitar objek wisata Pantai Karapyak dengan hasil wawancara yang didapat bahwa pengunjung yang dapat mengetahui dari mulut ke mulut dan setelah datang ke kawasan wisata Pantai Karapyak para pengunjung kembali berkunjung untuk menikmati keindahan panorama yang ada di wisata pantai Karapyak dengan membawa keluarga maupun kerabatnya karena pengunjung memberikan pendapat positif setelah berkunjung.

Maka dari itu kawasan wisata Pantai Karapyak membutuhkan perancangan media promosi untuk memberikan infomasi keunggulan Wisata Pantai Karapyak yang unik dan menarik guna mendapatkan ketertarikan pengunjung untuk datang dan mendapatkan tingkat pengunjung yang lebih tinggi sehingga semakin dikenal oleh lebih banyak masyarakat Jawa Barat dan sekitarnya.