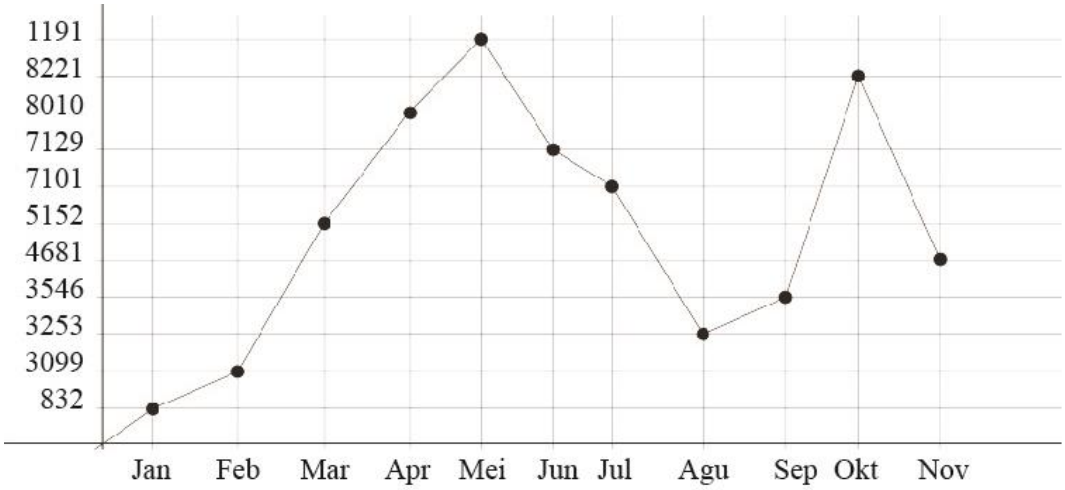
BAB I PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang Masalah

Sukabumi terkenal dengan wisata alam, air terjun dan pantai. Saat ini Sukabumi telah mempunyai wisata terbaru salah satunya adalah wahana bermain air tematis pertama di Indonesia yaitu Santasea *Waterpark* yang menjadi wisata alternatif dalam kota. Santasea *Waterpark* adalah wahana bermain air tematis (*water Waterpark*) terbesar dan terlengkap dengan sumber air panas (air belerang alami). Dibangun diatas lahan 2.5 hektar, dibawah kawasan Santa, Sukabumi, letak Santasea *Waterpark* sangat strategis karena dapat berseberangan dengan terminal baru Sukabumi yang resmi dioperasikan pada tnggal 1 April 2016.

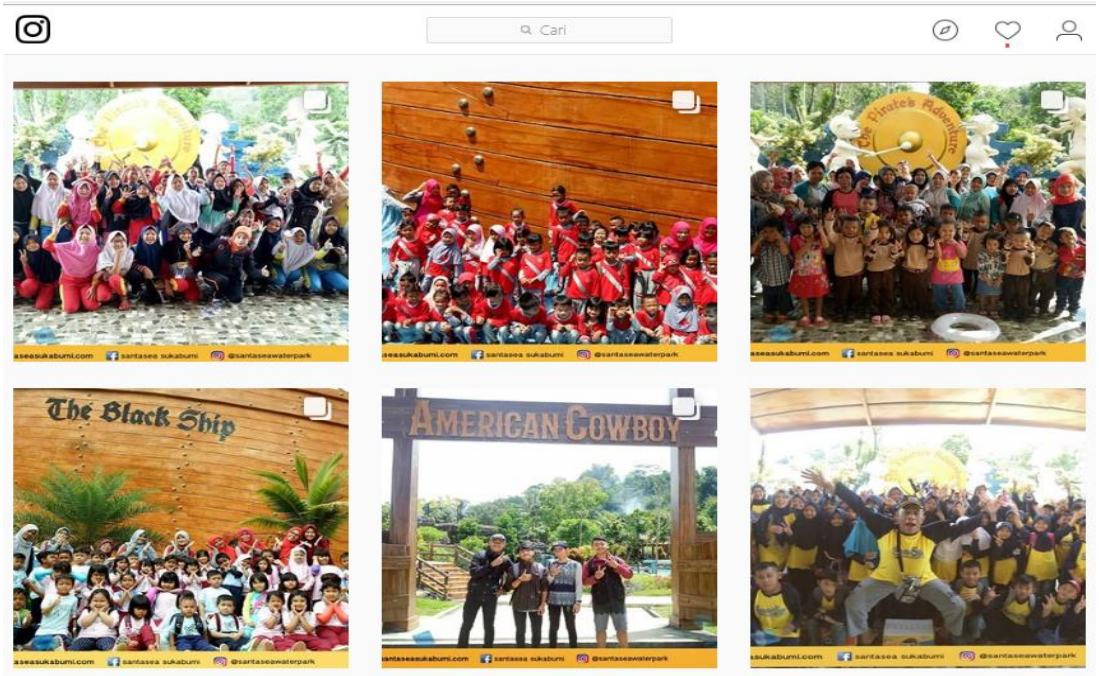
Dengan keunikan yang dimiliki Santasea *Waterpark*. Tempat ini memiliki banyak pilihan wahana dan berbagai fasilitas yang lengkap. Beberapa fasilitas seperti kolam renang yang bervariatif kedalamannya, air terjun maupun ombak buatan, dan pemandian air panas alami dapat dinikmati pengunjung, sehingga pengunjung tidak bosan mengunjungi Santasea *Waterpark*. Santasea *Waterpark* memiliki 7 Wahana permainan air tematis dengan tema berbeda dan unik, 2 diantaranya yaitu Japanes & Thailand *Hot spring* (Kolam Untuk Berendam Air Hangat, Air Belerang Alami) yang dapat dinikmati oleh pengunjung dari mulai dari anak-anak, remaja, hingga orang dewasa. Santasea *Waterpark* baru 2 tahun dioprasikan dilihat dari grafik pengunjung ditahun 2017 melonjak naik hingga 11.991 pengunjung di bulan Mei 2017, karena dimana bulan Mei 2017 adalah bulan memperingati Ramadhan 1438 dan rata-rata hanya 5.102 dibulan biasa, dapat disimpulkan pengunjung Santasea *Waterpark* masih bisa terus meningkatkan jumlah pengunjung disetiap bulannya.



Tabel I.1 : Grafik pengunjung periode
Januari-november 2017
Sumber: dokumen perusahaan

Memperkenalkan dan berbagi informasi adanya keberadaan Santasea *Waterpark* sangatlah penting karena media promosi yang ada tidak ditemukan oleh masyarakat umum terutama di daerah Sukabumi. Masyarakat mengetahui informasi Santasea *Waterpark* dari rekomendasi kerabat/rekan jadi informasi yang didapatkan tidaklah lengkap.Target audiens objek wisata ini yang memiliki rentang usia 3 tahun hingga 50 tahun dengan status taman kanak-kanak, pelajar dan yang sudah berkeluarga, karena objek wisata ini difokuskan menjadi tempat rekreasi keluarga. Akan tetapi sasaran terget audiens belum terarah pengunjung masih didominasi oleh rombongan dari anak PAUD dan sekolah dasar. (Junno, 25 Desember 2017)

Media promosi banyak dilakukan dan hanya mengandalkan media sosial, akan tetapi masih terlihat kurang efektif karena konten akun Instagram resmi dari Santasea *Waterpark* sebagian besar hanya mengunggah foto rombongan yang mengunjungi Santasea *Waterpark* dan tidak memperlihatkan informasi bersifat persuasif yang memperlihatkan wahana dan fasilitas yang terdapat di Santasea *Waterpark.*



Gambar I.1 : *feeds* Instagram Santasea *Waterpark*
Sumber: *www.instagram.com/santaseawaterpark*
(Diakses pada 20 April 2018)

Terutama dibidang audio visual, dimana pengiklanan masih sangat kurang dan minim. Dengan melakukan pengiklanan tersebut, diharapkan iklan menjadi lebih efektif untuk menarik pengunjung.

Meningkatkan kualitas promosi sangat dibutuhkan karena baru tahun ke-2 beroprasi agar Santasea *Waterpark* dapat meningkatkan nilai jual dan pendapatan/laba. Dengan promosi Santasea *Waterpark* bisa mendapatkan pengunjung baru dan mempertahankan kesetiaan pengunjung. Promosi dapat menciptakan citra produk dimata konsumen sesuai dengan apa yang diharapkan.

I.2 Identifikasi Masalah

Santasea *Waterpark* sudah mempunyai pengelolaan yang baik dan terarah namun masih perlu dikembangkan untuk menjadi lebih baik, yang diantaranya:

- Peningkatan minat masyarakat sekitar Sukabumi untuk mengunjungi Santasea *Waterpark*.
- Promosi Santasea *Waterpark* tidak memperlihatkan informasi bersifat persuasif yang memperlihatkan wahana dan fasilitas yang terdapat di

Santasea *Waterpark.* Serta tidak terlihat mengajak pengunjung untuk datang.

- Media promosi yang ada masih sangat kurang dan tidak efektif terutama dibidang audio visual.

I.3 Rumusan Masalah

Santasea masih terbilang baru dioperasikan karena dari itu memperkenalkan dan berbagi informasi adanya keberadaan Santasea sangatlah penting kepada khalayak. Karena Santasea *Waterpark* yang tidak kalah dengan *Waterpark* lainnya dan dapat menjadi objek wisata alternatif khususnya di daerah Kota dan Kabupaten Sukabumi.

- Bagaimana memperkenalkan pada masyarakat tentang semua fasilitas-fasilitas dan keunikan yang terdapat pada Objek Wisata Santasea *Waterpark.*
- Meningkatkan media promosi Santasea *Waterpark* karena bisa mendapatkan pengunjung baru dan mempertahankan kesetiaan pengunjung. Promosi dapat menciptakan citra produk dimata konsumen sesuai dengan apa yang diharapkan.

I.4 Batasan Masalah

Pembatasan masalah berguna untuk membatasi masalah apa saja yang dapat diselesaikan dan dalam pembahasan ini hanya terfokus untuk menarik minat pengunjung yang datang ke objek wisata Santasea *Waterpark* dengan menggunakan media promosi audio visual.

I.5 Tujuan

Tujuan yang ingin dicapai dalam percangan ini adalah:

- Mengenalkan sekaligus menjadikan Santasea *Waterpark* sebagai alternatif objek wisata terutama untuk masyarakat sekitar kota dan kabupeten Sukabumi.
- Mengetahui cara mempromosikan sebuah objek wisata agar dapat tersampaikan kepada segmentasi yang telah ditentukan.

I.6 Manfaat

Manfaat dalam percangan ini adalah meningkatkan daya tarik pengunjung untuk datang dan meningkatkan kualitas promosi Santasea *Waterpark* agar mendapatkan pengunjung baru dan mempertahankan kesetiaan pengunjung.