BAB II SANTASEA *WATERPARK*

II.1 Tinjauan Umum Taman Hiburan Tematik

II.1.1 Rekreasi

Pada saat tertentu, manusia dapat merasakan penat dikarenakan aktivitas ataupun kesibukan sehari-hari. Kegiatan tersebut mendorong seseorang untuk melakukan aktivitas yang diluar kebiasaan mereka. Aktivitas tersebut berguna untuk menyegarkan kembali pikiran mereka. Kegiatan tersebut dapat berupa perjalanan, istirahat ataupun mengunjungi tempat yang dapat menghibur diri mereka atau yang biasa disebut Rekreasi. Menurut Krippendorf (1987:20), Rekreasi sebagai kegiatan untuk mengisi waktu luang untuk tujuan tertentu, diantaranya penyegaran sikap dan mental, kepuasan, serta kesenangan yang bisa memulihkan kekuatan fisik maupun mental.

II.1.2 Taman

Taman merupkan ruang terbuka dengan luasan tertentu yang ada dalamnya ditanami pepohonan, bunga dan rerumputan yang bisa dikombinasikan dengan elemen kreasi lainnya. Pada umumnya taman dipergunakan untuk olah raga, bersantai, bermain dan sebagainya.

II.1.3 Tema

Tema merupakan suatu gagasan pokok permasalahan dan tujuan utama cerita apa yang akan dibuat. Stanton (1965:72) menjelaskan Tema adalah makna sebuah cerita yang secara khusus menerangkan sebagain besar unsurnya dengan cara yang sederhana tema bersinonim dengan ide utama dan tujuan utama. Dengan demikian dapat dipandang sebagai dasar utama cerita atau gagasan dasar umum sebuah karya. Landasan dasar cerita sekaligus berarti tujuan utama dalam cerita. Nurgiyantoro (1998:70) Jika pengembangan cerita senantiasa “tunduk” pada dasar cerita, menturut hal ini bertujuan agar dasar, gagasan dasar umum, atau sesuatu yang ingin dikemukakan itu dapat diterima oleh pembaca.

II.1.4 *Theme park*

Theme park adalah taman hiburan ruang terbuka maupun tertutup yang menyediakan sebuah atraksi atau wahana dibuat secara dekoratif yang didesain untuk mencerminkan satu tema tertentu sebagai landasan utama, seperti suatu periode khusus dalam suatu cerita atau dunia dimasa yang akan datang secara permanen dapat mencerminkan suatu tema tertentu. Dengan sumber daya yang dapat dikendalikan dan dikelola untuk sebuah taman rekreasi ataupun pendidikan yang dapat ditekankan pada fantasi dan imajinasi. Dibuat dengan pertimbangan khusus karena *theme park* lebih rumit daripada sebuah taman kota atau taman bermain yang sederhana *theme park* harus menyediakan wahana atau atraksi yang khusus dimaksudkan untuk melayani anak-anak, remaja, hingga orang dewasa seperti Disney Land (skala besar), *Waterpark* (skala kecil).

II.1.5 *Waterpark*

Waterpark adalah tempat bermain dan rekreasi ruang terbuka maupun tertutup yang luas untuk anak dan juga orang dewasa tentu saja dengan sarana utamanya adalah air. *Waterpark* merupakan sebuah taman hiburan yang dilengkapi dengan fasilitas wahana dan atraksi meliputi kolam renang, seluncuran, bantalan air, kolam dangkal, kolam arus, kolam ombak, dan fasilitas rekreasi lainnya tentu saja berkaitan dengan air.

II.2 Santasea *Waterpark*

II.2.1 Sejarah Lio Santa

Pemandian air panas Lio Santa dibangun pada sejak 1970 dengan keunggulan air panas alami yang keluar dari sebuah kolam. Sejak dulu, wisata air panas Lio Santa juga merupakan salah satu lokasi wisata favorit warga Sukabumi. kawasan wisata pemandian Lio Santa dulu sudah dikelola dengan baik, tapi lambat laun tempat tersebut dibiarkan rusak dan terbengkalai. Dengan luas 2,5 hektare tiga investor yang mendatangi Pemda Kota Sukabumi. Investor mengelola kawasan tersebut dan mengembangkannya menjadi taman bermain air atau *Waterpark*. Pemerintah Daerah Kota Sukabumi menyetujui lokasi Lio Santa renovasi menjadi arena bermain anak dan pendidikan ruang terbuka.

II.2.2 Profil Santasea

Santasea *Waterpark* adalah taman bermain air tematis (*water Waterpark*) dengan sumber air panas alami. Dibangun di atas lahan 2.5 hektar, beralamat di Jl. Pramuka, Gedongpanjang, Citamiang, Kota Sukabumi, Jawa Barat 43144, menjadi wisata alternatif dalam kota. Wahana air ini telah diresmikan pada hari Jum'at, 1 April 2016 oleh Pemerintah Kota Sukabumi.

Harga tiket masuk Santasea *Waterpark*:

Hari	Anak	Dewasa
Senin – Jumat	Rp 35.000	Rp 40.000
Sabtu- Minggu	Rp 50.000	Rp 60.000
Holiday Season	Rp 60.000	Rp 70.000

Tabel II.1 Harga Tiket
Sumeber: Dokumen Perusahaan

Santasea *Waterpark* memiliki 7 Wahana permainan air tematis dengan sensasi berbeda dan unik yang dapat dinikmati oleh para pengunjung dari segala usia mulai dari anak-anak, remaja, hingga orang dewasa.

Visi

Santasea *Waterpark* menjadi wahana air bertema dengan memberikan kebahagiaan untuk semua orang.

Misi

Santasea *Waterpark* memberikan kebahagiaan melalui kesenangan yang tidak terlupakan dan pengalaman pembelajaran untuk satu juta pengunjung.

Kontak terkait

Telepon : (0266) 6223023 / 0816-6328-89 / 0816-4690-4941
E-mail : santaseawaterpark@gmail.com
Alamat : Jalan Lio, Santa, Kelurahan Gedong Panjang, Kecamatan Citamiang Kode Pos 43144 , Sukabumi, Jawa Barat
Website : www.santaseasukabumi.com

Twitter : @santasea_smi

Instagram : @santasea*Waterpark*

Facebook : Santasea *Waterpark* Sukabumi

Youtube : SANTASEA *WATERPARK*

II.2.3 Area Santasea *Waterpark*

1. The Black Ship adalah area dimana pengunjung dapat membeli tiket masuk.



Gambar II.1 Tempat pembelian tiket masuk

Sumber: Dokumen perusahaan

2. Neverland yang dilengkapi dengan *kiddy pool, slider & colorfun nozzle area*. Kolam khusus anak ini sangat aman dan nyaman, dengan kedalaman yang mencapai 40 cm.



Gambar II.2 Neverland

Sumber: Dokumen perusahaan

3. Japanes & Thailand *hot spring* (kolam untuk berendam air hangat, air belerang alami) pengunjung akan merasakan suasana yang berbeda, perpaduan antara hangatnya air kolam ditambah irama musik Jepang atau juga Thailand akan membuat pengunjung merasakan ketenangan jiwa dan pikiran. Hangatnya air kolam yang merupakan air belerang asli yang muncul dari dalam tanah juga bisa memberikan kenyamanan dan perawatan alami bagi kesehatan kulit.



Gambar II.3 Japanes *hot spring*

Sumber: Dokumen perusahaan



Gambar II.4 Thailand *hot spring*

Sumber: Dokumen perusahaan.

4. American Cowboy mengambil tema Indian kolam renang dengan kedalaman bervariasi akan memudahkan pengunjung untuk menentukan kedalam mana yang akan digunakan. Kolam ini juga cocok untuk yang sedang belajar berenang.



Gambar II.5 American Cowboy

Sumber: Dokumen perusahaan.

5. Niagara Fall *(racing slide)* dengan ketinggian 30m dan memiliki 4 jalur prosotan yang sering digunakan pengunjung untuk ajang balapan meluncur ke kolam berenang,warnanya yang berwarna-warni pula menjadi daya tarik tersendiri untuk wahana ini.



Gambar II.6 Niagara Fall

Sumber: Dokumen perusahaan

6. Amazon River (Kolam Arus) dengan desain seperti sungai pada umumnya pengunjung dapan menyusuri kolam ini selain berenang bisa menggunakan ban sebagai pelampung atau dapat dinaiki. Tarif yang dikenakan untuk menyewa ban adalah Rp 10.000.



Gambar II.7 Amazon River

Sumber : Dokumen perusahaan

7. Carribean Ocean (Kolam Ombak) didesain seperti pantai disertai deburan ombak pengunjung dapat menngunakan ban untuk menikmati wahana ini. Ditambah dengan fasilitas panggung di area ini dapat mengadakan suatu acara pentas seni.



Gambar II.8 Carribean Ocean

Sumber : Dokumen perusahaan

8. Selain wahana air, di Santasea *Waterpark* Sukabumi juga terdapat kebun binatang *mini* yang cocok untuk menambah pengetahuan anak tentang hewan. Terdapat burung-burung merpati yang akan mengerumuni pengunjungi, ketika pengunjung memberi mereka makanan. Beberapa spesies burung dan binatangnya pun bisa pengunjung temui disana.



Gambar II.9 Forest Jungle

Sumber : Dokumen perusahaan

9. Santasea *Waterpark* Sukabumi juga menyediakan gazebo untuk tempat beristirahat atau tempat menunggu pengunjung.



Gambar II.10 Gazebo

Sumber : Dokumen perusahaan

10. Santasea menyediakan loker demi kenyamanan dan keaman barang-barang dapat dititipkan.



Gambar II.11 Loker

Sumber : Dokumen perusahaan

11. fasilitas ruang bilas disediakan untuk pengunjung untuk membilas.



Gambar II.12 Ruang bilas

Sumber : Dokumen perusahaan

12. *souvenir shop* diesediakan untuk membeli *souvenir* dari Santasea.



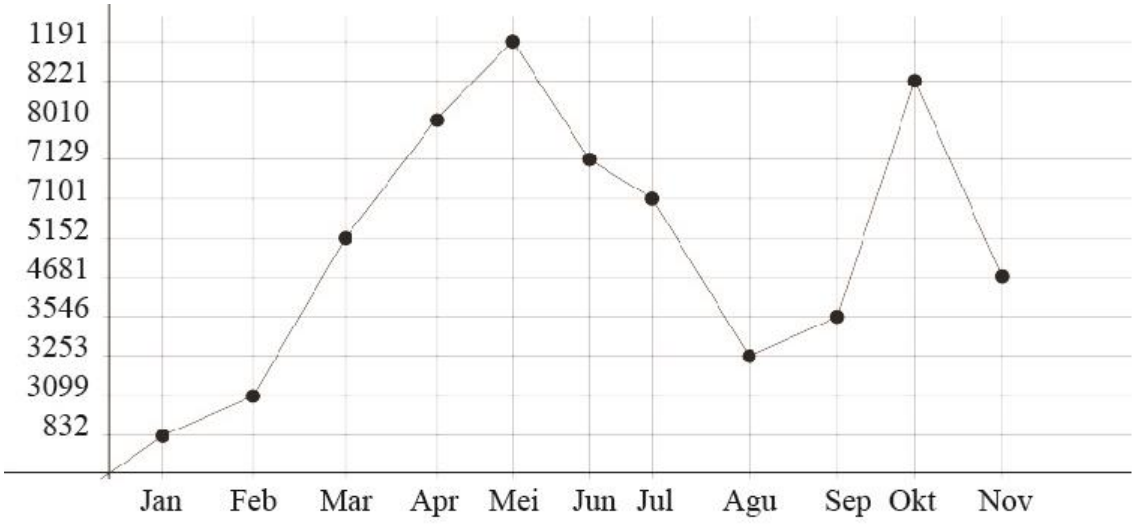
Gambar II.13 *souvenir shop*

Sumber : Dokumen perusahaan

II.3 Analisa

Analisa menggunakan metode wawancara dan kuesioner. Wawancara yang dilakukan secara langsung dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan terhadap pengelola terkait mengenai Objek Wisata Santasea, seperti fasilitas, wahana, sejarah, target audience, data pengunjung, dan promosi. Wawancara dilakukan pada hari kamis tanggal 25 Desember 2017 kepada Junno Fattorent yang merupakankepala devisi Marketing *(MARCOOM MANAGER)* Wawancara dilakukan secara langsung.

Hasil wawancara didapatkan beberapa data mengenai sejarah Santasea *Waterpark* yang sebelumnya objek wisata air panas Santa tersebut tidak terawat dan direnovasi oleh pihak swasta dengan jangka waktu kontrak selama 20 tahun, target audiens objek wisata ini yang memiliki rentan 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.



Tabel II.2 : Grafik pengunjung periode Januari-november 2017

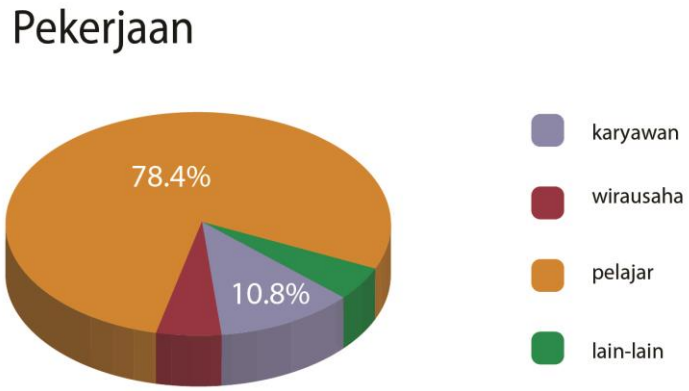
Sumber: dokumen perusahaan

Diagram pengunjung ditahun 2017 periode Januari-November Pengunjung melonjak naik hingga 1.1991 pengunjung di bulan Mei 2017, karena dimana bulan Mei 2017 adalah bulan memperingati Ramadhan 1438 dan rata-rata hanya 5102 di bulan biasa. Dapat disimpulkan jumlah pengunjung di Santasea *Waterpark* masih belum stabil dan cenderung meningkat.

Hasil kuesioner Kuesiouner disebar secara acak dan ditunjukan kepada remaja akhir yakni mayoritas kalangan pelajar dan mahasiswa yang bereada di kota Sukabumi, agar mengetahui sejauh mana ketertarikan dan juga reaksi para responden seputar objek wisata Santasea *waterpark*.

Berikut ini hasil kuesioner yang diisi oleh 74 responden:

- Pertanyaan pertama diajukan untuk mengetahui pekerjaan responden.

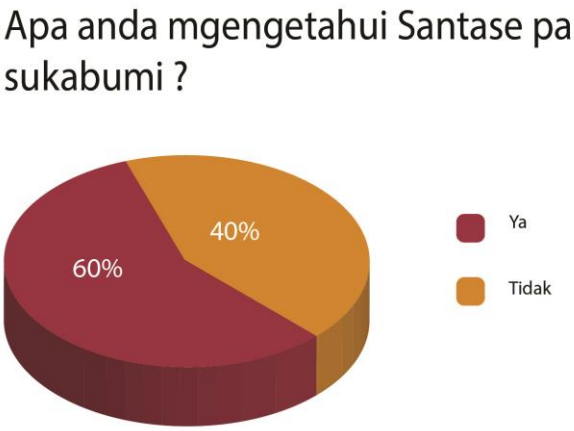


Tabel II.3 : hasil pertanyaan pertama

Sumber: kuesioner

Dapat disimpulkan responden mahasiswaataupun pelajar yang paling banyak menjawab respon dari kuesioner.

- Pertanyaan kedua diajukan untuk mengetahui apakah responden tau objek wisata Santasea *Waterpark*.



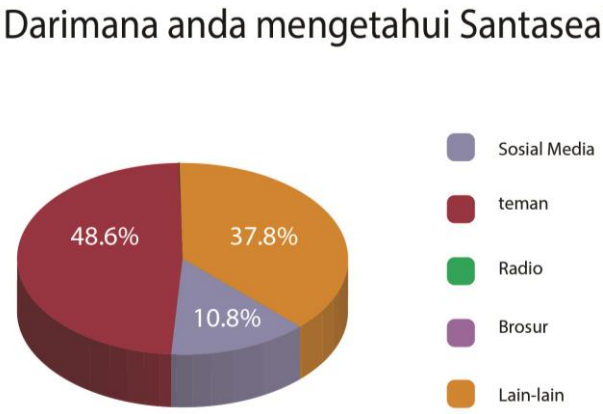
Tabel II.4 : hasil pertanyaan kedua

Sumber: kuesioner

Dapat disimpulkan dari data yang dikumpulkan bahwa sebagian besar sudah mengetahui Santasea *Waterpark* di Sukabumi, akan tetapi sekitar 40.5% responden tidak mengetahuinya, dan 40.5%

merupakan angka yang cukup tinggi mengenai ketidaktahuan responden mengenai Santa *Waterpark*.

- Pertanyaan ketiga diajukan untuk mengetahui tentang darimana responden mendengar Santasea *Waterpark*.



Tabel 2.5 : hasil pertanyaan ketiga

Sumber: kuesioner

Dapat disimpulkan dari data yang diajukan diatas bahwa sebagian besar responden mengetahui Santasea *Waterpark* dari rekomendasi teman-temannya, sedangkan media sosial dan radio yang merupakan media promosi Santasea *Waterpark* terlihat kurang efektif.

- Pertanyaan keempat diajukan untuk mengetahui tentang pernahkah responden mengunjungi Santasea



Tabel II.6 : hasil pertanyaan keempat

Sumber: kuesioner

Dapat disimpulkan dari data yang diajukan diatas bahwa sebagian besar responden belum pernah mendatangi Santasea hal ini menunjukan bahwa kurangnya media promosi ataupun minat responden untuk mengunjungi Santasea *Waterpark*.

II.4 Resume

Dari hasil penelitian yang sudah dilakukan dilapangan maka permasalahan dari Santasea *Waterpark* Sukabumi dapat disimpulkan masih bisa terus meningkatkan minat dan jumlah pengunjung disetiap bulannya. Masih belum banyak informasi yang belum diketahui oleh Masyarakat Sukabumi, karenakan media promosi yang sudah ada kurang efektif sehingga pengunjung kesulitan mencari informasi yang lengkap tentang apa saja yang ada di Santasea *Waterpark*.

II.5 Solusi Perancangan

Membuat media dimana Santasea *Water Waterpark* menjadi lebih dikenal lagi oleh masyarakat terutama yang berada di daerah Sukabumi. Salah satu caranya adalah dengan menggunakan media Audio Visual, dikarenakan media pengiklanan sebelumnya masih kurang dan memiliki unsur persuasif promosi yang sangat sedikit.

Dengan audio visual mampu memberikan informasi yang rumit atau kompleks dengan tepat dibandingkan dengan media lainnya. Video yang menarik dapat mengalihkan perhatian audiens. Dengan kelebihan video dapat diakses dan ditonton menggunakan ponsel/*gadget* yang menunjang ditambah dengan didukung *platform* dan media sosial yang memudahkan audiens untuk menonton video.

Meningkatkan kualitas 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.