



I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

TWA Lejja merupakan kawasan hutan lindung yang di dalamnya terdapat sumber mata air panas alami. Sumber air panas inilah yang menjadi daya tarik wisata di TWA Lejja. Ada empat kolam pemandian air panas berukuran besar di dalam TWA Lejja yang bisa dinikmati pengunjung. Masing-masing kolam memiliki suhu yang berbeda. Salah satu kolam bahkan panasnya mencapai 60 derajat Celcius. Kolam air panas TWA Lejja juga dikenal dengan kandungan belerangnya yang cukup tinggi. Karena itu pula, masyarakat percaya bahwa berendam di air panas tersebut bisa mengatasi beberapa masalah kesehatan seperti rematik dan rasa pegal di kaki. Tak hanya berendam air panas, pengunjung juga bisa mengamati berbagai flora dan fauna yang ada di dalamnya sehingga TWA Lejja memiliki sumberdaya wisata yang beragam.

Sumberdaya wisata merupakan segala sesuatu yang memainkan peran penting dalam menarik wisatawan untuk mempelajari kawasan termasuk di dalamnya sumber daya alam, peristiwa kepariwisataan, fasilitas rekreasi, dan daya tarik wisata. Sumberdaya wisata yang terdapat pada TWA Lejja cukup beragam dan memiliki nilai keunikan, kelangkaan, keindahan, seasonalitas, aksesibilitas, sensitifitas, serta fungsi sosial. Dengan begitu TWA Lejja dapat mempromosikan destinasi nya melalui media promosi mengenai kawasan atau sumberdaya wisata nya.

Media promosi adalah sarana yang digunakan dalam mendukung kegiatan promosi dan pengenalan produk atau jasa kepada masyarakat. Promosi adalah suatu kegiatan dalam bidang pemasaran yang merupakan suatu komunikasi yang dilakukan oleh perusahaan kepada pembeli atau konsumen. Promosi di TWA Lejja dapat melalui berbagai cara seperti melalui poster dan booklet yang di desain sedemikian rupa karena hal tersebut merupakan media promosi yang ideal dan menghasilkan keuntungan bagi TWA Lejja.

Kepuasan pengunjung menjadi hal yang sangat penting dan harus diperhatikan oleh suatu perusahaan sebagai tujuan bisnis termasuk bisnis wisata. Penilaian kepuasan pengunjung dapat menjadi suatu tolak ukur dalam perencanaan media promosi wisata. Kepuasan pengunjung juga dapat dijadikan sebagai dasar dalam mengembangkan strategi perusahaan di masa depan. Padatnya aktivitas yang dilakukan wisatawan di suatu destinasi akan meningkatkan kebutuhan dan keinginan wisatawan untuk melakukan kegiatan wisata yang menyenangkan. Kebutuhan wisatawan menjadi peluang bagi pelaku usaha pariwisata untuk menyediakan sarana dan prasarana pariwisata. Peningkatkan kepuasan pengunjung dapat diupayakan dengan pengembangan kawasan wisata. Analisis kepuasan pengunjung terhadap kegiatan perencanaan media promosi di TWA Lejja, Kabupaten Soppeng dilakukan sebagai bahan

evaluasi dan bahan acuan untuk mempromosikan TWA Lejja. Tujuan dari perencanaan media promosi di TWA Lejja yaitu untuk mengenalkan TWA Lejja kepada masyarakat luas mengenai potensi wisata serta sumberdaya wisata di TWA Lejja, Kabupaten Soppeng.

B. Tujuan

Pelaksanaan kegiatan tugas akhir memiliki beberapa tujuan yang akan dicapai. Adapun tujuan dari pelaksanaan tugas akhir ini sebagai berikut :

1. Mengetahui kepuasan pengunjung TWA Lejja, Kabupaten Soppeng.
2. Mengetahui persepsi pengunjung dan pengelola terhadap sumberdaya TWA Lejja, Kabupaten Soppeng.
3. Mengetahui potensi sumberdaya wisata unggulan di TWA Lejja, Kabupaten Soppeng
4. Merancang suatu output dalam bentuk media promosi berdasarkan kepuasan pengunjung TWA Lejja.

C. Manfaat

Pelaksanaan tugas akhir diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pengunjung, masyarakat dan pengelola setempat. Manfaat yang diharapkan dari pengerjaan tugas akhir sebagai berikut :

1. Mengenalkan TWA Lejja kepada masyarakat mengenai potensi wisata di kawasan TWA Lejja, Kabupaten Soppeng.
2. Mengenalkan TWA Lejja kepada masyarakat mengenai sumberdaya wisata di kawasan TWA Lejja, Kabupaten Soppeng.
3. Sebagai buku panduan atau media informasi mengenai TWA Lejja serta memperluas nama TWA Lejja.

D. Luaran atau Output

Luaran yang direncanakan dalam pengerjaan Tugas Akhir mengenai Perencanaan Media Promosi di TWA Lejja, Kabupaten Soppeng, Sulawesi Selatan berupa rancangan media promosi berupa desain dan media berupa booklet TWA Lejja yang dapat digunakan secara offline ataupun online melalui media sosial.