

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kabupaten Bandung Barat merupakan hasil pemekaran dari wilayah Kabupaten Bandung di Jawa Barat, Indonesia. Kabupaten Bandung Barat berbatasan dengan Kabupaten Purwakarta dan Kabupaten Subang di sebelah barat dan utara, Kabupaten Bandung dan Kota Cimahi di sebelah timur, Kota Bandung di sebelah selatan, serta Kabupaten Cianjur di sebelah barat dan timur. Kabupaten Bandung Barat mewarisi sekitar 1.400.000 penduduk dari 42.9% wilayah lama Kabupaten Bandung. Kabupaten Bandung Barat memiliki beragam pesona alam dan budaya. Dalam hal kekayaan alam, daerah otonom hasil pemekaran Kabupaten Bandung ini memiliki sejumlah destinasi wisata nusantara dan menjadi salah satu destinasi wisatawan saat mengunjungi kawasan Bandung dan sekitarnya. Diantaranya berupa gunung, taman wisata, tempat perbelanjaan, sumber air panas dan curug. Dalam bahasa Sunda, Curug berarti “air terjun”. Air terjun adalah formasi geologi dari arus air yang mengalir melalui suatu formasi bebatuan yang mengalami erosi dan jatuh ke bawah dari ketinggian.

Kabupaten Bandung Barat memiliki beberapa objek wisata berupa curug, salah satunya yaitu Curug Tilu atau Curug Tilu Leuwi Opat yang terletak di Jl. Kp. Ciwangun Indah Camp, Cihanjuang Rahayu, Parongpong, Kabupaten Bandung Barat, Jawa Barat. Curug Tilu dibangun pada tahun 2006 bekerja sama dengan Perum Perhutani. Secara harfiah, nama Curug Tilu Leuwi Opat dapat diartikan menjadi tiga air terjun empat sungai. Nama tersebut diberikan karena curug ini memiliki air terjun yang terpecah menjadi tiga aliran dan membentuk empat aliran sungai.

Tidak seperti kebanyakan curug lainnya, Curug Tilu memiliki tiga curug dan empat leuwi dalam satu wilayah objek wisata. Curug-curug tersebut letaknya tidak terlalu jauh satu sama lainnya, sehingga wisatawan dapat mengunjungi semua curug dalam sekali berkunjung. Curug-curug tersebut ialah Curug Citulang yang memiliki aliran air yang paling tinggi, Curug Aseupan yang berada pada ketinggian diantara dua buah ngarai yang menyerupai Aseupan (kukusan tradisional Sunda yang berbentuk kerucut) dan Curug Cilaki yang paling kecil diantara ketiganya.

Selain curug, sungai pun dapat digunakan menjadi tempat bermain air dan berenang pada kedalaman yang kurang dari satu meter karena airnya cukup jernih serta dangkal. Sedangkan sungai yang memiliki kedalaman mencapai duapuluh meter tidak diperbolehkan untuk berenang. Leuwi tersebut diantaranya adalah Leuwi Bagong yang memiliki kedalaman mencapai empat meter dengan arus yang tidak terlalu deras sehingga dapat dijadikan tempat bermain rakit. Leuwi Kacapi biasa digunakan sebagai tempat piknik dan berfoto dengan pemandangan sungai yang cukup indah. Leuwi Gentong yang memiliki kedalaman sekitar satu hingga dua meter sehingga dapat digunakan untuk berenang dan bersantai. Serta Leuwi Baeut yang memiliki kedalaman hingga duapuluh meter.

Di area objek wisata seluas lima hektar ini tidak hanya terdapat curug dan leuwi, namun juga terdapat wahana wisata seperti, *Body Rafting*, *Flying Fox*, Gebuk Bantal, *High Rope*, Jembatan Dua Tali, *Elvis Bridge*, Rakit, *Shaking Bridge*, *Spider Web*, *V-Bridge*, *Paint Ball*, Perahu dan *Camping Ground*. Serta terdapat fasilitas berupa musholla, toilet, kantin dan parkir yang cukup luas. Sehingga objek wisata Curug Tilu dapat dijadikan sebagai kunjungan keluarga, traveling, maupun tempat camping.

Menurut data wawancara yang diperoleh dari pengelola Curug Tilu yaitu Ibu Cucu dan data dari Perum Perhutani bahwa wisatawan yang mengunjungi Curug Tilu mengalami jumlah pengunjung yang sedikit. Jumlah pengunjung yang datang pada hari kerja hanya mencapai 10 hingga 15 orang, bahkan tidak jarang terdapat 2 orang pengunjung saja. Sedangkan untuk hari libur atau akhir minggu jumlah pengunjung paling tinggi hanya mencapai 100 hingga 170 orang. Hal ini terjadi karena sampai saat ini objek wisata Curug Tilu masih dikelola secara pribadi sehingga media promosi yang dimiliki kurang menarik dan belum maksimal penggunaannya dalam menarik wisatawan. Padahal objek wisata Curug Tilu dapat menjadi daya tarik wisatawan untuk berkunjung.

Permasalahan lainnya adalah terdapat beberapa media informasi yang kurang di objek wisata Curug Tilu. Diantaranya berupa petunjuk arah di sekitar objek wisata yang jumlahnya sedikit, penempatan petunjuk arah yang kurang tepat, kurangnya informasi mengenai nama-nama curug yang terdapat di objek wisata Curug Tilu, serta belum adanya media informasi mengenai larangan atau petunjuk pengarah selama berada di objek wisata Curug Tilu. Beberapa wisatawan menyebutkan bahwa di objek wisata Curug Tilu terdapat petunjuk

pengarahan yang kurang jelas. Terdapat pula beberapa petunjuk arah yang apabila diikuti menemui jalan buntu.

Berdasarkan latar belakang, perancangan akan dilakukan menggunakan media promosi yang efektif agar wisatawan tidak hanya tahu, tetapi juga tertarik mengunjungi objek wisata Curug Tilu. Dengan perancangan media promosi ini diharapkan dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan ke objek wisata Curug Tilu serta membantu menaikkan pemasukan tidak hanya kepada pengelola objek wisata Curug Tilu tapi juga kepada penduduk sekitar. Selain itu diharapkan dengan perancangan media promosi ini dapat bermanfaat dan dijadikan sebagai referensi bagi masyarakat umum.

1.2 Permasalahan

1.2.1 Identifikasi Masalah

1. Sumber informasi yang kurang mengenai objek wisata di Curug Tilu.
2. Kunjungan wisatawan yang jumlahnya sedikit.
3. Media promosi yang dimiliki kurang menarik.
4. Akses jalan di objek wisata Curug Tilu yang membingungkan.
5. Media promosi belum maksimal dalam menarik pengunjung.

1.2.2 Rumusan Masalah

Bagaimana merancang media promosi yang efektif terhadap objek wisata Curug Tilu?

1.3 Ruang Lingkup Permasalahan

Dalam penelitian ini, penulis membatasi masalah yang akan diteliti agar dalam pembahasannya tidak terlalu luas. Ruang lingkup tersebut adalah:

1. *What* (Apa)
Sedikitnya jumlah wisatawan yang datang mengunjungi objek wisata Curug Tilu.
2. *When* (Kapan)
Penelitian dimulai dari tanggal 23 Januari 2017 hingga 30 Agustus 2017.
3. *Where* (Dimana)
Curug Tilu di Kabupaten Bandung Barat dan wilayah Bandung.
4. *Why* (Kenapa)

Kurangnya media promosi yang dimiliki oleh objek wisata Curug Tilu sehingga wisatawan yang berkunjung memiliki jumlah yang sedikit.

5. How (Bagaimana)

Merancang media promosi agar meningkatkan jumlah wisatawan di objek wisata Curug Tilu.

1.3.1 Tujuan Perancangan

Tujuan dari perancangan ini adalah merancang media promosi yang efektif agar jumlah wisatawan yang datang mengalami peningkatan. Serta untuk memberikan informasi kepada wisatawan mengenai objek wisata yang ada di Curug Tilu.

1.4 Metode Penelitian

1.4.1 Metode yang Digunakan

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif. Metode tersebut digunakan berdasarkan buku Metodologi Penelitian Kualitatif. Penelitian Kualitatif adalah penelitian yang dilakukan untuk memahami fenomena yang dialami subjek penelitian misalnya perilaku, sudut pandang, tindakan, dll., dengan cara deskripsi berupa kata-kata dan bahasa, pada konteks khusus yang alamiah dengan berbagai metode alamiah (Lexy J. Moleong, 2016:6).

1.4.2 Teknik Pengumpulan Data

Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif diantaranya yaitu studi pustaka, obeservasi, wawancara dan kuesioner:

1. Studi pustaka dilakukan dengan cara menggunakan dokumen sebagai sumber data karena dokumen sebagai sumber data dimanfaatkan untuk menguji, menafsirkan, bahkan untuk meramalkan (Lexy J. Moleong, M.A., 2016:217). Peneliti akan mempelajari sumber data dari buku atau referensi yang mendukung penelitian yaitu buku mengenai Desain Komunikasi Visual, Promosi, Pariwisata maupun buku yang terkait dengan penelitian. Selain itu situs-situs yang terdapat pada internet digunakan sebagai sumber data tambahan untuk memperkuat data dari penelitian yang sedang dilakukan.

2. Observasi

Peneliti akan melakukan observasi di objek wisata Curug Tilu, dengan wisatawan yang mendatangi objek wisata Curug Tilu sebagai objek penelitiannya. Observasi dilakukan dengan cara mengamati apa yang dikerjakan oleh pengunjung, mendengarkan apa yang diucapkan dan berpartisipasi dalam aktivitas mereka. Observasi dilakukan pada hari kerja dan hari libur dengan durasi 7 jam perharinya.

3. Wawancara

Wawancara adalah yang dilakukan oleh pewawancara dan terwawancara dengan dengan maksud tertentu. (Lexy J. Moleong, 2016:186). Wawancara dilakukan kepada narasumber terkait, yaitu Bu Cucu sebagai pengelola objek wisata Curug Tilu dan Pak Bambang Heryanto sebagai Kepala Sub Seksi Agroferestri Ekowisata dan Jasa Lingkungan. Selain mewawancarai pengelola, wawancara juga dilakukan kepada pengunjung untuk memperkuat data.

4. Kuesioner

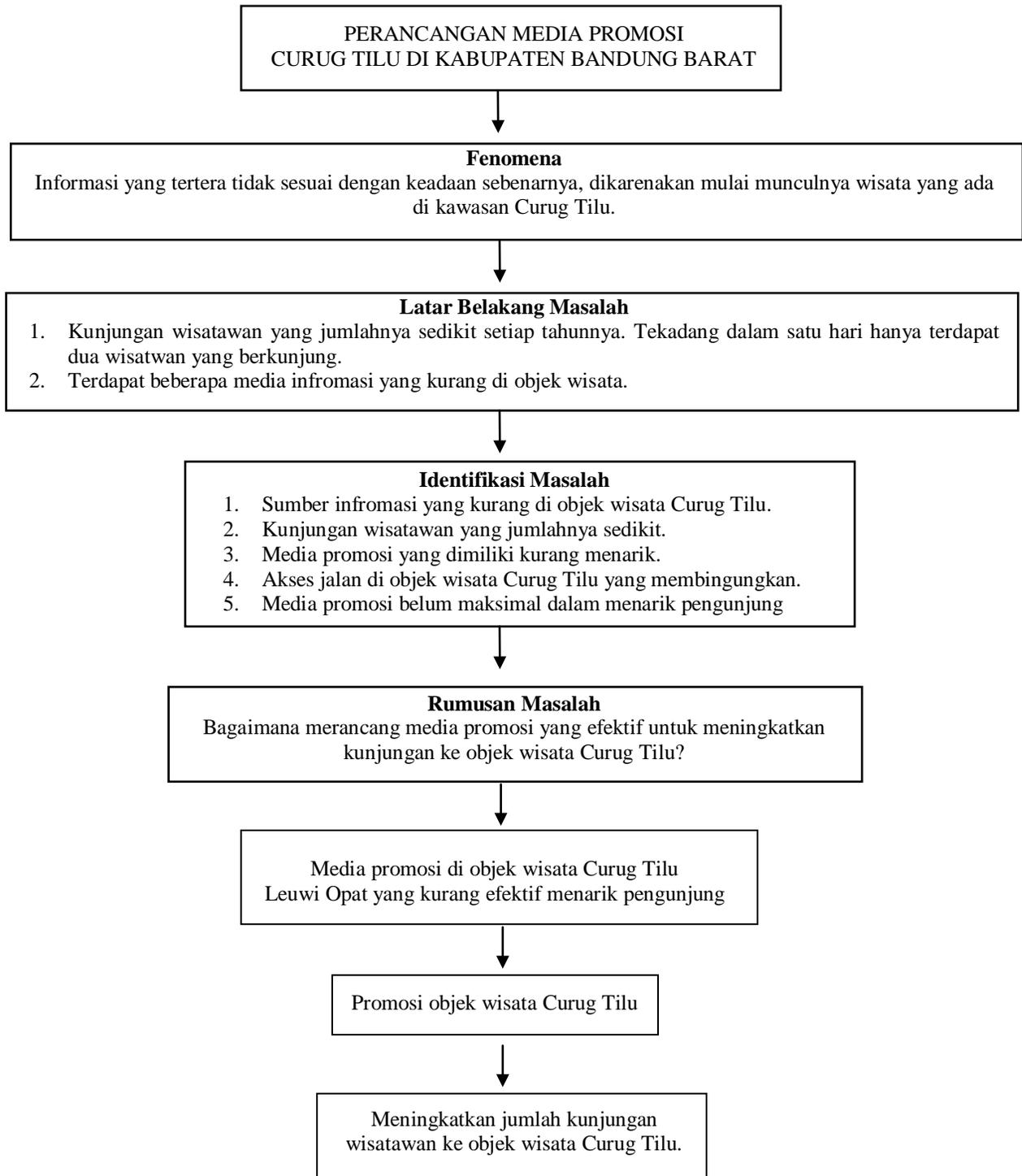
Maksud dari kuesioner adalah untuk memberikan umpan balik kepada pengamat sehingga dapat mengarahkan apa yang akan diamati (Lexy J. Moleong, 2016:182). Kuesioner diberikan kepada wisatawan yang mengunjungi Curug Tilu untuk membantu dalam pembuatan perancangan yang dibutuhkan. Pertanyaan kuesioner yang diberikan adalah seputar pengetahuan tentang objek wisata Curug Tilu dan media promosinya. Kuesioner dilakukan dengan cara menyebarkan kepada wisatawan di objek wisata dengan terget audience 18-25 tahun.

1.5 Analisis Data

Dalam penelitian ini penulis menggunakan analisis SWOT yang digunakan untuk menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang di Curug Tilu. *Strength* atau kekuatan merupakan faktor internal yang mendukung untuk mencapai tujuan, dapat berupa lokasi strategis, maupun fasilitas yang lengkap. *Weakness* atau kelemahan merupakan faktor internal yang menghambat mencapai tujuan, seperti modal kerja dan keahlian pemasaran yang kurang. *Opportunity* atau peluang merupakan faktor eksternal yang mendukung mencapai tujuan, seperti calon-calon pelanggan potensial atau kebijakan baru yang menguntungkan. *Threat* atau ancaman merupakan faktor eksternal yang menghambat mencapai tujuan, berupa

meningkatnya persaingan (Didit Widiatmoko Soewardikden, 2013: 62). Teknik analisis SWOT ini digunakan untuk memperkuat analisis dan mempermudah dalam penarikan kesimpulan.

1.6 Kerangka Perancangan



Gambar 1.1 Kerangka Perancangan
Sumber: Data Pribadi

1.7 Pembabakan

BAB I PENDAHULUAN

Menjelaskan mengenai latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, ruang lingkup permasalahan, tujuan perancangan, metode penelitian, teknik pengumpulan data, analisis data, kerangka perancangan dan pembabakan.

BAB II DASAR PEMIKIRAN

Dasar pemikiran yang terdiri dari teori-teori relevan untuk digunakan sebagai pijakan dalam merancang.

BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH

Uraian data hasil observasi serta analisis yang telah didapatkan. Data observasi didapatkan dengan cara melihat langsung ke tempat penelitian. Sedangkan analisis didapat dari data wawancara, studi pustaka dan kuesioner.

BAB VI KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN

Konsep pesan (ide dasar), konsep kreatif (pendekatan), konsep media (media apa saja yang digunakan, perencanaan media, biaya media, dll.), konsep visual dan perancangan mulai dari sketsa hingga penerapan visual pada media.

BAB V PENUTUP

Kesimpulan dan saran dari penelitian yang dilakukan.