

## **BAB 1 PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Kabupaten Sumedang merupakan salah satu kota yang terdapat di provinsi Jawa Barat. Sumedang memiliki potensi wisata alam yang dapat mendatangkan banyak wisatawan. Sampai dengan tahun 2015 kabupaten Sumedang tercatat memiliki 5 jenis daya tarik wisata yaitu daya tarik wisata budaya, wisata buatan, wisata alam, wisata minat khusus dan wisata hiburan karaoke. Dengan jumlah kunjungan 172.379 orang dari 169.513 wisatawan nusantara dan 2865 wisatawan mancanegara pada tahun 2015.

Perkembangan kegiatan pariwisata di daerah kabupaten Sumedang berpengaruh terhadap aspek sosial dan budaya terhadap masyarakat Sumedang sendiri terutama masyarakat yang berada di daerah kawasan objek wisata. Pengaruh aspek sosial bagi masyarakat adalah adanya pertukaran budaya masyarakat setempat dengan wisatawan yang datang. Sehingga masyarakat dapat mengetahui tentang budaya luar dari para wisatawan domestik maupun internasional. Begitu pun dengan para wisatawan yang dapat memahami adat dan kebudayaan masyarakat sekitar kawasan objek wisata.

Salah satu pengaruh kegiatan pariwisata yang ada di daerah kabupaten Sumedang yaitu terhadap kegiatan ekonomi masyarakat. Seperti halnya masyarakat yang terlibat dalam pengelolaan objek wisata dan meningkatkan kegiatan ekonomi yang pada daerah kawasan objek wisata dan juga dapat berpengaruh terhadap pendapatan daerah.

Kegiatan pariwisata juga mempengaruhi masyarakat kawasan wisata dalam aspek kebudayaan. Hal itu terjadi akibat interaksi yang terjadi di antara wisatawan dan masyarakat sekitar objek wisata. Dengan adanya suatu objek wisata juga berpengaruh terhadap usaha masyarakat dalam melestarikan dan menghidupkan kembali situs yang ada di kawasan objek wisata untuk dijadikan sebagai objek wisata pula. Serta usaha

masyarakat sekitar dalam melestarikan adat tradisional lingkungan tersebut ke dalam bentuk sebuah kawasan wisata yang nantinya menjadi bagian dalam objek wisata.

Namun sayangnya, dalam upaya meningkatkan kunjungan dan kegiatan pariwisata di kabupaten Sumedang, dinas Pariwisata hanya melakukan kegiatan promosi melalui beberapa bagian dari promotion mix seperti advertising yaitu *billboard* dan brosur, dan mengikut *event* kegiatan pariwisata didalam negeri yang diselenggarakan oleh KEMENPAR (Kementerian Pariwisata). Hal tersebut menyebabkan masyarakat diluar daerah kurang mengetahui informasi mengenai objek wisata yang ada di daerah kabupaten Sumedang. Dinas terkait bahkan belum pernah melakukan kegiatan promosi salah satu destinasi secara khusus sehingga membuat masyarakat tidak mengetahui informasi secara jelas mengenai objek wisata terkait dan menyebabkan masyarakat tidak terbantu sama sekali oleh informasi dari kegiatan promosi yang dilakukan oleh pihak dinas.

Ada beberapa destinasi baru yang dapat dikunjungi oleh wisatawan, Salah satunya adalah objek wisata minat khusus Batudua *Aerosport*, yang direncanakan oleh pemerintahan khususnya Dinas pariwisata, pemuda dan Olahraga sebagai central kegiatan pariwisata di daerah kabupaten Sumedang. Berdasarkan data daftar objek wisata yang ada di daerah kabupaten Sumedang pada tahun 2015 destinasi Batudua ini belum terdaftar didalamnya, karena destinasi wisata ini tergolong wisata baru.

Objek wisata minat khusus Batudua ini merupakan sebuah kawasan yang memiliki landasan untuk melakukan kegiatan *aerosport* (olahraga dirgantara) bagi para pecinta /komunitas olahraga dirgantara. Di Kawasan Batudua ini memiliki beberapa keunggulan terutama dalam hal kegiatan *aerosport* yaitu kawasan Batudua memiliki panas uap bumi (*thermal*), turbulensi, dan geografis yang baik untuk melakukan kegiatan *aerosport* jenis paralayang dan gantole untuk kategori *cross country* (lintas alam). Berbeda dengan tempat *take-off* lainnya yang hanya mengandalkan angin, *thermal* yang ada di Batudua ini dapat menerbangkan parasut atau pesawat hingga mencapai ketinggian lebih dari 1000 mdpl dengan jarak lebih dari 45 km dan waktu terbang hingga lebih dari 3 jam. Selain *thermal* di kawasan ini juga

terdapat turbulensi yang bisa membuat parasut dan pesawat terbalik sehingga dibutuhkan keahlian yang tinggi untuk dapat menaklukan kawasan ini. Selain *thermal*, kawasan Batudua memiliki pemandangan yang tak kalah memesona serta akses jalan menuju kawasan ini terbilang bagus tidak seperti kawasan lainnya yang sulit dijangkau ditambah beberapa infrastruktur yang mendukung kegiatan berwisata dikawasan ini. Oleh karena itu kawasan Batudua terbilang sebagai *venue take-off aerosport* kelas internasional.

Maka dari itu perlunya sebuah promosi yang dilakukan sehingga keunggulan-keunggulan dari Batudua ini dapat diketahui oleh banyak masyarakat khususnya target sasaran dalam promosi ini. Sehingga penulis membuat sebuah perancangan promosi untuk Batudua *Aerosport* yang tergolong kedalam destinasi wisata minat khusus baru yang ada di daerah kabupaten Sumedang.

## **1.2. Permasalahan**

### **1.2.1. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan paparan latar belakang permasalahan di atas, dapat disimpulkan adanya beberapa masalah yang dimiliki oleh Objek Wisata Batudua ini yaitu :

1. Dinas Pariwisata, Pemuda, dan Olahraga Sumedang hanya melakukan kegiatan promosi wisata melalui media *billboard*, brosur dan melalui kegiatan promosi kegiatan pariwisata dalam negeri yang di selenggarakan oleh KEMENPAR sehingga masyarakat kurang mengetahui objek wisata yang ada di daerah kabupaten Sumedang.
2. Dinas tidak pernah melakukan kegiatan promosi secara khusus mengenai sebuah objek wisata yang membuat masyarakat tidak mengentahui secara jelas tentang objek wisata yang di promosikan oleh pihak dinas.
3. Objek destinasi wisata Batudua hanya ramai jika ada kegiatan kompetisi olahraga dirgantara saja padahal kawasan ini terbuka untuk umum dan siap digunakan kapan saja.

### 1.2.1. Rumusan Masalah

Merujuk pada identifikasi masalah diatas, maka rumusan masalah yang dibuat adalah :

1. Bagaimana perancangan promosi yang tepat untuk objek wisata Batudua sesuai dengan target audiens?
2. Bagaimana perancangan media dan visual yang tepat untuk promosi objek wisata Batudua sesuai dengan target audiens?

### 1.3 Ruang Lingkup

Dengan menggunakan metode 5W + 1H penulis membatasi laporan penelitian untuk mempermudah penjelasan dan pemahaman uraian yang akan dibahas yaitu tentang destinasi wisata Batudua, sebagai berikut:

#### 1. *What* : Apa yang menjadi masalah?

Permasalahan dalam penelitian ini adalah mengenai objek destinasi wisata minat khusus baru yang ada di Sumedang yaitu objek wisata Batudua *Aerosport*. Batudua *Aerosport* adalah tempat dimana wisatawan dapat melakukan *take-off* olahraga *aerosport* seperti paralayang dan gantole. Objek wisata Batudua *Aerosport* yang diperuntukan kepada komunitas pecinta kegiatan *aerosport* atau kegiatan *adventure* lainnya. Akan tetapi, tidak banyak masyarakat daerah maupun luar Sumedang yang mengetahui mengenai objek wisata Batudua ini.

#### 2. *Why* : Kenapa bisa terjadi ?

Kurangnya kegiatan promosi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata di daerah kabupaten Sumedang yang membuat masyarakat tidak mengetahui secara jelas informasi mengenai objek wisata apa saja yang ada di kabupaten Sumedang.

3. *Who* : Siapa target sasaran dalam penelitian ?

Target sasaran utama dalam penelitian ini adalah komunitas/pecinta olahraga dirgantara. Dan komunitas-komunitas seperti komunitas pecinta alam, komunitas sepeda gunung, komunitas *off-road*, dan komunitas lainnya juga serta masyarakat luas sebagai target sasaran secara general.

4. *Where* : Dimana penelitian dilakukan?

Penelitian dilakukan di kabupaten Sumedang, dan lebih banyak dilakukan di kawasan objek wisata Batudua. Penelitian dilakukan dengan cara melakukan wawancara dengan pengelola setempat, kepala Dinas Pariwisata Sumedang, beberapa pengunjung yang datang dan masyarakat daerah Sumedang lainnya.

5. *When* : Kapan Penelitian dilakukan?

Penelitian dilakukan dimulai pada bulan Oktober hingga bulan Juni.

6. *How* : Bagaimana solusinya?

Solusi yang didapatkan setelah menganalisis data yang didapatkan dari lapangan yaitu membuat rancangan promosi untuk destinasi wisata Batudua *Aerosport* serta perancangan media yang akan digunakan untuk mengkomunikasikannya kepada Target Audiens. Dengan adanya promosi ini bertujuan untuk memberikan informasi serta mengajak/membujuk wisatawan untuk datang berkunjung ke kawasan Batudua ini.

#### **1.4. Tujuan Penelitian**

Tujuan dalam pembuatan karya tulis ini adalah sebagai bentuk jawaban dari rumusan masalah yang ada, yaitu :

- Untuk menginformasikan destinasi wisata Batudua Aseropsort sebagai destinasi wisata minat khusus baru sebagai tempat kegiatan olahraga dirgantara.

- Untuk mengajak masyarakat untuk berkunjung ke tempat wisata guna untuk meningkatkan jumlah pengunjung yang didaerah kawasan Batudua maupun daerah kabupaten Sumedang.

## **1.5. Manfaat Penelitian**

### **1.5.1 Manfaat Untuk Objek Wisata Batudua**

Penulis berharap penelitian ini dapat digunakan sebagai pedoman objek wisata Batudua sebagai pedoman dalam meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai potensi wisata alam yang dimiliki oleh objek wisata Batudua *Aerosport*.

### **1.5.2 Manfaat Untuk Akademis**

1. Diharapkan agar penelitian ini bermanfaat dalam bidang ilmu desain komunikasi visual khususnya dalam bidang promosi destinasi wisata.
2. Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi referensi untuk kegiatan penelitian-penelitian selanjutnya tentunya dalam bidang yang sama.

### **1.5.3 Manfaat Untuk Penulis**

1. Penelitian ini sebagai sarana pengaplikasian ilmu yang telah penulis pelajari dapatkan selama melakukan kegiatan perkuliahan.
2. Penelitian ini juga dapat menambah wawasan serta pengetahuan penulis dalam bidang pariwisata.

## **1.6. Metode Penelitian**

Metode penelitian yang dilakukan adalah metode penelitian kualitatif. Menurut Moleong dalam buku Metodologi Penelitian Kualitatif mengatakan:

“Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dll., secara holistic, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.” (Moleong, 2015:6).

Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang dilakukan pada subjek penelitian dengan meneliti fenomena atau hal-hal yang dialami oleh subjek seperti perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lainnya dengan bentuk kata dan bahasa dan memanfaatkan berbagai metode alamiah.

Pengambilan data dengan metodologi kualitatif ini adalah dengan cara pengamatan/observasi dan wawancara pihak terkait.

### **1.6.1. Cara Pengumpulan Data**

Dalam mencari data tentang destinasi wisata Batudua ini ada beberapa metode yang penulis lakukan yaitu :

#### **a) Observasi**

Observasi adalah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara melakukan pengamatan dan pencatatan secara langsung terhadap objek. Observasi yang dilakukan penulis di daerah kawasan destinasi wisata Batudua yaitu di daerah bukit Batudua desa Linggajaya kecamatan Cisitu kabupaten Sumedang.

#### **b) Wawancara**

Wawancara adalah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan menggunakan proses tanya jawab secara lisan antara dua orang atau lebih secara langsung. Dalam pengumpulan data penulis menjadikan pengelola sekaligus perintis objek wisata Batudua yaitu bapak Dadan Suhendar dan jenis wawancara yang dilakukan adalah wawancara tidak terstruktur dimana urutan pertanyaan dikeluarkan dengan sangat memperhitungkan suasana pembicaraan dan wawancara berjalan dengan santai, meskipun begitu target jawaban yang didapatkan yang sesuai dengan topik penelitian tetap ada.

#### **c) Studi Pustaka / literature**

Studi Pustaka / literature adalah metode pengumpulan data yang bersifat teori dengan sumber-sumber tulisan yang telah dibuat dan terpercaya. Dalam hal ini penulis melakukan beberapa metode studi pustaka yang bersumber dari buku-buku yang

bersangkutan dengan teori *branding* yang mencakup ilmu tentang *branding* tempat dan lainnya, pariwisata, dan promosi.

## **1.6.2 Metode Analisis Data**

### **1. Analisis SWOT**

Metode analisis data yang dilakukan oleh penulis yaitu menggunakan metode analisis SWOT. Metode SWOT yang digunakan dari topik desitinasi wisata Batudua ini adalah metode bentuk dari evaluasi secara menyeluruh dari objek (produk) wisata Batudua dari segi kekuatan (*Strength*), kelemahan (*Weakness*), peluang (*Opportunity*) dan ancaman (*Threat*).

#### **1. Kekuatan (*Strength*)**

Hal-hal yang dimiliki oleh objek wisata Batudua mengenai kelebihan-kelebihan atau keunikan danri objek wisata Batudua yang membedakannya dari objek wisata lain.

#### **2. Kelemahan (*Weakness*)**

Meliputi kekurangan-kekurangan atau kelemahan yang dimiliki objek wisata Batudua. Baik dari segi fasilitas, pelayanan dan lain-lainnya.

#### **3. Peluang (*Opportunity*)**

Hal-hal yang berkaitan dengan peluang untuk objek wisata Batudua ini yang datang dari *insight* target audiens.

#### **4. Ancaman (*Threat*)**

Hal-hal yang dapat mengganggu untuk objek wisata Batudua berkembang.

## **2. AISAS**

AISAS (*Attention, Interest, Search, Action, Share*) adalah model strategi kampanye yang diciptakan oleh Dentsu pada tahun 2004 dan terdaftar di Jepang sebagai merek dagang pada tahun 2005. Dentsu menggunakan model AISAS sebagai

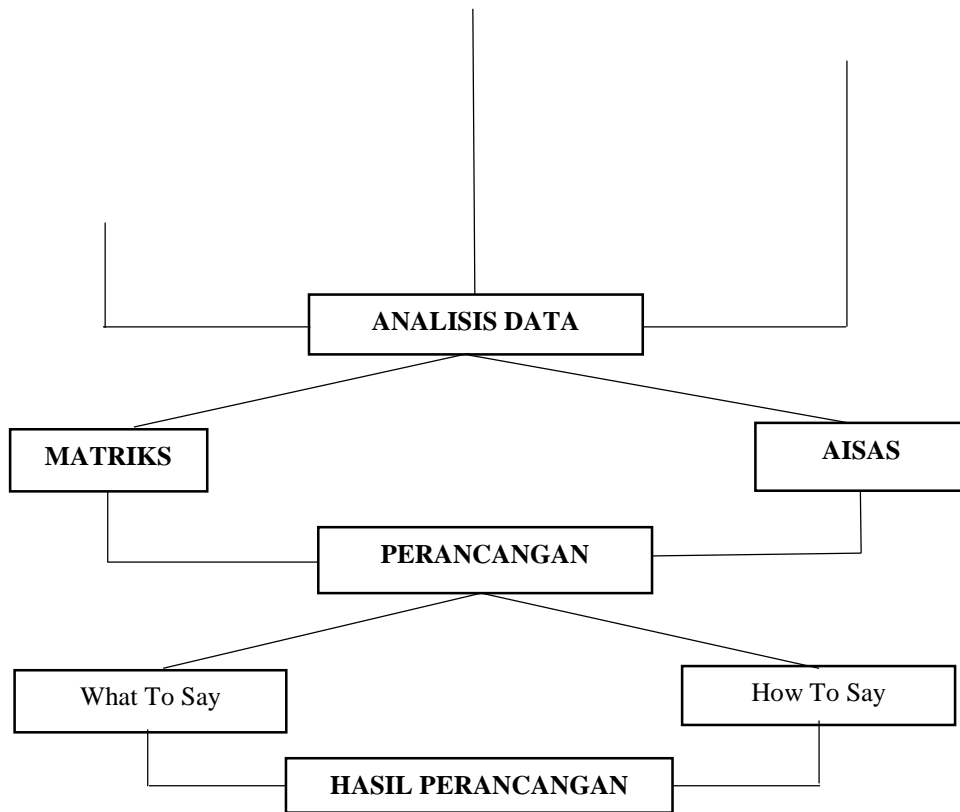


kerangka kerja dasar untuk apa yang akan dipelajari. Proses AISAS bekerja diawali dimana konsumen yang memiliki perhatian (*attention*) terhadap suatu produk, layanan atau iklan dan memiliki minat terhadap barang atau jasa tersebut. Konsumen meulai mencari informasi terkait produk atau jasa tersebut dengan melakukan penelusuran yang dilakukan di internet pada blog terkait produk dan jasa maupun bertanya kepada teman atau keluarga yang pernah menggunakan barang atau jasa tersebut (*Search*).

Konsumen membuat penilaian terhadap informasi yang telah dikumpulkan dan mempertimbangkan pendapat serta komentar orang-orang yang pernah menggunakan barang atau jasa yang bersangkutan. Jika berhasil, maka konsumen akan melakukan keputusan untuk membeli dan menggunakan barang dan jasa tersebut (*Action*). Setelah pembelian, konsumen akan menjadi sumber informasi dengan berbicara kepada orang lain atau mengirim komentar tentang produk atau jasa yang bersangkutan (*Share*).

### 1.7. Kerangka Penelitian





Bagan 1. 1 Kerangka Penelitian

## 1.8. Pembabakan

Penelitian ini terdiri dari 4 Bab, yaitu terdiri dari :

### 1. BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini terdapat latar belakang permasalahan dari suatu topik yang dibahas dari penelitian, kemudian dianalisis hingga mendapatkan identifikasi masalah dan rumusan masalah serta ruang lingkup permasalahan. Kemudian, pada bab ini juga terdapat Tujuan dari penelitian, metode penelitian, cara pengumpulan data, serta kerangka bagaimana penelitian ini dilakukan.

### 2. BAB II LANDASAN TEORI

Bab II berisi tentang teori-teori yang bersumber dari sumber terpercaya seperti buku dan jurnal yang berkaitan dengan permasalahan dan topic yang sedang diteliti. Terori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori *branding*, teori *branding* tempat, teori *destination branding*, dan teori tentang pariwisata.

### **3. BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH**

Bab ini berisi semua data yang telah didapatkan dalam penelitian yang telah dilakukan melalui observasi dan wawancara dilapangan yang berkaitan dengan objek wisata Batudua. Bab ini juga menjelaskan tentang analisis masalah dari data yang telah didapatkan.

### **4. BAB IV KONSEP DAN PERANCANGAN**

Bab ini menjelaskan tentang konsep perancangan branding atau identitas baru untuk objek wisata Batudua yang sesuai dnegan pesan yang ingin disampaikan oleh objek wisata itu sendiri. Dalam bab ini juga dijelaskan mengenai proses perancangan identitas tersebut hingga cara mengkomunikasikannya kepada target audiens.

### **5. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Sebagai bab penutup, Bab ini menjelaskan mengenai kesimpulan dan saran yang terdapat pada laporan.