

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Salah satu sektor andalan pemerintah penggerak perekonomian daerah dengan mengandalkan industri pariwisata. Selain menjadi penyumbang devisa yang besar untuk negara, industri pariwisata mampu menghidupi perekonomian, penyerap sumber daya manusia, pemicu investasi, dan memberikan masalah untuk kemiskinan. Pertumbuhan sektor industri pariwisata juga mendorong penyedia lapangan kerja dan usaha mikro, sehingga kesempatan masyarakat untuk bekerja meningkat. Dalam kasus ini beban pemerintah berkurang dalam pengurus pengangguran dan kemiskinan di kalangan masyarakat.

Akhir-akhir ini dunia *travelling* semakin banyak peminatnya di Indonesia. Di tengah kesibukan seseorang yang selama ini selalu bekerja di kantor, ditunjang dengan tuntutan karir yang semakin tinggi, dan semakin berharganya waktu senggang yang dimiliki, membuat sejenak untuk beristirahat dari rutinitas dan mulai mencari tempat untuk berlibur bahkan untuk menenangkan pikiran. *Travelling* juga telah menjadi sebuah usaha aktualisasi diri seseorang di tengah interaksinya dengan lingkungan sosialnya, khususnya bagi remaja. Didukung dengan tumbuh suburnya akun media sosial seputar *travelling* memacu hasrat untuk mengunjungi suatu tempat lalu mem-*publish* aktivitas *travelling*nya yang dilakukan. Bahkan stasiun televisi pun tidak ketinggalan dalam beberapa program acaranya mengenai *travelling*. Selain itu *travelling* juga banyak didedikasikan oleh anak muda sebagai *travel blogger*, yang membuat fenomena *travelling* ini semakin menjamur melalui tulisan dan foto yang dilampirkan melalui media *website blog*. Melalui media sosial ini individu dapat mengkomunikasikan dirinya dan membuat citra yang baik tentang individu tersebut sebagai seorang *traveller*.

Industri pariwisata tidak hanya membenahi pembangunan infrastruktur dan fasilitas pariwisata, tetapi bagaimana pemerintah, masyarakat setempat, dan warga yang turut campur tangan di suatu destinasi tersebut memiliki keharusan untuk membuat citra dan mempromosikan destinasi wisata tersebut, serta industri kreatif yang tak lepas dari dunia *travelling* seperti produk yang di akan dipromosikan dengan nuansa *travelling*. Promosi merupakan bagian dari pemasaran, yang bertujuan menyampaikan suatu destinasi wisata untuk dikenal oleh masyarakat luas. Promosi berperan penting dalam suatu destinasi untuk menumbuhkan sedikit wawasan kepada wisatawan yang belum mengetahui destinasi tersebut. Jika belajar lebih jauh mengenai komunikasi, akan terikat dengan media promosi, dimana suatu destinasi dikonsept untuk meningkatkan kualitas brand melalui promosinya.

Berbicara mengenai potensi, Gunung Galunggung merupakan destinasi yang menyimpan banyak potensi alam didalamnya. Gunung Galunggung adalah gunung dengan tinggi 2.167 meter di atas permukaan laut yang masih berstatus aktif. Gunung Galunggung memiliki jarak 17km dari kota Tasikmalaya sehingga mudah untuk di akses. Untuk mencapai area Galunggung dapat melalui tiga akses jalan yang sering digunakan, dari arah Indihiang sampai ke Sukaratu, kemudian dari perempatan pesantren Cipasung belok ke arah kanan, dan yang terakhir yang sering digunakan yaitu dari arah Cisayong. Galunggung menyajikan panorama yang indah, tetapi tetap saja, Gunung Galunggung tidak menjadi tren dikalangan masyarakat yang seharusnya bisa menjadi tren dikalangan masyarakat yang dicap sebagai *traveller*.

Area wisata Gunung Galunggung yang menjadi andalan adalah kawah hijau yang terdapat di puncak Gunung Galunggung. Selain airnya yang berwarna hijau terdapat juga habitat laut seperti ikan warna-warni, lalu terdapat pulau kecil di tengah-tengah kawah yang tertancap bendera merah putih di atasnya. Kemudian para pengunjung dapat berkemah di area kawah jika ingin menikmati lebih lama suasana Gunung Galunggung. Mengenai area wisata yang terdapat pada Gunung Galunggung, terdapat beberapa tempat yang dapat dijadikan daya tarik pengunjung yang belum banyak terekspos oleh media seperti air terjun dan hutan di area Gunung Galunggung. Hal ini dikarenakan akses jalan serta informasi yang diterima oleh masyarakat luas belum terlalu banyak, serta media pendukung seperti foto yang belum banyak menampilkan keindahan alamnya, sehingga belum dapat menarik hati pengunjung.

Gunung Galunggung sendiri sebenarnya sudah terdaftar di Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Tasikmalaya namun yang cukup disayangkan adalah dari segi pengelolaan yang masih sebagian diambil alih oleh warga setempat. Baliho, poster dan papan petunjuk arah yang masih dibuat seadanya oleh masyarakat setempat. Dalam perawatan fasilitas yang dilakukan pun masih kurang sehingga beberapa area wisata disekitar Gunung Galunggung terlihat kotor dan terbengkalai. Perihal ini diperkuat dengan adanya beberapa keluhan serta turunnya angka pengunjung yang di paparkan oleh petugas Dinas Pariwisata Kabupaten Tasikmalaya, Juanda saat diwawancarai oleh peneliti. Menurut pengelola Gunung Galunggung masalah lain yang dihadapi oleh mereka adalah dari segi promosi masih sangat kurang, promosi yang dilakukan masih secara swadaya masyarakat belum dapat bantuan dari pemerintah, dapat dikatakan hal tersebut yang menyebabkan Gunung Galunggung ini masih belum terlalu dikenal oleh masyarakat luas. Menurut Jauhar Al-Khoir sebagai fotografer profesional yang fokus dalam bidang fotografi *landscape* mengatakan bahwa dengan buku fotografi sebuah obyek wisata dapat dipromosikan karena fotografi lebih jelas dalam

menyampaikan atraksi apa saja yang ada dalam obyek wisata tersebut sehingga masyarakat lebih mudah memahaminya dibanding hanya menggunakan paragraf saja.

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis tertarik untuk mengangkat perancangan media promosi wisata Gunung Galunggung, dimana perancangan ini bisa menjadi media untuk menunjukkan potensi yang dimiliki Gunung Galunggung kepada wisatawan agar tertarik untuk berkunjung ke destinasi tersebut, sehingga destinasi tersebut tidak lagi menjadi salah satu daerah wisata di Jawa Barat yang tertinggal dibidang pariwisatanya dari daerah-daerah lain dalam segi promosi. Penulis mengambil masalah ini dikarenakan latar belakang penulis yang hobi melakukan kegiatan *travelling*, karena seorang *traveller* sangat menganggap penting informasi dan sosialisasi tentang tempat-tempat yang memiliki potensi wisata.

1.2 Permasalahan

1.2.1 Identifikasi Masalah

Dari latar belakang di atas dapat ditemukan masalah sebagai berikut :

1. Dengan potensi yang dimiliki wisata alam yang ada di Gunung Galunggung Kabupaten Tasikmalaya sebagai peningkat pengunjung wisatawan, membutuhkan media promosi yang kuat.
2. Potensi wisata Gunung Galunggung yang belum dikembangkan secara optimal.
3. Perlunya identitas visual dan media promosi untuk mengembangkan sektor wisata Gunung Galunggung.

1.2.2 Rumusan Masalah

Dari identifikasi masalah yang sudah ditemukan, maka rumusan masalahnya sebagai berikut :

1. Bagaimana merancang media promosi potensi wisata Gunung Galunggung Kabupaten Tasikmalaya?

1.3 Ruang Lingkup

Untuk membuat fokus permasalahan dalam tugas akhir ini tetap pada intinya, maka dibuat ruang lingkup sebagai berikut :

1. Apa (*What*)

Gunung Galunggung memiliki potensi wisata untuk menarik wisatawan berkunjung.

2. Mengapa (*Why*)

Karena wisata Gunung Galunggung Kabupaten Tasikmalaya yang kurang mendapatkan dukungan promosi dari instansi terkait, sehingga dibutuhkan media yang mampu meningkatkan promosi secara luas.

3. Siapa (*Who*)

Umumnya wisatawan remaja dan dewasa awal umur 17-35 tahun dari luar Kabupaten Tasikmalaya.

4. Dimana (*Where*)

Fokus penelitian dilakukan di daerah Gunung Galunggung Kabupaten Tasikmalaya.

5. Kapan (*When*)

Observasi untuk mengumpulkan data dilakukan dari awal tahun 2017 dan terus berlanjut selama mata kuliah tugas akhir ini.

6. Bagaimana (*How*)

Mempromosikan dan mensosialisasikan mengenai potensi wisata alam yang ada di Gunung Galunggung dengan merancang media promosi Gunung Galunggung.

1.4 Tujuan Perancangan

a. Untuk mensosialisasikan potensi wisata alam yang dimiliki oleh Gunung Galunggung Kabupaten Tasikmalaya untuk meningkatkan ekonomi masyarakat sekitar sebagai pengelola serta kerjasama dalam pengembangan wisata yang harus dilakukan pemerintah untuk penggerak perekonomian daerah.

1.5 Cara Pengumpulan Data dan Analisis

1.5.1 Cara Pengumpulan Data

Dalam mengumpulkan data yang mendukung perancangan tugas akhir ini penulis menggunakan metode kualitatif. Menurut Sugiyono (2013 : 2) metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu, yang dapat diartikan bahwa penelitian atau data dikumpulkan secara ilmiah disesuaikan dengan tujuan dan kegunaannya. Berikut akan dijabarkan teknik pengumpulan data apa saja yang digunakan dalam penyusunan tugas akhir ini.

1. Observasi

Observasi langsung dilakukan ke destinasi tersebut yaitu Gunung Galunggung Kabupaten Tasikmalaya. Selain itu observasi dilakukan pula kepada *target audience*. Observasi ini akan terus dilanjutkan selama tugas akhir ini berjalan.

2. Wawancara

Melakukan wawancara dengan *traveller* domestik Kadarizka B Setiadi sebagai narasumber sekaligus mentor dalam penelitian potensi wisata Gunung Galunggung Kabupaten Tasikmalaya. Selain itu juga melakukan wawancara kepada SUKAPURA PROJECT selaku organisasi yang mengembangkan potensi budaya dan wisata di Tasikmalaya.

3. Kuesioner

Menyebarkan kuesioner dengan target 100 responden yang ditargetkan untuk usia 17 tahun sampai 35 tahun untuk mendapatkan data yang dibutuhkan dalam tugas akhir ini.

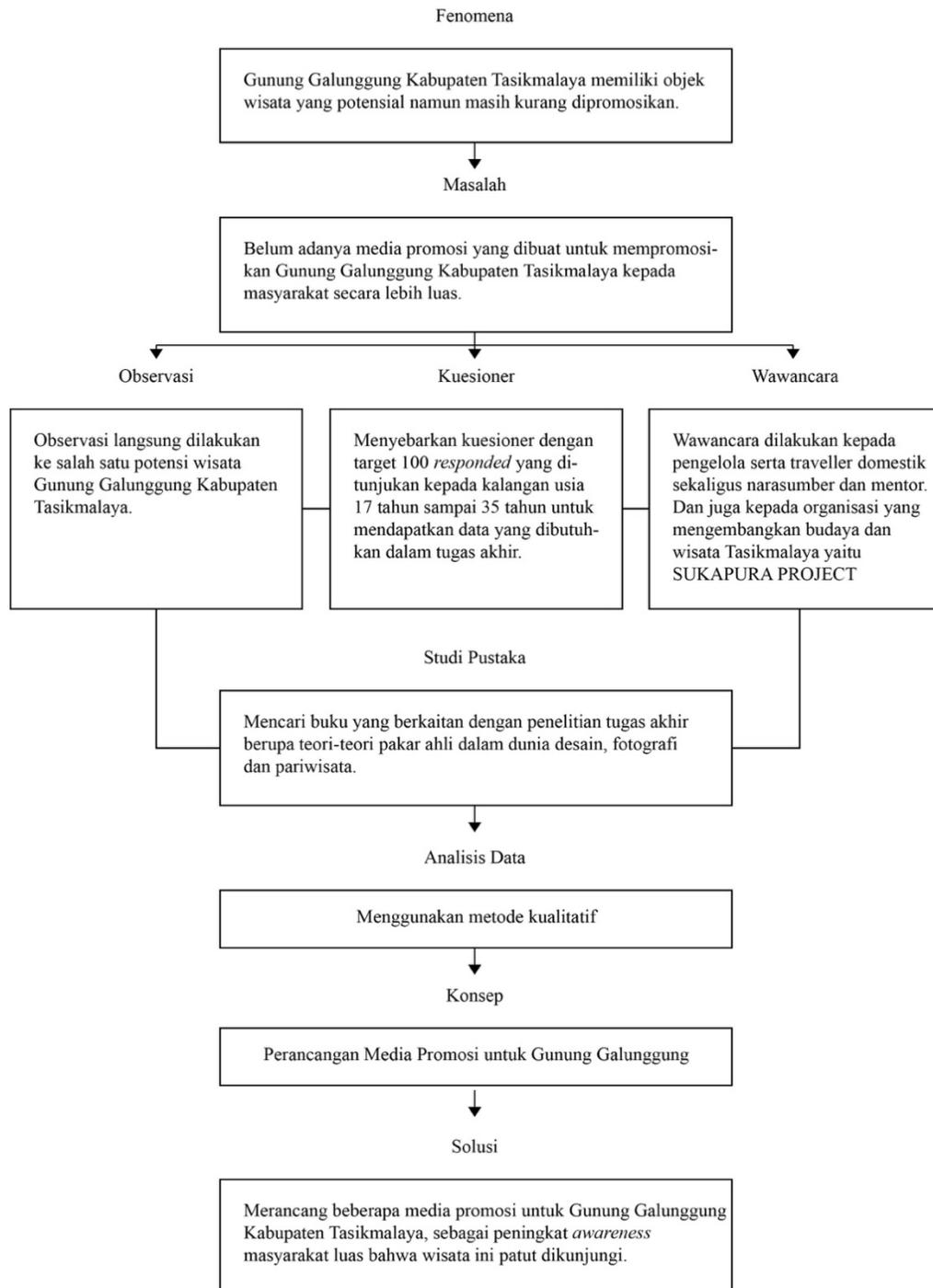
4. Studi Pustaka

Mencari buku yang berkaitan dengan topik tugas akhir berupa teori-teori pendukung dari berbagai ahli di dunia branding, desain, pariwisata, fotografi, videografi dan *travelling*.

1.5.2 Cara Analisis

Penulis melakukan analisis terhadap obyek wisata Gunung Galunggung Kabupaten Tasikmalaya, dalam proses tersebut, penulis menggunakan analisis SWOT. Menurut Soewardikun (2013:52), Analisis SWOT memperhitungkan faktor internal yang terdiri dari *Strength* dan *Weakness* serta faktor luar yang terdiri dari *Opportunity* dan *Threat*. Dalam hal ini dilakukan analisis pada kekuatan dan kelemahan dari obyek wisata tersebut, lalu menemukan kesempatan dan ancaman apa saja yang dihadapi oleh obyek wisata Gunung Galunggung Kabupaten Tasikmalaya..

1.6 Kerangka Penelitian



Bagan 1. 1 Kerangka Penelitian

Sumber : Dokumen Pribadi

1.7 Pembabakan

Dalam penulisan tugas akhir ini, penulis membagi tiap pembahasan menjadi lima bab, diantaranya :

1. BAB I Pendahuluan

Bab pendahuluan berisi tentang penjelasan mengenai latar belakang, permasalahan, identifikasi masalah, tujuan dan manfaat dari perancangan, metode pengumpulan data apa saja yang digunakan, kerangka penelitian, dan pembabakan dari keseluruhan penulisan tugas akhir ini.

2. BAB II Dasar Pemikiran

Menjelaskan teori yang digunakan dalam penulisan dan perancangan tugas akhir ini, seperti teori yang berhubungan dengan branding, desain, *travelling*, fotografi, videografi.

3. BAB III Data dan Analisis Masalah

Berisi tentang penjelasan dan analisis data-data yang dikumpulkan untuk mendukung penyusunan tugas akhir ini seperti data wawancara, data kuesioner, studi pustaka, dan data observasi. Serta pengolahan data-data yang sudah didapat menjadi sebuah analisis.

4. BAB IV Konsep Perancangan dan Hasil Perancangan

Menjabarkan mengenai konsep rancangan yang sudah digagas hingga tahap akhir atau hasil akhir dari perancangan tugas akhir ini.

5. BAB V Penutup

Sebagai penutup dari keseluruhan penyusunan tugas akhir, bab ini menjelaskan tentang kesimpulan dan saran dari seluruh penulisan dan perancangan tugas akhir yang sudah disusun.