

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia mempunyai bermacam pesona keindahan alamnya. Hampir semua provinsi di Indonesia memiliki tempat wisata alam potensi yang bisa memikat kedatangan para wisatawan domestik dan mancanegara. Di Provinsi Jawa Barat sendiri wisata alam Curug sudah dikenal, seperti Curug Pelangi di Cimahi dan Curug Leuwiliang di Bogor. Sebagai ibukota Jawa Barat, di Bandung banyak menyimpan potensi wisata alam. Tidak hanya dikawasan Bandung, beberapa kota dan daerah di sekitarnya juga memiliki potensi alam yang tak kalah menarik. Salah satunya seperti Subang, kabupaten yang terletak tidak jauh dari kawasan Bandung. Di tempat ini banyak tersebar destinasi wisata alam yang menarik, mulai dari perkebunan teh yang terhampar luas, hingga wisata pemandian air panas (Sari Ater) yang sudah terkenal di Jawa Barat.

Obyek wisata di Subang tidak hanya mempunyai pemandian air panas, kawah putih, dan kebun teh saja. Tetapi Kabupaten Subang juga mempunyai obyek wisata Curug atau dikenalnya Air Terjun. Kabupaten Subang memiliki keunikan tersendiri dengan banyaknya beragam Curug yang disetiap kawasan desa masing-masing. Salah satu wisata air terjun unik yang bisa dijumpai di Kabupaten Subang adalah wisata alam Capolaga. Wisata alam Capolaga tepatnya berada di Desa Cicadas yaitu Kampung Panaruban, Kecamatan Sagalaherang, Jawa Barat. Berdasarkan hasil observasi wawancara menunjukkan bahwa hanya sebagian saja wisatawan domestik yang sudah mengenalnya. Sedangkan masyarakat luas khususnya yang berasal dari luar Kabupaten Subang masih banyak yang belum mengetahui wisata alam Capolaga ini.

Potensi yang dimiliki oleh kawasan Wisata Alam Capolaga adalah keindahan dari sungai Cimuja dan sungai Cikoneng yang memiliki air terjun atau curug yang berbeda. Air terjun itu adalah Curug Sawyer, Curug Karembong, dan Curug Goa Badak. Ketiga air terjun inilah yang bisa menjadi daya tarik kawasan perkemahan wisata alam Capolaga. Wisatawan juga bisa mencoba wahana seperti

flying fox dan dilengkapi fasilitas seperti penginapan, kolam renang, musholla dan warung-warung kecil. Lokasi wisata ini kerap dipakai acara *gathering* atau *outbond*. Dari beberapa Curug yang terletak di wisata alam tersebut mempunyai budaya cerita rakyat yang menarik. Adanya budaya cerita rakyat tersebut menjadi ciri khas pariwisata Capolaga untuk membedakan wisata alam yang ada maupun curug-curug disetiap daerah, tetapi Capolaga kurang menginformasikan hal tersebut.

Menurut data kunjungan wisatawan ke Kabupaten Subang pada tahun 2016 Dinas Pariwisata dan Budaya di Provinsi Jawa Barat menunjukkan jumlah kunjungan wisatawan di Kabupaten Subang sekitar 4.226.272 diposisi kelima dari Kabupaten Bandung 6.450.468, Kota Bogor 5.306.257, Kabupaten Bogor 5.183.992, dan Kabupaten Karawang 4.575.060. Lalu data kunjungan dalam satuan kawasan Ciater di Kabupaten Subang wisata Sari Ater berada diposisi ter atas dengan jumlah kunjungan 1.851.913, sedangkan Capolaga di ingkat kelima yaitu 28.713. Ada kejanggalan karena faktanya Capolaga bisa memiliki kunjungan yang setara bahkan lebih dari Sari Ater. Padahal dari berbagai objek dan fasilitas Capolaga sudah bisa dibilang lengkap.



Gambar 1.1 Brosur Capolaga

Sumber: Dokumentasi Penulis

Wisata alam Capolaga sudah membuat promosi melalui media cetak yaitu brosur saja. Itu pun hanya disebarakan saat mengunjungi wisata tersebut, tidak ada promosi khusus seperti menyebarkan diluar wilayah wisata alam Capolaga. Didalam brosur tersebut hanya berisikan keseluruhan objek dan peta lokasi saja, tidak menginfokan tentang curug yang tidak hanya dinikmati oleh pandangan semata tetapi bisa dirasakan pada wisata alam Capolaga untuk membedakan suatu produk agar bisa menarik konsumen dengan adanya rasa penasaran.

Berdasarkan latar belakang permasalahan, penulis tertarik untuk mengangkat perancangan promosi wisata alam Capolaga, dimana media promosi yang akan dirancang ini akan mengajak wisatawan agar tertarik untuk berkunjung ke wisata alam Capolaga di Subang. Sehingga Capolaga bisa menjadi pusat perhatian para wisatawan luas dan bisa meningkatkan kunjungan wisatawan di Kabupaten Subang.

1.2 Identifikasi Masalah

Diidentifikasi permasalahan yang berkaitan dengan wisata alam Capolaga, antara lain:

1. Masyarakat luas mengetahui di Kabupaten Subang hanya memiliki pemandian air panas, kawah putih, dan kebun teh saja.
2. Kunjungan objek wisata di Kabupaten Subang mengalami peningkatan seperti objek wisata Sari Ater selalu menjadi kunjungan paling banyak, tapi untuk wisata alam Capolaga masih tidak stabil.
3. Brosur yang hanya menginformasikan lokasi dan objek wisatanya saja tidak menginfokan curug yang tidak hanya dinikmati oleh pandangan semata tetapi bisa dirasakan oleh wisatawan yang mengunjunginya.
4. Kurangnya memperluas promosi untuk destinasi wisata alam Capolaga yang memiliki banyak potensi namun belum diketahui oleh masyarakat luas.

1.3 Rumusan Masalah

Merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana merancang promosi wisata alam Capolaga agar dapat meningkatkan kunjungan wisatawan?
2. Bagaimana perancangan strategi media dan visual yang tepat untuk destinasi wisata alam Capolaga agar masyarakat luas bisa mengenalinya?

1.4 Ruang Lingkup

Ruang lingkup yang akan dibahas dalam penulisan tugas akhir ini menggunakan metode 5W+1H antara lain:

(What)

Statistik kunjungan wisata alam Capolaga masih rendah dibandingkan dengan wisata alam yang lain dan potensi yang dimiliki maupun adanya budaya cerita rakyat masih belum diketahui oleh wisatawan yang sedang berkunjung di Kabupaten Subang.

(Who)

Masyarakat luas sebagai wisatawan yang berusia 22-30 tahun, karena dominan keluarga muda berusia tersebut cenderung menyukai untuk berwisata alam.

(Where)

Kota Tangerang Selatan, Provinsi Banten, karena ingin memperluas informasi wisatawan luar domestik pada saat berlibur ke Kabupaten Subang.

(When)

Proyek tugas akhir berlangsung pada bulan Agustus 2017 dan berlangsung sampai sekarang.

(Why)

Karena potensi wisata alam yang ada di Kabupaten Subang tidak hanya memiliki pemandian air panas, kawah putih, dan kebun teh saja, tetapi memiliki potensi wisata alam fasilitas yang aman agar dapat dikenal oleh wisatawan domestik maupun luar domestik.

(How)

Berdasarkan Latar Belakang permasalahan, penulis mendapatkan solusi untuk memecahkan masalah yang terjadi yaitu memperluas perancangan promosi wisata alam dengan cara membuat sebuah media event.

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan perancangan tugas akhir ini adalah:

1. Menyusun perancangan promosi yang tepat untuk destinasi wisata alam Capolaga

2. Membuat perancangan visual media promosi yang tepat untuk potensi destinasi pariwisata Capolaga

1.6 Manfaat Penelitian

Selain bertujuan sebagai media promosi destinasi wisata alam Capolaga yang baik dan informatif, perancangan ini juga diharapkan dapat bermanfaat bagi penulis, institusi dan masyarakat luas.

1.6.1 Bagi Masyarakat

Perancangan media promosi ini diharapkan dapat menjadi tambahan informasi dan wawasan masyarakat tentang potensi dan keindahan destinasi pariwisata yang dimiliki wisata alam Capolaga dan mampu mengajak wisatawan untuk berkunjung ke objek-objek pariwisata lainnya yang ada di Subang.

1.6.2 Bagi Institusi

Perancangan ini dapat menjadi bahan pembelajaran dalam penyusunan rancangan media promosi destinasi pariwisata yang juga dapat menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya.

1.6.3 Bagi Penulis

Sebagai tambahan wawasan tentang potensi destinasi pariwisata yang dimiliki Subang. Juga sebagai penerapan ilmu desain komunikasi visual dalam memberikan solusi terhadap bidang media promosi pariwisata.

1.7 Metode Penelitian

Metode kualitatif adalah metode yang digunakan dalam penulisan karya ini. Metode penelitian kualitatif sendiri memiliki pengertian sebagai metode yang dipakai sebagai alat meneliti kondisi objek yang natural untuk memahami fenomena-fenomena sosial yang terjadi dan dimana seorang peneliti merupakan elemen kunci dalam menganalisis data (Sugiyono, 2005). Dalam sebuah penelitian kualitatif tidak bergantung pada jumlah maupun banyaknya hasil, namun menitik beratkan pada nilai mutu dan kualitas data yang diperoleh.

- a. Observasi

Observasi dilakukan dengan pengamatan langsung terhadap subjek yang diteliti yaitu destinasi pariwisata, dengan mengamati fenomena dan fakta yang ada di lokasi. Hal ini bertujuan untuk memperoleh data dengan melakukan pengamatan secara akurat serta membuat catatan mengenai data apa saja yang didapatkan di lapangan.

b. Wawancara

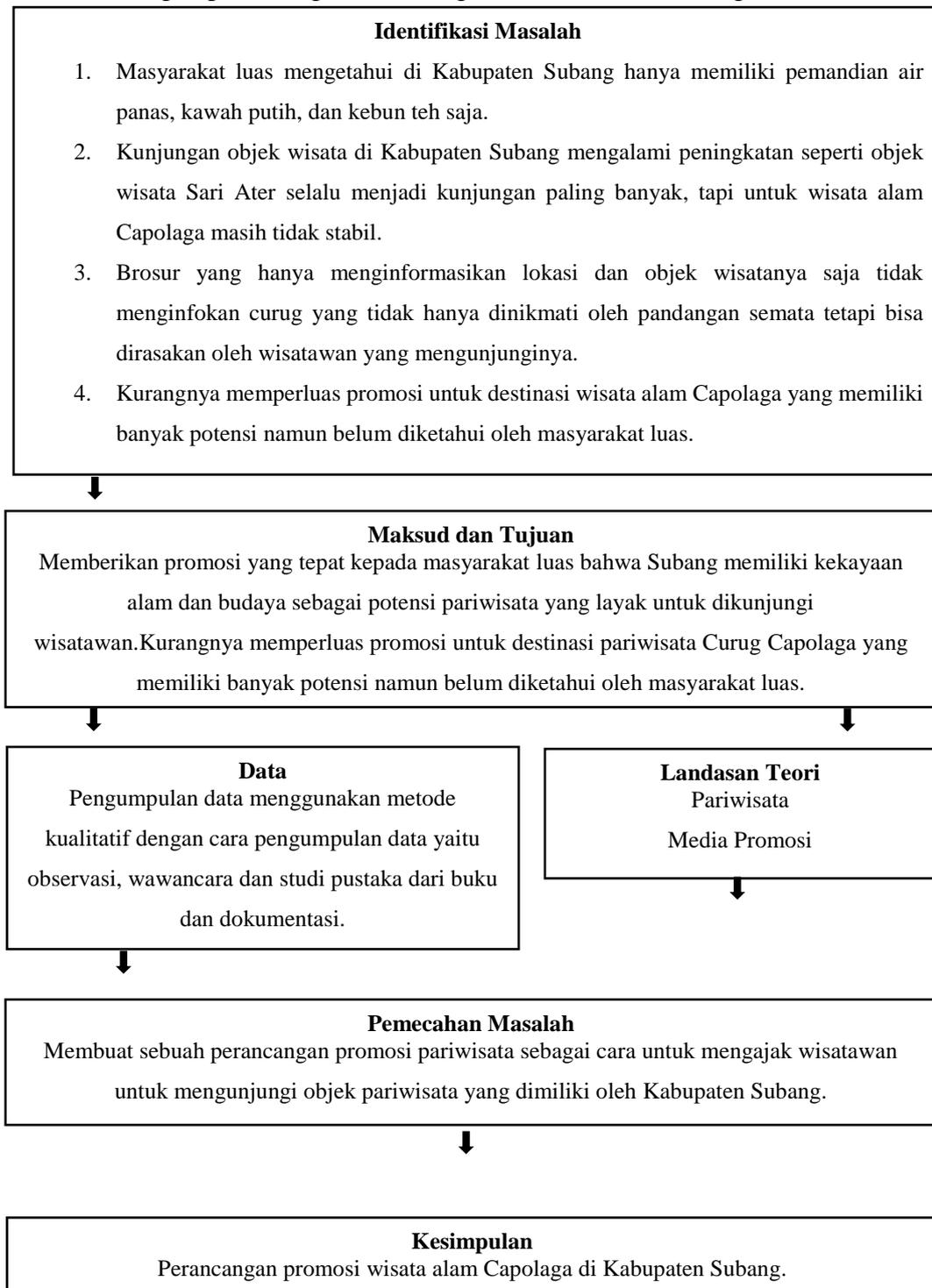
Pencarian data dan informasi dengan wawancara langsung dengan narasumber dari pengelola wisata alam Capolaga yang merupakan salah satu objek wisata andalan Subang. Wawancara juga dilakukan kepada narasumber yang menjadi *target audience*, yaitu wisatawan domestik usia 22-30 tahun.

c. Studi Pustaka

Yaitu penelitian yang dilakukan dengan cara mengumpulkan data yang berhubungan dengan topik yang akan diteliti, berdasarkan judul yang dibuat oleh penulis. Langkah yang dilakukan penulis yaitu dengan cara membaca buku-buku, makalah, jurnal, berita elektronik, maupun penelitian terdahulu sebagai referensi pengumpulan data.

1.8 Kerangka Penelitian

Kerangka perancangan dalam tugas akhir ini adalah sebagai berikut:



Tabel 1.1 Kerangka Perancangan

Sumber: Olahan Penulis, 2017

1.9 Sistematika Penulisan

1. BAB I Pendahuluan

Berisikan latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, ruang lingkup, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian, kerangka penelitian dan sistematika penulisan.

2. BAB II Dasar Pemikiran,

Menjelaskan teori-teori dan dasar pemikiran tentang landasan teori promosi, mulai dari produk dan *brand*, definisi pariwisata, definisi *event*, AISAS, media. Bab ini juga menjelaskan tentang elemen-elemen desain komunikasi visual lainnya seperti warna, tataletak, ilustrasi, tipografi, dan *copywriting*.

3. BAB III Data dan Analisis Masalah

- Data

Menjelaskan berbagai data yang berkaitan dengan perancangan promosi destinasi wisata alam Capolaga di Kabupaten Subang. Meliputi data kualitatif yaitu observasi dan wawancara kepada pihak-pihak yang berkaitan. Selain itu terdapat pula data sekunder yang didapat melalui studi pustaka mengenai teori-teori yang berkaitan dengan perancangan promosi destinasi wisata alam Capolaga di Kabupaten Subang.

- Analisis

Berisi pengolahan berbagai data yang berkaitan dengan perancangan promosi wisata alam Capolaga di Kabupaten Subang. Metode analisis yang digunakan sesuai dengan tujuan perancangan, untuk menghasilkan strategi perancangan promosi wisata alam Capolaga di Kabupaten Subang.

4. BAB IV Konsep dan Hasil Penelitian

Pada bab ini hasil analisis data yang telah diperoleh dan penjelasan rancangan yang akan dibuat berisikan konsep komunikasi, konsep kreatif, konsep visual, konsep event yang sesuai dan akan digunakan pada media promosi destinasi wisata alam

Capolaga di Kabupaten Subang.. Bab ini juga berisikan rancangan mulai dari bentuk dasar hingga hasil penerapannya pada media.

5. BAB V Penutup

Bagian ini merupakan bab penutup dari penelitian yang dilakukan. Berisikan kesimpulan dan saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi penulis dan pembaca.