

ABSTRAK

Saung sebagai kekuatan dalam pariwisata memberikan sebuah atraksi tersendiri bagi pariwisata di Jawa Barat dimana seluruh wisata alam dan kebudayaan yang ada di Jawa Barat menyuguhkan saung sebagai komoditas dalam objek wisata. Saung memiliki kesan kebudayaan bagi pariwisata dan wisatawan yang berkunjung dikarenakan saung merupakan salah satu ciri kebudayaan yang ada di Jawa Barat. Pariwisata di Jawa Barat saat ini sedang dalam tahap pengembangan dimana banyak objek wisata yang ada di Jawa Barat dalam popularitas yang baik karena menjadi prioritas pemerintah untuk menumbuhkan perekonomian daerah. Dalam perjalanannya banyak objek pariwisata yang berkembang baik, namun dalam perjalanannya, banyak pula objek wisata yang terlantar dan kurang dalam masalah pemeliharaan dan perawatan objek wisata yang terkait. Seperti salah satu objek wisata yang ada di Situ Patenggang yang merupakan objek wisata yang saat ini dalam tahap pembaharuan oleh salah satu pengembang dari pihak swasta, meninggalkan salah satu objek wisata utamanya yaitu pesisir Situ Patenggang. Objek wisata yang terbilang tua ini kurang dalam perawatannya. Saung yang berada di Situ Patenggang terkesan terbengkalai dan terlihat kumuh menyebabkan permasalahan psikologi pengguna yang berdampak munculnya persepsi negatif pada pengguna. Pada kesempatan kali ini peneliti menggunakan psikologi pengguna yang berlandaskan dengan persepsi dari pengguna. Peneliti ingin memberikan rekomendasi berupa saung dengan kekuatan persepsi positif sehingga pengguna tertarik untuk datang kembali ke situ patenggang dan menggunakan saung sebagai komoditas pariwisata yang ada di Situ Patenggang.

Kata Kunci : Pariwisata, Jawa Barat, Saung, Psikologi Pengguna, Persepsi