

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pariwisata merupakan salah satu aset penting yang dimiliki oleh Indonesia, keindahan alam di setiap daerah, keberagaman suku, adat dan budaya membuat setiap daerah memiliki keunikan masing-masing. Pada saat ini Kota Bandung dengan beragam destinasi wisata menarik yang ada di dalamnya menjadi salah satu daya tarik yang kuat sebagai destinasi pilihan bagi wisatawan luar kota maupun masyarakat lokal. Hal ini tentu sangat menguntungkan karena dapat meningkatkan perekonomian bagi masyarakat sekitar dan tentunya bagi Kota Bandung itu sendiri.

Berbagai jenis destinasi wisata dapat dijumpai di Kota Bandung, salah satu wisata edukasi yang cukup menarik dan wajib dikunjungi adalah Komunitas Hong. Bandung sendiri merupakan kota metropolitan terbesar di Provinsi Jawa Barat, sekaligus menjadi ibu kota provinsi tersebut. Kota ini terletak 140 km sebelah tenggara Jakarta, dan merupakan kota terbesar di wilayah Pulau Jawa bagian selatan. Sedangkan wilayah Bandung Raya (Wilayah Metropolitan Bandung) merupakan metropolitan terbesar kedua di Indonesia setelah Jabodetabek. Secara geografis kota ini terletak di tengah-tengah provinsi Jawa Barat, serta berada pada ketinggian ± 768 m di atas permukaan laut, dengan titik tertinggi berada di sebelah utara dengan ketinggian 1.050 meter di atas permukaan laut dan sebelah selatan merupakan kawasan rendah dengan ketinggian 675 meter di atas permukaan laut. Menjadi Kota yang sering dikunjungi wisatawan dikarenakan banyaknya pilihan destinasi wisata yang unik dan salah satunya adalah Komunitas Hong, hal unik yang coba ditonjolkan dari tempat ini adalah terdapatnya ratusan permainan tradisional sebagai sarana rekreasi dan edukasi bagi pengunjung yang datang.

Seperti yang kita tahu di zaman sekarang ini permainan anak-anak tradisional sudah tergeser oleh permainan anak modern seperti playstation hingga game online,

padahal apabila kita telisik lebih jauh lagi permainan tradisional tidak sebatas memberikan hiburan semata, namun juga terdapat unsur olahraga, kebersamaan, strategi, mengasah kecerdasan dan yang paling penting adalah memiliki makna akan nilai warisan budaya zaman dulu. Kemudian untuk tujuan menjaga nilai budaya serta melestarikan permainan tradisional maka berdirilah Komunitas Hong sebagai wadah dan pelestarian warisan budaya tersebut.

Komunitas Hong merupakan tempat wisata keluarga atau khususnya bagi anak-anak, berlokasi di kawasan wisata Dago Atas atau tepatnya di Jalan Bukit Pakar Utara No.26, Desa Ciburial Cimenyan, Bandung, Jawa Barat 40198. Untuk pengunjung yang menggunakan angkutan umum dapat pergi ke tempat ini dengan menaiki angkot dengan rute Dago – Ciburial dan berhenti di pertigaan Dago Pakar, kemudian dilanjutkan dengan menaiki ojek yang tersedia disana. Sedikit sejarah mengenai Komunitas Hong, tempat ini didirikan oleh Mohammad Zaini Alif yang mana merupakan peneliti tentang Seni dan Budaya dan memulai penelitian mengenai permainan tradisional Sunda sejak tahun 1996 dengan keinginan kuat untuk melestarikannya. Kemudian pada tahun 2005 Komunitas Hong secara resmi didirikan, hingga saat ini kurang lebih sekitar 250 permainan anak-anak tradisional Sunda, 213 permainan tradisional Jawa Tengah serta Jawa Timur dan 50 permainan tradisional Lampung telah berhasil di dokumentasikan di tempat ini. Selain itu juga disini menyediakan masakan khas rumah Sunda yang dimasak oleh masyarakat sekitar.

Namun sayangnya masyarakat Kota Bandung tidak banyak yang tahu akan keberadaan Komunitas Hong, padahal tempat ini berada tidak jauh dari pusat kota dan dapat diakses dengan mudah. Hal ini selaras dengan data pada gambar 1.1 yang penulis lakukan dengan membagikan 100 kuisisioner di beberapa tempat secara acak kepada masyarakat Bandung dengan hasil sebagai berikut:



Gambar 1.1
Data yang sudah diolah

Pada gambar 1.1 terlihat jelas bahwa 91% dari 100 responden yang mana merupakan masyarakat Kota Bandung tidak mengetahui keberadaan Komunitas Hong. Kemudian penulis juga memberikan pertanyaan mengenai ketertarikan masyarakat terhadap permainan tradisional dengan hasil sebagai berikut:



Gambar 1.2

Data yang sudah diolah

Pada gambar 1.2 terlihat jelas 88% dari 100 responden yang sama seperti sebelumnya sangat tertarik dan memiliki antusiasme yang sangat besar akan permainan tradisional. Dari kedua gambar diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa kehadiran Komunitas Hong di Kota Bandung sebagai tempat rekreasi dan edukasi permainan tradisional tidak banyak diketahui oleh msyarakat, padahal permainan tradisional masih memiliki daya tarik tersendiri di hati masyarkat Kota Bandung walaupun saat ini telah bermunculan permainan yang lebih modern.

Berdasarkan latar belakang tersebut penulis melihat diperlukannya perancangan Promosi Komunitas Hong yang baik agar keberadaannya dapat lebih diketahui oleh masyarakat dan dapat dimanfaatkan fungsinya sebagai sarana pelestarian budaya Sunda serta sarana edukasi bagi anak-anak agar dapat mengenal dan menghargai permainan tradisional. Sehingga potensi serta daya tarik dari tempat ini dapat lebih dimanfaatkan secara maksimal dan menjadi destinasi pilihan bagi pengunjung guna meningkatkan jumlah wisatawan yang berkunjung ke Komunitas Hong.

1.2 Permasalahan

1.2.1 Identifikasi Masalah

Dalam uraian diatas, dapat di identifikasikan masalah yang ada, yaitu:

- a. Sebagian besar masyarakat Kota Bandung tidak mengetahui keberadaan Komunitas Hong.
- b. Jumlah pengunjung yang tidak stabil.
- c. Belum adanya media promosi yang efektif untuk mempromosikan Komunitas Hong.

1.2.2 Rumusan Masalah

- a. Bagaimanakah merancang strategi kreatif promosi wisata edukasi dan rekreasi Komunitas Hong di Kota Bandung.
- b. Bagaimana merancang strategi media visual promosi wisata edukasi dan rekreasi Komunitas Hong di Kota Bandung.

1.3 Ruang Lingkup

- a. *Apa (What)*
Perancangan Promosi Wisata Edukasi dan Rekreasi Komunitas Hong di Kota Bandung.
- b. *Siapa (Who)*
Segmentasi usia dan target mulai dari 30 tahun hingga 55 tahun, pekerja hingga ibu rumah tangga, laki-laki dan perempuan.
- c. *Kapan (When)*
Promosi akan terus dilakukan hingga meningkatnya jumlah wisatawan yang datang ke Komunitas Hong.
- d. *Mengapa (Why)*
Promosi ini dibuat dengan tujuan agar masyarakat mengetahui keberadaan Komunitas Hong yang dapat dimanfaatkan sebagai sarana rekreasi dan edukasi.
- e. *Dimana (Where)*
Sasaran utama dalam perancangan promosi ini adalah masyarakat kota Bandung sendiri.
- f. *Bagaimana (How)*
Promosi yang akan di lakukan akan menggunakan promosi berupa aktivasi branding dengan media promosi yang dapat menyesuaikan dengan target audience.

1.4 Tujuan Perancangan

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

- a. Terancangnya strategi kreatif promosi wisata edukasi dan rekreasi Komunitas Hong di Kota Bandung.
- b. Terancangnya strategi media visual promosi wisata edukasi dan rekreasi Komunitas Hong di Kota Bandung.

1.5 Manfaat Penelitian

Hasil daripada penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi masyarakat Kota Bandung agar Komunitas Hong dapat dijadikan destinasi pilihan untuk rekreasi serta menjadi tempat edukasi mengenai permainan tradisional Sunda.

- a. Manfaat bagi mahasiswa adalah memberi pengalaman pribadi serta menambah wawasan dalam merancang promosi wisata edukasi dan rekreasi Komunitas Hong di Kota Bandung.
- b. Manfaat bagi ilmu Desain Komunikasi Visual adalah turut memberikan kontribusi dalam keilmuan mengenai perancangan promosi destinasi wisata yang diharapkan dapat berguna bagi mahasiswa DKV.
- c. Manfaat bagi pihak terkait adalah memberikan perancangan promosi wisata yang diharapkan dapat membantu dalam meningkatkan pengunjung atau wisatawan ke Komunitas Hong.

1.6 Metode Penelitian

1.6.1 Metode Yang Digunakan

Metode yang penulis coba gunakan dalam membuat perancangan promosi wisata ini adalah metode kualitatif berdasarkan buku Metode Penelitian Kuantitatif. Penelitian kualitatif mengandalkan kecermatan pengumpulan data untuk memperoleh hasil penelitian yang valid. Oleh karena itu, Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian kualitatif adalah wawancara mendalam (*depth interview*) dan pengamatan terlibat (*participant observation*). (Nasehudin dan Gozali, 2012:127)

1.6.2 Cara Pengumpulan Data

a. Wawancara Mendalam (*Depth Interview*)

Menurut Nasehudin dan Gozali (2012:127) Wawancara mendalam adalah teknik wawancara yang didasari oleh rasa skeptis yang tinggi, sehingga wawancara mendalam banyak diwarnai oleh *probing* (penyelidikan). Prakondisi dari wawancara mendalam adalah kedekatan atau keakraban hubungan antara pewawancara dengan yang diwawancarai serta tingkat pemahaman pewawancara terhadap keinginan, persepsi, prinsip, dan budaya orang yang diwawancarai.

b. Pengamatan terlibat (*Participant observation*)

Menurut Nasehudin dan Gozali (2012:129) Teknik pengumpulan data yang cukup baik dalam penelitian kualitatif adalah pengamatan terlibat (*participant observation*). Pengamatan terlibat adalah bentuk observasi yang melibatkan pewawancara (*observer*) dalam kehidupan, pekerjaan, atau kegiatan objek yang diobservasi.

c. Sampling (*Simple random sampling*)

Menurut Nasehudin dan Gozali (2012:123) Sampel acak sederhana adalah sampel yang diambil sedemikian rupa sehingga setiap unit penelitian atau satuan elementer dari populasi mempunyai kesempatan atau peluang yang sama untuk terpilih sebagai sampel.

1.6.3 Metode Analisis SWOT

Mengacu pada definisi yang dikemukakan oleh Kotler (2008:88), metode analisis SWOT adalah bentuk dari evaluasi secara menyeluruh mengenai kekuatan kelemahan, kesempatan, dan ancaman sebuah perusahaan.

a. Strength

Merupakan faktor-faktor internal kekuatan dan keunikan dari sebuah perusahaan. Faktor-faktor tersebut meliputi kemampuan internal perusahaan dan juga kelebihan-kelebihan atau faktor positif yang dimiliki oleh suatu perusahaan.

b. Weakness

Meliputi keterbatasan internal perusahaan, kekurangan-kekeurangan dari hal-hal negative yang dimiliki perusahaan yang bisa mengganggu kinerja perusahaan.

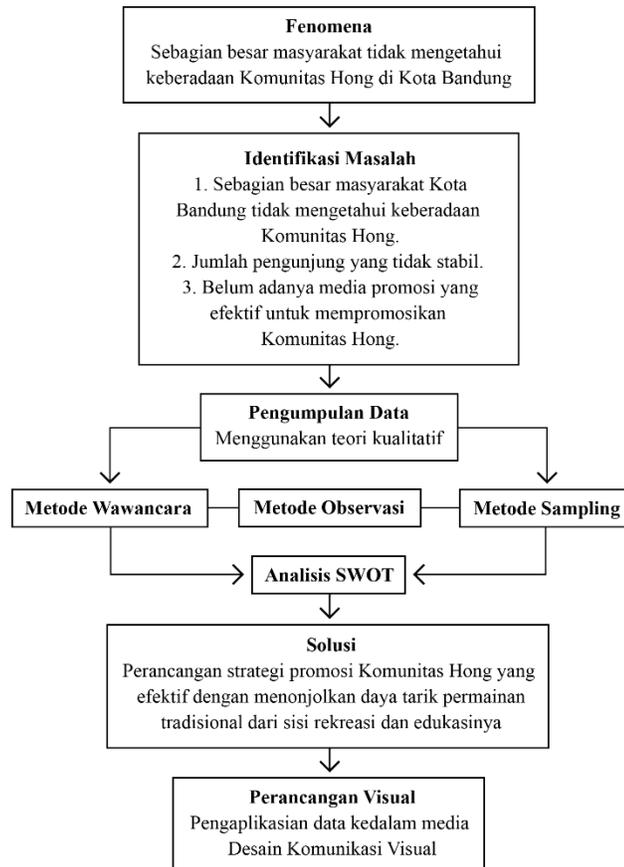
c. Opportunity

Merupakan peluang yang muncul atau yang akan muncul dari faktor eksternal.

d. Threat

Merupakan faktor pengancam yang sekiranya dapat mengganggu atau menjadi penghalang sebuah produk untuk berkembang.

1.7 Kerangka Perancangan



Gambar 1.3

Kerangka Perancangan

1.8 Pembabakan

Dalam penulisan tugas akhir ini, Digunakan gambaran penulisan dari setiap bab agar lebih terperinci yaitu sebagai berikut:

a. **BAB I** Pendahuluan

Bab ini menjelaskan mengenai latar belakang masalah yang diangkat sebagai topik Tugas Akhir. Perancangannya meliputi identifikasi masalah, rumusan masalah, ruang lingkup masalah, tujuan perancangan, metode pengumpulan data, kerangka perancangan dan pembabakan.

b. **BAB II** Dasar Pemikiran

Bab ini merupakan dasar pemikiran dari teori-teori berdasarkan beragam sumber seperti jurnal ilmiah dan buku yang digunakan sebagai landasan dalam melaksanakan perancangan promosi.

c. BAB III Data dan Analisis Masalah

Bab ini berisikan data yang telah dikumpulkan penulis melalui survey kepada masyarakat, wawancara dan analisis data guna menghasilkan konsep perancangan.

d. BAB IV Konsep dan Hasil Perancangan

Bab ini menjelaskan konsep daripada perancangan Tugas Akhir yang meliputi konsep atau ide besar, pendekatan, media, konsep visual hingga penerapan visual agar mendapatkan hasil yang baik.

e. BAB V Penutup

Bab ini menjelaskan kesimpulan dan saran berdasarkan hasil perancangan dari bab-bab sebelumnya.