

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan negara kepulauan dengan tanah yang subur dan beragam budaya di dalamnya. Sehingga Indonesia berpotensi besar dalam sektor industri pariwisata, karena tidak banyak negara yang memiliki kekayaan alam dan budaya seperti di Indonesia. Namun potensi tersebut tidak semua diketahui oleh wisatawan lokal maupun wisatawan asing. Hal tersebut dikarenakan potensi-potensi yang ada kurang dimanfaatkan dan dieksplorasi lebih oleh masyarakat dan pengembang. Perlu adanya usaha lebih agar potensi tersebut dapat dijadikan sektor perekonomian suatu daerah.

Jawa Barat merupakan suatu provinsi di Indonesia yang memiliki potensi pariwisata yang banyak dikunjungi oleh para wisatawan. Salah satu kawasan di Jawa Barat yang paling menonjol dengan kekayaan alam pegunungan dan perhutani adalah Kawasan Bandung yang dikenal dengan kota wisata sekaligus Ibu Kota dari Jawa Barat. Kawasan Bandung sendiri meliputi Kota Bandung, Kabupaten Bandung, dan Kabupaten Bandung Barat.

Kawasan Kabupaten Bandung memegang besar potensi wisata alam dibandingkan dengan Kawasan Kota Bandung, karena sebagian wilayahnya berada di dataran tinggi. Tercatat pada data Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Bandung, jumlah wisatawan berkunjung setiap tahunnya mengalami peningkatan. Dari tahun 2015 jumlah kunjungan berkisar 3.772.843 pengunjung, dan tahun 2016 mengalami peningkatan sebesar 2.51 % menjadi 3.867.494 pengunjung. Hal tersebut menjadi peluang untuk memaksimalkan potensi pariwisata tidak hanya di Kawasan Kabupaten Bandung tetapi di semua kawasan Bandung seperti Kabupaten Bandung Barat khususnya.

Kabupaten Bandung Barat merupakan hasil pemekaran Kabupaten Bandung. Banyak potensi pariwisata yang berada di Kawasan Kabupaten Bandung Barat seperti daerah Lembang yang memiliki sederet tempat pariwisata. Namun, potensi pariwisata yang masih alami dan dapat dimaksimalkan lebih lanjut berada

di kawasan Cipatat khususnya daerah Citatah terdapat objek wisata yang paling menonjol dengan fenomena alamnya yaitu Objek Wisata Stone Garden.

Objek Wisata Stone Garden merupakan wisata yang paling menonjol fenomena alamnya. Lokasi Stone Garden terletak di Puncak Gunung Pawon, Kampung Girimulya, Desa Gunung Masigit, kecamatan Cipatat, Kabupaten Bandung Barat, Jawa Barat, Indonesia. Letaknya tidak terlalu jauh dari pintu tol Padalarang, hanya berjarak tidak lebih dari 5 km. Untuk akses jalan ke Wisata Stone Garden tersebut, kita bisa menggunakan berbagai alat transportasi, baik kendaraan pribadi maupun kendaraan umum. Jarak tempuh ke tempat Wisata Stone Garden itu tidak terlalu jauh hanya perkiraan 2 km bisa tiba di tempat wisata.

Objek Wisata Stone Garden berdasarkan sejarahnya hasil dari penelitian Cekungan Bandung yang bergerak di bidang Geologi para alumni ITB pada tahun 1990, mengatakan bahwa sekitar 20 sampai dengan 30 juta tahun yang lalu kawasan Stone Garden adalah laut purba. Terbukti dari jenis bebatuan yang ada pada Objek wisata Stone Garden berbeda dari bebatuan pada umumnya karena memiliki tekstur seperti terumbu karang dan berwarna putih seperti kapur. Fenomena alam tersebut menjadikan objek wisata stone garden perlu dieksplorasi dan dipublikasikan sehingga menjadi destinasi wisata yang dapat bermanfaat bagi industri maupun masyarakat sekitar.

Pemerintah Kabupaten Bandung Barat dan pihak pengelola Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS) belum memaksimalkan potensi tersebut, seperti dalam halnya mempublikasikan melalui promosi. Upaya sudah pernah dilakukan oleh pemerintah dan pengelola, namun upaya tersebut belum maksimal dikarenakan kurangnya perhatian khusus dalam faktor penting dalam mempromosikan potensi yang ada dan tidak adanya promosi yang berkelanjutan. Terbukti dari Objek Wisata Stone Garden dikenal wisatawan lokal karena masyarakat dan wisatawan yang aktif sendiri seperti dari mulut ke mulut dan ulasan atau postingan di internet bukan melalui upaya promosi pemerintah dan pengelola.

Selain dari sarana informasi yang kurang diperhatikan menjadikan ekonomi yang terhambat dari objek wisata tersebut. Pembangunan infrastruktur yang terlambat, fasilitas dan akses jalan yang masih menjadi kendala bagi wisatawan luas

berkunjung. Maka perlu adaya upaya sarana informasi seperti promosi yang berkelanjutan dan mudah dipahami masyarakat luas khususnya masyarakat Jawa Barat supaya berminat berkunjung.

Maka berdasarkan latar belakang yang sudah penulis uraikan, penulis dapat mengangkat permasalahan sebagai penelitian tugas akhir yang dapat bermanfaat sebagai mana mestinya. Dari hasil data dan observasi dapat disimpulkan bahwa Wisata Stone Garden perlu adanya pengenalan khusus terkaitnya dengan objek wisata tersebut. Melalui strategi promosi dan pengadaan media – media promosi untuk menginformasikan kepada masyarakat luas khususnya warga di kota Bandung. Berdasarkan hal itu penulis akan meningkatkan minat wisatawan terhadap Wisata Stone Garden dengan judul ***“Perancangan Promosi Destinasi Wisata Stone Garden Citatah Di Bandung Barat”***.

1.2 Permasalahan

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penulis dapat diidentifikasi masalahnya sebagai berikut:

1. Masyarakat hanya mengenal potensi pariwisata yang ada di Kawasan Kabupaten Bandung Selatan, sementara objek wisata di Bandung Barat belum terekspos.
2. Objek wisata yang ada di Kabupaten Bandung Barat belum begitu dikenal oleh masyarakat luas.
3. Kurangnya sarana informasi yaitu promosi terkait Objek Wisata Stone Garden yang dilakukan pihak pemerintah dan pengelola terhadap wisatawan luas.

1.2.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang sudah dipaparkan, maka dapat ditentukan rumusan masalahnya, yaitu sebagai berikut:

1. Bagaimana merancang strategi kreatif promosi destinasi Wisata Stone Garden Citatah di Bandung Barat?
2. Bagaimana merancang strategi media visual promosi destinasi Wisata Stone Garden Citatah di Bandung Barat?

1.3 Ruang Lingkup

Ruang lingkup pada perancangan ini dibatasi dalam hal yang dapat dikerjakan sesuai bidang studi Desain Komunikasi Visual, khususnya Advertising. Perancangan ini berupa strategi promosi dan strategi media pada Objek Wisata Stone Garden di Bandung Barat yang penulis uraikan dalam bentuk 5W1H:

1. Apa

Perancangan Promosi Destinasi Wisata Stone Garden Citatah Di Bandung Barat.

2. Siapa

Target audiens anak muda dengan usia 18 tahun hingga 25 tahun, berasal dari kalangan sosial ekonomi menengah. Dasar Psikografis: pecinta alam, hobi foto, dan traveling. Demografis: Bandung Kota, Kabupaten, pinggiran kota.

3. Kapan

Penelitian dimulai dari tanggal 1 Januari sampai dengan 28 April 2018. Promosi dijadwalkan pada awal Mei sampai waktu libur.

4. Dimana

Penelitian dilaksanakan di Desa Gunung Masigit Kecamatan Cipatut Kabupaten Bandung Barat.

5. Kenapa

Permasalahan yang ada pada kurangnya promosi wisata terhadap wisatawan luas, serta pentingnya perancangan strategi promosi dan media pada Objek Wisata Stone Garden.

6. Bagaimana

Perancangan strategi promosi pada Objek Wisata Stone Garden melalui penggunaan media yang sesuai target audiens.

1.4 Tujuan Perancangan

Penelitian tugas akhir ini memiliki beberapa tujuan, diantaranya:

1. Terancangnya strategi kreatif promosi destinasi Wisata Stone Garden Citatah di Bandung Barat.
2. Terancangnya strategi media visual promosi destinasi Wisata Stone Garden Citatah di Bandung Barat.

1.5 Manfaat Perancangan

Dari hasil perancangan ini diharapkan adanya manfaat yang didapatkan, diantaranya:

a. Manfaat Bagi Mahasiswa

Mendapatkan ilmu pengetahuan perihal bagaimana membuat strategi promosi dan strategi media serta mendapatkan pengalaman dalam merancang desain promosi wisata.

b. Manfaat Bagi Pemerintah Kabupaten Bandung Barat

Mendapat informasi dan gambaran konsep promosi wisata sebagai salah satu solusi untuk lebih mengenalkan potensi wisata yang ada di Kabupaten Bandung Barat kepada masyarakat Bandung, Jawa Barat.

c. Manfaat Bagi Masyarakat Kabupaten Bandung Barat

Memberikan informasi kepada masyarakat tentang keunggulan dari Objek Wisata Stone Garden di Bandung Barat sehingga dapat dijadikan sebagai destinasi wisata.

1.6 Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam perancangan Tugas Akhir ini adalah metode kualitatif. Karena metode ini berfungsi membantu untuk membuat berbagai pertanyaan penelitian, dan bagaimana cara mengumpulkan data dan analisis data (Sugiyono:295). Berikut adalah tahapan dari teknik pengumpulan data:

1. Wawancara

Wawancara menurut Larry Cristensen dalam Sugiyono (2004:188) adalah teknik pengumpulan data dimana pewawancara (peneliti atau yang diberi tugas melakukan pengumpulan data) dalam mengumpulkan data mengajukan suatu pertanyaan kepada yang diwawancarai. Penulis melakukan wawancara kepada kantor Dinas Pariwisata dan Kebudayaan (DISPARBUD) bagian destinasi Kabupaten Bandung, kepada pengelola Wisata Stone Garden, dan pengunjung Wisata Stone Garden.

2. Observasi

Observasi menurut Sutrisno Hadi dalam Sugiyono (1986:196) adalah suatu progres yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses *biologis* dan *psikologis*. Dua di antara yang terpenting adalah proses – proses pengamatan dan ingatan. Penulis melakukan pengamatan langsung di Kabupaten Bandung, khususnya wilayah Barat seperti mendatangi ke tempat objek masalah yaitu Wisata Stone Garden, daerah sekitar dan khalayak dengan melakukan pengamatan untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan.

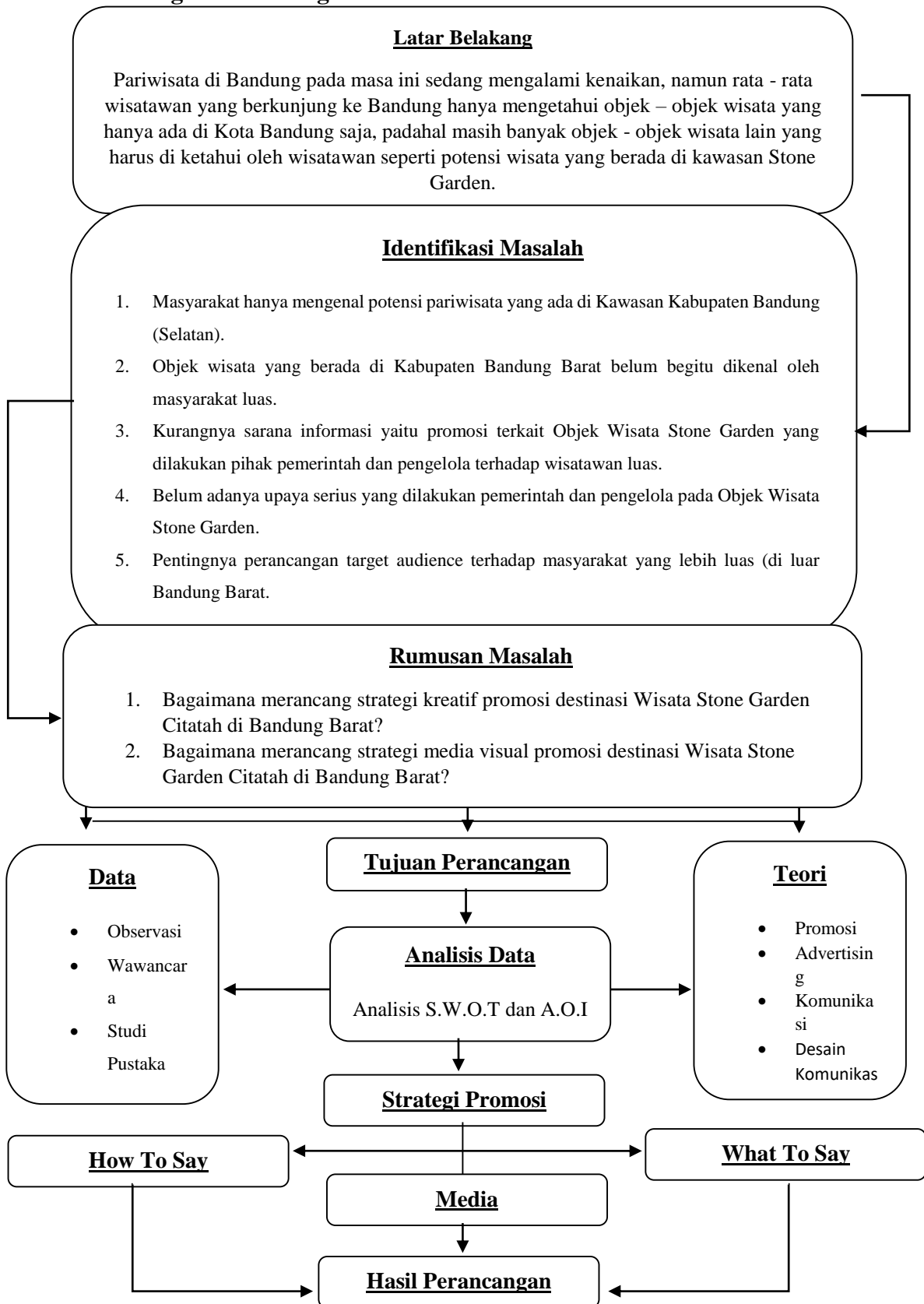
3. Studi Pustaka

Studi pustaka menurut Soewardikoen (2013:6) adalah suatu proses membaca referensi sebagai dasar pemikiran dengan tujuan untuk memperkuat pemahaman, kemudian di apresiasikan ke dalam konteks. Penulis memilah teori dan referensi dari beberapa buku dan memperoleh informasi - informasi lainnya yang berkaitan dengan kebutuhan penyusunan laporan dan perancangan tugas akhir ini.

1.7 Metode Analisis

Dalam perancangan ini penulis menggunakan metode analisis Matriks, SWOT, AOI dan AISAS. Matriks menurut Soewardikoen (2013:50) terdiri dari kolom dan baris mewakili dua dimensi berbeda yang terdapat isi konsep dan kumpulan informasi. SWOT yaitu singkatan dari *Strength*, *Weakness*, *Opportunity* dan *Threat* sebagai indikator petunjuk, pembeda, dan hasil yang dianalisis dari aspek kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. AOI adalah analisis mendalam terhadap target audiens meliputi aktivitas, minat dan pendapat dari pada target audiens tersebut. (Sumarwan, 2003: 58). AISAS menurut Moriarty (2009:373) digunakan untuk menentukan tujuan target capaian dalam suatu perencanaan aktivitas promosi, sebagai alat utama dalam memahami informasi yang dikumpulkan dan telah teridentifikasi masalah utamanya, AISAS merupakan model penelitian dalam mendeskripsikan perilaku konsumen pada era internet.

1.8 Kerangka Perancangan



1.9 Pembabakan

- Bab I Pendahuluan

Pada BAB I, berisi tentang uraian yang melatar belakangi permasalahan, diidentifikasi menjadi permasalahan yang akan diangkat. Rumusan masalah dijadikan batasan masalah, menyebutkan tujuan dan manfaat penelitian, cara yang digunakan dalam melakukan pengumpulan data, skema perancangan sebagai bagan konsep dalam memetakan masalah, dan yang terakhir pembabakan untuk penjelasan secara singkat mengenai tiap bab.

- Bab II Dasar Pemikiran

Pada BAB II, berisi teori yang berhubungan dan digunakan sebagai dasar pemikiran saat melakukan perancangan. Teori-teori tersebut antara lain teori promosi, periklanan, pariwisata, media, teori perancangan desain komunikasi visual dan teori analisis.

- Bab III Data dan Analisis Masalah

Data

Menjelaskan berbagai data yang berkaitan dengan objek perancangan seperti data tentang pariwisata di daerah Kab.Bandung Barat, POKDARWIS (Kelompok Sadar Wisata), Kecamatan Cipatat dan Objek Wisata Stone Garden serta segmen dan target objek perancangan.

Analisis

Berisi pengolahan berbagai data yang berkaitan dengan objek perancangan. Dilakukan dengan analisis segmentasi dan target audiens serta analisis perencanaan untuk menghasilkan strategi perancangan.

- Bab IV Konsep dan Hasil Perancangan

Menjelaskan konsep strategi promosi, dan strategi media yang digunakan dalam perancangan media promosi Objek Wisata Stone Garden serta hasil perancangan.

- Bab V Penutup

Berisi masukan dan saran.