

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

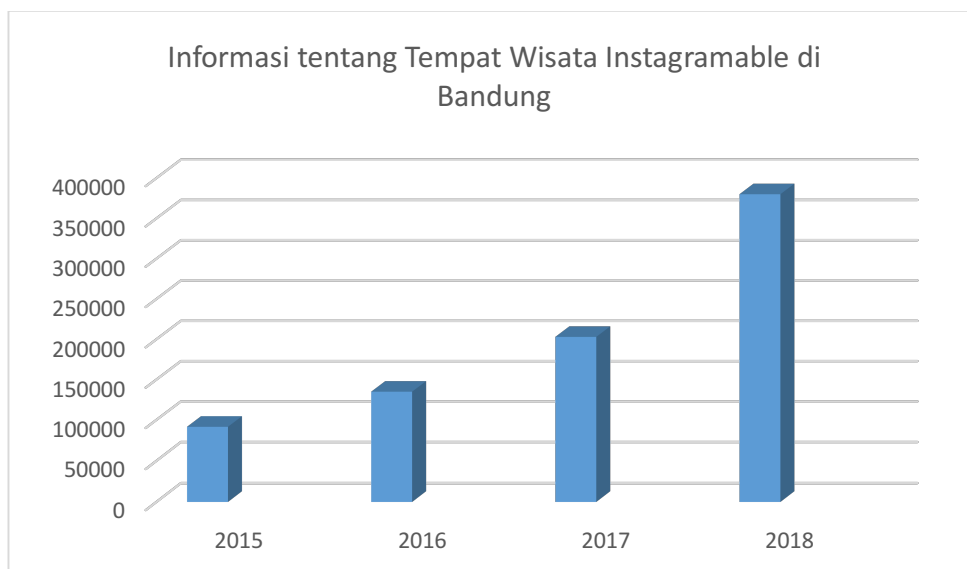
Pada umumnya saat ini sudah memiliki *gadget* yang canggih. Di dalam keseharian masyarakat saat ini segala sesuatu yang dilakukan seringkali diunggah ke dalam media sosial. Menurut media massa pikiran rakyat dalam artikel *online* tahun 2017 yang berjudul *Instagramable*. Dibahas oleh seorang pakar *marketing* yaitu mendapatkan gambar atau foto yang bagus adalah bagian terbaik dari sebuah aktivitas. Hal tersebut menjadi latar psikologis para pengguna *instagram*. Sehingga di era ini adalah hal yang bersifat '*instagramable*' merupakan sebagai faktor penentu orang untuk memilih hal tersebut. Semakin besar nilainya semakin tinggi juga minat orang akan hal tersebut. Hal ini berlaku dalam sebuah destinasi wisata, salah satu faktor yang penting yaitu sebuah tempat akan banyak dikunjungi jika tempatnya memang bagus untuk berfoto-foto sehingga layak diunggah pada media sosial.

Bandung memang menjadi daya tarik untuk berwisata karena Bandung terkenal dengan alamnya yang indah. Selain itu tingginya minat orang terhadap wisata yang *instagramable* disambut dengan menjamurnya destinasi wisata yang menyediakan berbagai spot untuk foto. Berdasarkan hasil survey sebagian besar orang menentukan tempat wisata yaitu yang memiliki suasana bagus sehingga mendukung untuk berfoto.



Gambar 1.1 Faktor Ketika Menentukan Tempat Wisata

Sumber: Pribadi



Gambar 1.2 Informasi tentang Tempat Wisata Instagramable di Bandung

Sumber: Google.com

Saat ini destinasi wisata instagramable banyak bermunculan, mereka berlomba-lomba untuk membuat tempat wisata yang *'instagramable'* agar dapat mewujudkan keinginan wisatawan membuat hasil foto yang bagus. Tidak hanya masyarakat luar bandung, namun bagi masyarakat bandung sendiri dapat menikmati berbagai

destinasi wisata yang tersedia sehingga tidak perlu keluar kota ketika ingin menikmati waktu libur. Grace Rose Farm adalah salah satu destinasi wisata yang terletak di Bandung, termasuk ke dalam jenis agrowisata. Grace Rose Farm ini merupakan tempat pembudiyaaan bunga mawar dan aneka tanaman hias. Khusus untuk budi daya mawar, Grace Rose Farm ini sebagai sentra pemasok mawar berkualitas di Bandung dan tersedia 50 jenis warna bunga mawar. Tempat ini menjadi menarik dengan lahan seluas 5 hektar, ditata apik menjadi kompleks wisata edukasi. Hampan lahan luas dikaki gunung Burangrang yang sejuk membangun suasana nyaman dan segar. Sejarah dari Grace Rose Farm ini berawal hanya perkebunan dan tempat pemotongan bunga namun banyak pengunjung yang datang, kemudian pada akhirnya dibuka untuk umum dan menjadi tempat wisata pada tanggal 1 April 2017.

Selama setahun lebih Grace Rose Farm berdiri namun belum mencapai target yang diharapkan. Selama ini Grace Rose Farm hanya memiliki rata-rata 30 pegunjung perhari. Hasil survey hanya 35% orang tertarik mengunjungi tempat wisata Grace Rose Farm sisanya lebih memilih kompetitor, karena hanya sedikit yang mengetahui Grace Rose Farm sehingga dapat dikatakan tingkat *awareness* terhadap Grace Rose Farm masih rendah. Selain itu hasil survey menyatakan bahwa sebagian besar menganggap promosi Grace Rose Farm kurang menarik. Hanya 32% yang menganggap promosi tersebut menarik dan 4% mengatakan tidak menarik.

Grace Rose Farm merupakan tempat yang cocok untuk ibu-ibu diusia produktif, karena Grace Rose Farm menawarkan berbagai kegiatan merangkai bunga, membuat tanaman hidroponik dan berbagai kegiatan lainnya yang cocok untuk ibu-ibu yang aktif. Menurut hasil survey di Grace Rose Farm, pengunjung tempat ini didominasi oleh ibu-ibu yang datang bersama teman-temannya berusia 46-65 tahun usia ini merupakan termasuk ke dalam usia senja atau lansia. Pengunjung didominasi oleh masyarakat yang berdomisili di Bandung. Mereka memilih datang ke tempat ini untuk menikmati suasana Grace Rose Farm diwaktu berkumpul bersama teman sambil berburu bunga-bunga dan tanaman-tanaman hias dan juga tak luput dari mereka untuk berfoto ria untuk mengabadikan momen kebersamaan

di Grace Rose Farm. Mereka menghabiskan waktu disana sekitar 2-3 jam saja.

Menurut hasil data wawancara dengan pihak Grace Rose Farm, bahwa hal ini terjadi karena kurangnya promosi yang dilakukan oleh Grace Rose Farm, karena selama ini Grace Rose Farm belum melakukan promosi yang terintegrasi. Namun hanya membagikan poster-poster kegiatan di Grace Rose Farm yang diunggah lewat Instagram yang berisi tentang event-event kegiatan hidroponik, merangkai bunga, terarium untuk anak, serta festival karya. Grace Rose Farm hanya aktif pada akun Instagram saja.



Gambar 1.3 Contoh Promosi yang telah ada (event)

Sumber: @gracerosefarm_grf

Dari fenomena diatas ditemukan bahwa Grace Rose Farm belum melakukan promosi yang terintegrasi. Sehingga berakibat pada rendahnya *awareness* terhadap Grace Rose Farm. Serta promosi yang telah dilakukan oleh Grace Rose Farm dianggap kurang menarik. Berdampak pada rendahnya jumlah wisatawan yang datang ke Grace Rose Farm yang belum mencapai target. Maka dengan adanya promosi yang menarik dan terintegrasi oleh Grace Rose Farm dapat meningkatkan *awareness* dan pengunjung Grace Rose Farm.

1.2 Permasalahan

1.2.1 Identifikasi Masalah

Pada paparan masalah dan fenomena yang disusun kemudian menemukan berbagai masalah yang didapat yaitu:

1. Rendahnya jumlah wisatawan yang ada di Grace Rose Farm.
2. Kurangnya *awareness* didalam masyarakat sehingga berdampak pada jumlah wisatawan di Grace Rose Farm.
3. Pengunjung didominasi oleh ibu-ibu yang sudah berusia senja. Namun seharusnya target audiens dari Grace Rose Farm adalah ibu-ibu berusia 25-35 tahun.

1.2.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah, yang terdapat diatas dapat dirumuskan beberapa masalah, berikut rumusannya:

1. Bagaimana rancangan strategi promosi yang sesuai untuk meningkatkan *awareness* dan pengunjung destinasi wisata Grace Rose Farm?
2. Bagaimana merancang media promosi yang tepat untuk menjangkau target audiens yang diharapkan oleh Grace Rose Farm?

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan ruang lingkup diatas, batasan yang akan dilakukan selama tugas akhir ini yaitu merancang kegiatan promosi yang bertujuan untuk meningkatkan tingkat *awareness* sehingga dapat menaikkan jumlah wisatawan. Target audiens ibu-ibu berpendidikan dari SES A berusia 25-35 tahun. Batasan waktu pengerjaan dari bulan agustus hingga juni, mulai dari *preview* pertama sampai dengan sidang tugas akhir. Lokasi penelitian di Bandung karena ibu-ibu di Bandung dijadikan sebagai target utama.

1.4 Tujuan Perancangan

Tujuan dibuatnya perancangan promosi destinasi wisata Grace Rose Farm adalah sebagai berikut:

1. Terancangnya strategi promosi yang dapat meningkatkan awareness dan pengunjung Grace Rose Farm
2. Terancangnya media promosi yang tepat untuk menjangkau target audiens yang diharapkan Grace Rose Farm

1.5 Manfaat Perancangan

Berdasarkan tujuan penelitian diatas, maka manfaat yang bisa diambil pada perancangan ini yaitu:

1. Manfaat bagi Akademis:

Memperdalam pengetahuan terhadap bidang ilmu desain komunikasi visual, khususnya pada bidang *advertising* untuk membuat suatu perancangan promosi yang tepat.

2. Manfaat bagi Sosial:

Pengetahuan mengenai destinasi wisata Grace Rose Farm yang dapat disampaikan melalui media promosi yang disampaikan untuk menambah pengetahuan terhadap target audiens tentang Grace Rose Farm.

3. Manfaat bagi Penulis:

Penulis mampu mengimplementasikan pengetahuan yang telah di dapat selama penulis melakukan perancangan promosi destinasi wisata Grace Rose Farm.

1.6 Metode Penelitian

Metode yang penulis ambil agar dapat melengkapi data dan informasi dalam penyusunan penulisan adalah metode penelitian kualitatif, karena pada metode ini lebih kepada wawasan atau penyampaian perasaan yang diambil dari contoh atau sampel (Setiadi, 2010:364). Dalam pengumpulan data menggunakan metode yaitu dokumentasi, kuesioner serta wawancara dan studi pustaka. Pada

metode analisis menggunakan SWOT dan juga analisis kepada target audiens menggunakan analisis perilaku konsumen sebagai instrumen penelitian.

1.6.1 Teknik Pengumpulan Data

Observasi

Penulis melakukan observasi dengan cara mengunjungi Grace Rose Farm, serta mengamati secara langsung untuk memahami segala hal yang berkaitan dengan Grace Rose Farm. Sehingga informasi data yang diperoleh tepat dan tidak dibuat-buat.

Wawancara

Wawancara dilakukan oleh penulis kepada pihak terkait yaitu dengan pemandu wisata dan karyawan dari Grace Rose Farm bernama Gunawan dan Tasmel. Tujuannya untuk mengetahui informasi data secara mendalam dari sumber yang terpercaya sehingga informasi data yang diperoleh bersifat valid.

Dokumentasi

Dokumentasi yang penulis lakukan berupa foto dan catatan untuk mengamati ulang hasil dari wawancara serta observasi yang sudah dilakukan oleh penulis. Pada dokumentasi foto diambil di Grace Rose Farm. Hasil dokumentasi foto berupa foto bersama narasumber, foto-foto suasana serta foto-foto lainnya terkait dengan Grace Rose Farm.

Kuesioner

Penyebaran kuesioner kepada ibu-ibu untuk mengetahui seberapa banyak ibu-ibu yang lebih memilih mengunjungi Grace Rose Farm atau kompetitor serta seberapa banyak ibu-ibu yang tertarik dengan promosi yang telah dilakukan oleh grace rose farm. Kuesioner disebarkan juga kepada pengunjung Grace Rose Farm untuk mengetahui informasi Grace Rose Farm dari sudut pandang pengunjung.

Studi Pustaka

Studi Pustaka yang digunakan oleh penulis dapat memperluas pengetahuan mengenai objek yang diteliti sehingga penulis dapat menguasai dengan baik. Buku yang digunakan yaitu berjudul perilaku konsumen, manajemen pemasaran, *advertising, advertising and promotion*, strategi kreatif dalam periklanan, desain komunikasi visual, *integrated advertising, promotion, and marketing*

communications, perencanaan wisata, dasar-dasar pariwisata, dan strategi promosi yang kreatif.

1.6.2 Metode Analisis

1.6.2.1 Analisis SWOT

Metode analisis yang digunakan adalah analisis SWOT untuk menganalisis hasil data yang telah diperoleh. Analisis SWOT digunakan karena dalam metode analisis ini dapat mengetahui lingkungan eksternal dan internal dalam sebuah produk yang diteliti. Pada analisis lingkungan eksternal yaitu menganalisis peluang dari objek. Peluang dari pemasaran adalah di mana suatu perusahaan dapat menguntungkan dari kebutuhan pembeli di suatu daerah (Kotler, 2000:88).

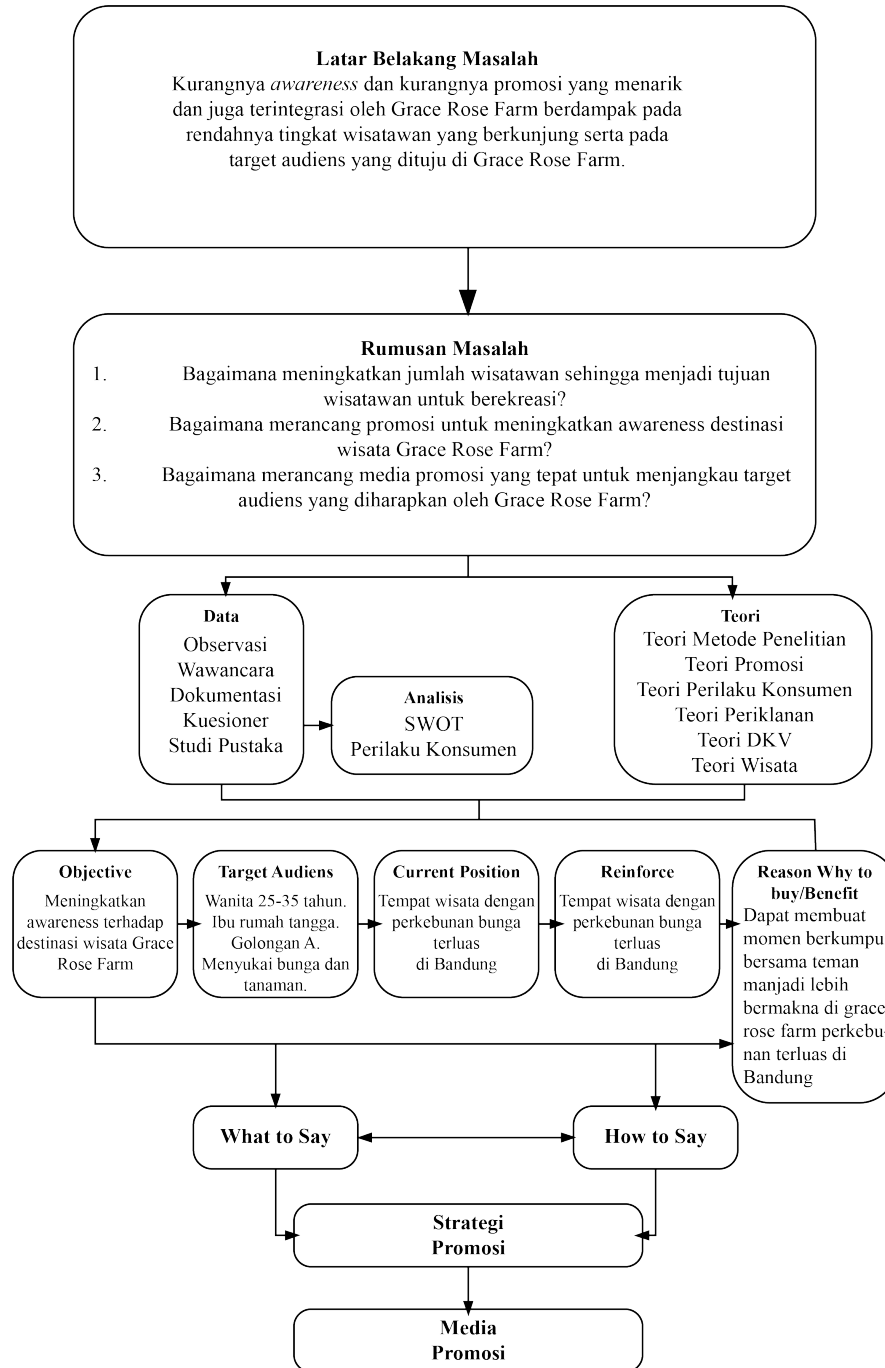
Selain itu pada lingkungan eksternal menganalisis ancaman lingkungan. Ancaman lingkungan merupakan tantangan yang menyebabkan kerugian serta dapat mempengaruhi laba jika tidak dilakukan sebagai fungsi pertahanan (Kotler, 2000:88). Serta analisis pada lingkungan internal yaitu analisis kekuatan dan kelemahan dari objek atau produk yang diteliti.

1.6.2.2 Analisis Perilaku Konsumen

Analisis target audiens menggunakan perilaku konsumen. Menggunakan analisis perilaku konsumen karena dengan analisis tersebut dapat mengidentifikasi orientasi/arah/cara pandang konsumen. Mengetahui konsep yang memberi acuan pada proses manusia dalam membuat keputusan (Setiadi, 2010:7).

1.7 Kerangka Perancangan

Kerangka penelitian merupakan alur dalam melakukan proses penelitian untuk membuat perancangan promosi destinasi Grace Rose Farm. Berikut gambaran kerangka penelitian yang telah dibuat:



Bagan 1.1 Kerangka Perancangan

Sumber: Pribadi

1.8 Pembabakan

1.8.1 BAB I Pendahuluan

Hal ini menguraikan permasalahan dari permasalahan, dalam latar belakang yang berkaitan dengan fenomena yang terjadi. Hingga menjelaskan tentang identifikasi masalah, ruang lingkup, metode penulisan dan kerangka penelitian.

1.8.2 BAB II Dasar Pemikiran

Pada BAB ini mengenai dasar pemikiran berisi tentang teori yang dipakai sebagai dasar untuk menganalisis data hasil penelitian yang kemudian dilanjutkan kepada BAB IV yaitu hasil penelitian.

1.8.3 BAB III Data dan Analisis Masalah

Pada BAB III ini menjelaskan tentang data-data dan analisis masalah secara detail pada metode penelitian yang telah digunakan oleh penulis. Selain itu menguraikan bagaimana penulis menentukan subjek yang akan diteliti, lokasi penelitian, instrument penelitian, definisi operasional, dan analisis data serta teknik pengumpulan data.

1.8.4 BAB IV Konsep dan Hasil Penelitian

Menjelaskan konsep penelitian yang dirancang dan hasil penelitian yang telah dibuat. Mulai dari konsep awal seperti ide besar, ke ide kecil, kemudian media yang digunakan hingga konsep visual.

1.8.5 BAB V Penutup

Berisikan simpulan serta saran atau rekomendasi yang mengenai penelitian hasil tugas akhir yang telah dijelaskan pada bab-bab sebelumnya.