

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Destinasi wisata setiap daerah di Indonesia di setiap daerahnya memiliki keunikan dan semakin berkembang karena pengelolaan yang semakin baik pula. Kota Bandung saat ini memiliki perkembangan yang cukup pesat dalam bidang wisata, ada berbagai jenis destinasi wisata di kota Bandung seperti wisata yang menyajikan pemandangan alam, wisata bidang kuliner, wisata tentang edukasi, wisata religi, hingga wisata *mall*. Banyak jenis destinasi wisata yang menarik salah satunya adalah destinasi wisata edukasi. Wisata pendidikan/edukasi adalah kegiatan pariwisata yang bertujuan untuk mendapatkan ilmu dari suatu bidang ilmu tertentu sekaligus berlibur atau rekreasi (Yoeti, 1996:122). Di tempat wisata edukasi bukan hanya sekedar berwisata saja, melainkan dapat menambah wawasan melalui kegiatan-kegiatan selama berwisata. Bisa mendapatkan ilmu pengetahuan merupakan nilai tambah dari wisata edukasi.

Salah satu destinasi wisata edukasi di Bandung adalah Wisata Ilmu Sutera Padepokan Dayang Sumbi. Destinasi wisata ini menawarkan wisata edukasi tentang budidaya ulat sutera, sebagai penghasil bahan utama pembuatan kain sutera. Disana pengunjung dapat melihat proses penenunan benang hingga menjadi kain sutera. Kain sutera merupakan kain yang sudah dikenal akan kehalusan dan keindahan kainnya. Banyak orang yang meminati kain sutera ini meskipun harganya yang mahal, harga yang mahal ini tentunya sebanding dengan proses pembuatannya yang panjang. Namun, masih banyak orang yang tidak mengetahui proses pembuatan kain sutera ini.

Di Wisata Ilmu Sutera ini kita dapat mengetahui bagaimana proses pembuatan kain sutera mulai dari pemeliharaan ulat sutera sebagai penghasil serat sutera, serat sutera merupakan bahan utama untuk membuat benang sutera yang kemudian bisa dibuat menjadi kain sutera yang indah. Meski tempat wisata ini sudah ada cukup lama, tetapi banyak yang belum mengetahui tentang Wisata Ilmu Sutera itu. Terlihat dari survey yang sudah dilakukan, survey tersebut menyatakan 80% orang yang mengikuti survey tidak mengetahui tentang Wisata Ilmu Sutera. Padahal, Wisata Ilmu Sutera ini merupakan destinasi wisata edukasi yang dapat memberi hiburan, pengetahuan dan pengalaman baru bagi pengunjungnya itu.

Untuk dapat diketahui oleh masyarakat tentunya diperlukan promosi untuk destinasi wisata tersebut agar dapat dikenal oleh masyarakat. Promosi merupakan suatu kegiatan yang dilakukan untuk menginformasikan suatu produk atau bahkan suatu tempat agar target audiens nya mengetahui atau bahkan dapat tergerak untuk mencoba atau mengunjungi jika yang dipromosikan adalah suatu tempat (Rangkuti, 2009:50). Banyaknya wisata yang terkenal di kota Bandung tidak lepas karena adanya promosi yang gencar dan menarik, sebagai cara memperkenalkan tempat

wisata tersebut kepada masyarakat dan untuk bersaing dengan kompetitornya. Menurut survey yang sudah dibagikan, Wisata Ilmu Sutera belum terlalu dikenal masyarakat.

Dikarenakan kurangnya promosi tersebut membuat kurangnya informasi yang diterima masyarakat. Selain itu ibu Iin Indriani selaku pengelola mengatakan saat dilakukannya observasi lapangan, bahwa pengunjung Wisata Ilmu Sutera mengalami penurunan di tahun 2018 dibandingkan dengan tahun 2017.

Agar Wisata Ilmu Sutera dapat diketahui oleh lebih banyak orang, perlu dibuat promosi yang baik dan menarik agar masyarakat dapat mengetahuinya. Maka dari itu perlu dibuat perancangan promosi yang terintegrasi, karena promosi yang sudah dilakukan baru berupa brosur. Perancangan promosi yang terintegrasi dibuat agar dapat menarik perhatian masyarakat dan Wisata Ilmu Sutera tidak kalah saing dengan destinasi wisata kompetitor lainnya terutama di Bandung.



Gambar 1.1 Brosur Wisata Ilmu Sutera
(Sumber : <http://www.wisatasutera.com>)

Promosi yang sejauh ini sudah dilakukan adalah brosur yang dibagikan ke sekolah-sekolah. Pada brosur tersebut menampilkan informasi yang lengkap namun tampilannya yang kurang menarik. Wisata Ilmu Sutera juga memiliki *website* dimana kita dapat mengetahui jadwal kunjungan dan informasi reservasi serta fasilitas yang ada. Wisata Ilmu Sutera juga memiliki akun media sosial seperti Facebook yang bisa membagikan tulisan dan foto, Instagram yang bisa membagikan foto dan Twitter, namun jarang melakukan *update*. Sementara media pendukung di lokasi Wisata Ilmu Sutera terdapat didekat pintu masuk Wisata Ilmu Sutera berupa baliho dan setiap pengunjung diberikan buku yang berisikan informasi mengenai ulat sutera.

1.2 Permasalahan

1.2.1 Identifikasi Masalah Wisata Ilmu Sutera

Penjabaran pada latar belakang mendapatkan hasil identifikasi masalah yaitu sebagai berikut:

1. Turunnya jumlah pengunjung Wisata Ilmu Sutera.
2. Promosi yang sudah ada belum bisa mencakup lebih banyak audiens.

1.2.2 Rumusan Masalah

Identifikasi masalah yang sudah didapatkan mendapatkan rumusan masalah, rumusan masalah yang didapatkan sebagai berikut:

1. Bagaimana merancang strategi promosi yang baik untuk mempromosikan Wisata Ilmu Sutera?
2. Strategi media dan visual seperti apa yang tepat untuk mempromosikan Wisata Ilmu Sutera?

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi dan rumusan masalah diatas dan studi Desain Komunikasi Visual, maka batasan yang dikerjakan dalam penelitian ini yaitu tentang merancang strategi promosi, media dan visual Wisata Ilmu Sutera guna menarik perhatian masyarakat target audiens sehingga teraik untuk mengunjungi Wisata Ilmu Sutera. Target audiens utama adalah orang tua di Kota Bandung yang memiliki anak dalam usia sekolah mulai dari TK hingga kelas 3 (tiga) SD, dengan usia 25 hingga 40 tahun. Lokasi penelitian berada di Bandung, karena target audiens di Bandung seharusnya sudah dapat memenuhi target pengunjung Wisata Ilmu Sutera. Penelitian ini akan dilakukan dari bulan Agustus 2018 sampai dengan April 2019.

1.4 Tujuan Perancangan

Dibuatnya perancangan promosi bagi Wisata Ilmu Sutera ini mengharapkan tujuannya tercapai, tujuannya adalah sebagai berikut:

1. Membuat rancangan strategi promosi yang baik dan tepat untuk Wisata Ilmu Sutera.
2. Membuat rancangan media promosi dan visual yang tepat untuk mempromosikan Wisata Ilmu Sutera.

1.5 Manfaat Perancangan

Dengan tujuan penelitian yang disebutkan diatas, maka manfaat yang diharapkan akan didapatkan dari penelitian yang sudah dilakukan ini adalah:

1.5.1 Manfaat Akademis

Manfaat akademis dari perancangan ini adalah dapat menjadi pembelajaran maupun berbanding dengan desain-desain yg sudah ada maupun yang akan dibuat.

1.5.1 Manfaat Penelitian

Manfaat dari perancangan bagi peneliti adalah belajar menerapkan ilmu dan pembelajaran yang sudah diterima. Juga untuk mengetahui bagaimana membuat perancangan yang baik sesuai dengan teori-teori yang sudah digunakan.

1.6 Metodologi Penelitian

Metode kualitatif digunakan oleh peneliti, banyak yang menyebut metode ini merupakan metode natural atau naturalistik karena dilakukan dalam kondisi apa adanya dan data yang didapatkan beserta analisisnya bersifat kualitatif. Peneliti menggunakan metode kualitatif karena peneliti harus melihat langsung bagaimana keadaan di lapangan dan juga harus melakukan pengamatan secara langsung. Hasil observasinya pun tidak bisa ditampilkan dengan angka saja, melainkan berupa penjelasan. Sugiyono mengatakan bahwa metode penelitian memiliki landasan pada postpositivisme, metode ini biasanya digunakan untuk meneliti kondisi yang nyata atau alami. Penelitinya sebagai kunci utama dan sebagai alat untuk mengumpulkan data yang dilihat atau didupatkannya dan kemudian digabungkan dengan metode triangulasi.

1.6.1 Teknik Pengumpulan Data

1.6.1.1 Observasi

Observasi merupakan proses yang sangat luas dimana data yang didapat merupakan hasil dari proses secara biologis maupun secara psikologis. Kunci utama dari metode ini adalah mengamati dengan baik dan mengingatnya dengan baik pula begitu yang dikatakan oleh Sutrisno Hadi dalam buku Sugiyono:144. Penulis melakukan observasi secara langsung di Wisata Ilmu Sutera, yang bertempat di Jl. Arcamanik Sindanglaya KM 4, Kp. Pamoyanan, Ds. Mekarmaik, Kec. Cimenyan, Bandung – Timur. Serta melakukan pengamatan tentang destinasi wisata tersebut.

1.6.1.2 Wawancara

Metode wawancara dilakukan oleh orang, biasanya dilakukan dua orang ataupun lebih. Dua orang atau lebih itu melakukan pertukaran informasi atau melakukan tanya jawab dari ide atau pertanyaan yang ingin dicari atau kebenarannya (Sugiyono:231). Penulis melakukan wawancara dengan ibu Iin Indriani dan bapak Dedi Agus Wirantoro selaku pengelola Wisata Ilmu Sutera. Wawancara yang sudah dilakukan untuk mendapatkan data yang akurat dari sumber yang terpercaya.

1.6.1.3 Dokumentasi

Dokumentasi menurut Paul Otlet (1905) dokumentasi adalah suatu aktivitas usaha yang berupa mengumpulkan, mengolah, menyimpan dan menemukan

kembali dan menyebarkan suatu dokumen. Dokumentasi yang dikumpulkan berupa foto dan rekaman audio sebagai bahan untuk meninjau ulang hasil observasi dan wawancara yang selama ini telah dilakukan di Wisata Ilmu Sutera.

1.6.1.4 Kuisisioner

Kuisisioner dilakukan dengan memberikan seseorang atau lebih suatu atau seperangkat pertanyaan yang harus dijawab. Biasanya kuisisioner berupa pertanyaan yang disediakan dalam bentuk tulisan dalam kertas maupun tulisan dalam internet seperti e-mail atau lainnya. Kuisisioner dibagikan kepada pelajar dan umum di kota Bandung untuk mengetahui seberapa banyak orang yang mengetahui tentang Wisata Ilmu Sutera sebagai salah satu destinasi wisata edukatif di Bandung.

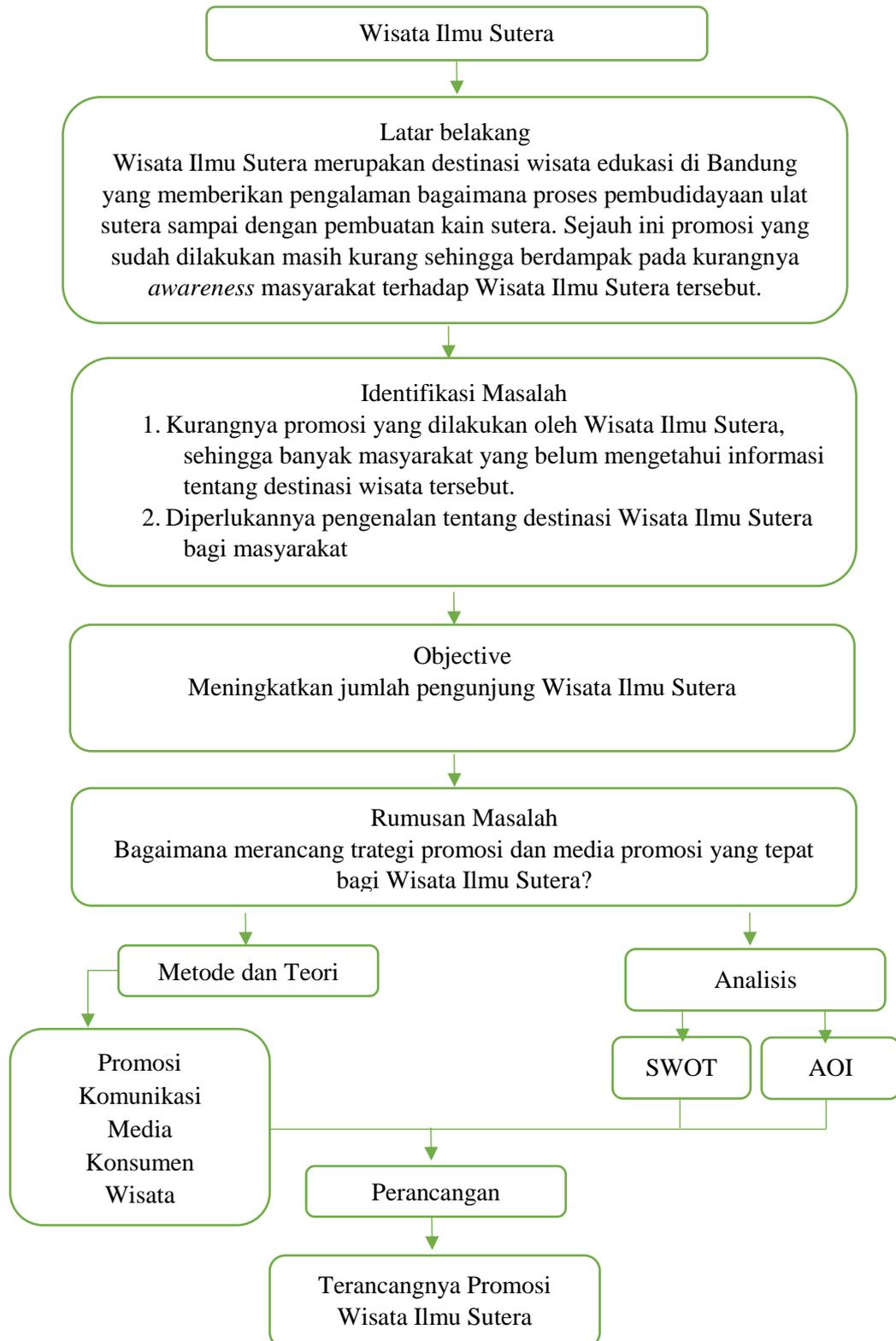
1.6.1.5 Studi Pustaka

Studi pustaka dilakukan dengan cara mengumpulkan data yang terdapat buki fisiknya seperti buku dan media lainnya seperti surat kabar dan model literatur lainnya. Tujuannya adalah untuk memperkuat landasan dalam teori-teori yang digunakan (Arikunto:2006). Buku-buku yang akan dijadikan sebagai bahan acuan seperti Advertising, Desain Komunikasi Visual, Metode Penelitian, Tipografi dll. Studi pustaka dilakukan untuk mengambil data-data yang digunakan sebagai bahan acuan dalam melakukan penelitian ini.

1.6.2 Metode Analisis

Dalam menganalisis, penulis menggunakan beberapa metode seperti untuk menganalisis destinasi wisata tersebut adalah analisis SWOT yang digunakan untuk menganalisis kelebihan, kekurangan, peluang dan ancaman dari destinasi tersebut. Dalam Moriarty dkk (2011), analisis SWOT merupakan cara yang bisa dilakukan untuk memahami dan mendalami informasi yang dikumpulkan sebelum mengidentifikasi masalah utamanya. Sementara untuk menganalisis target audiens menggunakan metode analisis AOI, menurut Moriarty dkk (2011) dengan mengkombinasikan faktor-faktor psikologis dan karakteristik konsumen dapat diketahui apa yang memengaruhi bagaimana orang memutuskan untuk membeli. Menurut Bogdam dalam Sugiyono (2017:244) proses pencarian dan menyusun data yang dilakukan secara sistematis melalui metode-metode pengumpulan data yang kemudian akan dapat dipahami orang lain.

1.7 Kerangka Perancangan



Tabel 1.1 Kerangka Perancangan
Sumber: Data Pribadi

1.8 PEMBAKAKAN

1.8.1 BAB I PENDAHULUAN

Penjelasan-penjelasan mengenai latar belakang yang terjadi dan mengenai perancangan promosi Wisata Ilmu Sutera, serta identifikasi masalah yang ditemukan, rumusan masalah yang akan dicari solusinya, batasan masalah yang berisikan batasan dilakukannya penelitian ini yaitu berupa perancangan promosi, media dan visual bagi Wisata Ilmu Sutera, tujuan dan manfaat yang diharapkan, teknik pengumpulan data, kerangka berfikir yang merupakan ringkasan alur dilakukannya penelitian ini serta pembabakan akan disampaikan semua pada bab ini.

1.8.2 BAB II LANDASAN TEORI

Teori-teori yang sudah didapatkan penulis akan ditampilkan pada bab ini dan akan digunakan sebagai bahan acuan agar perancangan sesuai dengan ilmu yang ada. Teori-teori yang digunakan seperti teori tentang komunikasi, promosi, media, desain komunikasi visual, konsumen, pariwisata, dan lain-lain.

1.8.3 BAB III DATA DAN ANALISIS

Bab ini berisi mengenai uraian dari data-data yang selama ini telah didapatkan seperti data destinasi Wisata Ilmu Sutera dan data target audiens yang menjadi sasaran.

1.8.4 BAB IV KONSEP DAN PERANCANGAN

Bab ini berisi uraian tentang analisis baik mengenai destinasi maupun konsep strategi promosi yang

Bab ini berisi uraian tentang konsep strategi promosi yang baik dari hasil analisis dan perancangan yang sudah didapatkan. Serta penerapan prinsip dan unsur yang sudah dijelaskan.

1.8.5 BAB V PENUTUP

Pokok-pokok hasil penelitian yang sudah dilakukan akan disampaikan pada bab ini.