

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Garut ialah kota priangan timur dan merupakan salah satu kabupaten yang terletak 64 km. sebelah tenggara Bandung ibu kota Jawa Barat dan kurang lebih sekitar 250 km dari Jakarta. Kabupaten Garut yang secara geografisnya dekat dengan Kota Bandung sebagai ibu kota provinsi Jawa Barat, merupakan daerah ruang lingkup bagi pengembangan wilayah Bandung. Dikarenakan itu, Kabupaten Garut mendapatkan kedudukan cukup dan dinamis dalam kebutuhan keluarga dan masyarakat di kabupaten dan kota Bandung.

Garut mempunyai tempat pemandian air panas yaitu bertempat di Cipanas, Garut, Jawa Barat. Tempat wisata pemandian air panas Sabda Alam Hotel & Resort ini adalah salah satu diantara tempat wisata keluarga paling populer di Garut. Letak dan tempat pemandian air panas Sabda Alam Hotel & Resort-pun bertempat dengan kaki gunung Guntur Kecamatan Tarogong, jaraknya tak jauh dari pusat kota Garut, yaitu hanya sekitaran 6 km saja. Tempat pemandian Cipanas Garut sering berdatangan pariwisata dari berbagai kota maupun luar setiap tahunnya. Dan wisata yang di angkat yaitu pemandian Sabda Alam Hotel & Resort Garut.

Wisata pemandian air panas Sabda Alam Hotel & Resort Garut terdapat beberapa tempat pemandian yang masih belum dan kurang tersebar media. Di antaranya Sabda Alam Hotel & Resort Garut. Pada bulan Juni tahun 2002 Sabda Alam Hotel & Resort Garut menggagas beroperasi dan akan dibangun pada tanggal 9 Agustus tahun 2008 dan diresmikannya oleh Gubernur Jawa Barat yaitu Bpk. H. Ahmad Heryawan lalu selanjutnya diresmikannya wisata Taman Air Sabda Alam. Sabda Alam Hotel & Resort Garut di tempatkan dekat dengan barisan gunung-gunung . Yaitu sebelah utara gunung Guntur, terletak disebalah selatan dekat dengan Gunung Cikuray dan juga terdapat disebalah barat Gunung Papandayan. Sabda Alam Hotel & Resort Garut-pun pernah membuat Event bernama “*Magnify*” yang secara tidak langsung mempromosikan Sabda Alam Hotel & Resort menjadi lebih dikenal. Banyak sekali kompetitor pariwisata pemandian yang lebih unggul dari Sabda Alam Hotel & Resort ini dengan kualitas dan fasilitas yang kurang lebih hampir sama dengan

kompetitor, contohnya Cimanggu, Ciater dan Ciwidey karena kurangnya bentuk promosi menjadi salah satu faktor kurangnya pengunjung dan sempitnya segmentasi pasar. Alasan lain keterbatasan media setelah saya wawancara dengan beberapa petugas yang ada di tempat pemandian Cipanas Garut Sabda Alam Resort & Hotel yaitu Mba Damarlia sebagai Marketing di tempat wisata tersebut, yaitu, kurangnya promosi media antar tempat untuk beberapa pemandian di Cipanas Garut dengan tempat yang kurang memadai. Dan hanya beberapa saja yang mungkin mulai terangkat promosinya. *Target Audience* 25-35 tahun untuk kalangan dewasa - akhir kelas menengah pun masih lebih sering berkunjung ke tempat pemandian yang memang sudah mulai ter ekspos. Contohnya Ciater dan Ciwidey .

Media cetak yang sudah dipromosikan yaitu berupa *Brosur, Flyer, Banner* dan beberapa *social media* pendukung seperti, web resmi, *instagram* dan *facebook* saja. Media cetak yang dipromosikan pun berupa Info Seputar Sabda Alam Hotel & Resort, *Room Mate* seperti *Spa, Sauna, Stean, Gym, Hotel & Bungalow* dan juga *Restaurant*. Adapun untuk Package seperti *Meeting Room Package, Birthday Package, Wedding Package, Arisan Package, Table Manner*, dan juga *Honeymoon Package*. Promosi lainnya seperti *TVC, Ambient Media, Billboard, Billboard LED* dll dan sosial media seperti Twitter pun Sabda Alam Hotel & Resort belum pernah membuat media promosi tersebut.

Dikarenakan media yang kurang efektif, Penulis ingin membuat suatu perancangan promosi destinasi wisata Sabda Alam Hotel & Resort ini demi meningkatnya pengunjung serta bertambah luasnya segmentasi pasar yang ada di Cipanas Garut.

1.2 Permasalahan

1.2.1 Identifikasi Masalah

Yang penulis angkat dari latar belakang dan fenomena yang di lihat, dapat di lihat bahwa identifikasi masalahnya sebagai berikut;

1. Kunjungan untuk ke tempat wisata tersebut sangat minim dikarenakan kurangnya minat dan kesadaran *target audience* untuk berwisata ke Pemandian Sabda Alam Hotel & Resort.
2. Dari promosi yang sudah diangkat oleh Sabda Alam Hotel & Resort hanya sekedar dari media cetak ataupun sosial media saja, oleh karena itu kurang terekspos dikarenakan kurangnya melakukan promosi yang

efektif, efisien dan kreatif untuk Wisata Pemandian Sabda Alam Hotel & Resort.

1.2.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana strategi promosi untuk khalayak umum berkunjung ke sebuah tempat pariwisata pemandian di cipanas garut tepatnya di Sabda Alam Hotel & Resort?
2. Perancangan promosi seperti apa yang efektif untuk menarik target audience agar ingin melihat wisata cipanas garut terutama Sabda Alam Hotel & Resort?

1.3 Batasan Masalah

Penelitian akan berfokus pada perancangan promosi Media Pariwisata Pemandian Sabda Alam Hotel & Resort terlebih dahulu agar *target audience* pun dapat mengetahui sejauh mana mereka mengetahui pariwisata pemandian Sabda Alam Hotel & Resort. Penelitian berlanjut menanyakan kepada Petugas yang bekerja di Sabda Alam Hotel & Resort media promosi apa saja yang sudah dilakukan, agar penulis mengetahui kekurangan strategi promosi dari Sabda Alam Hotel & Resort. Penulis akan melakukan penelitian yang berlokasi di Sabda Alam Hotel & Resort, Kabupate Garut, Kecamatan Tarogong, Jawa Barat. Penelitian dimulai Agustus 2018 sampai penelitian selesai.

1.4 Tujuan Penelitian

1. Terancangnya strategi kreatif yang tepat untuk mempromosikan destinasi pariwisata Sabda Alam Hotel & Resort ini sehingga menciptakan promosi yang efektif terhadap target audience.
2. terselesaikannya strategi media dan visual yang tepat untuk target audience yang di tuju yaitu keluarga agar promosi yang di kerjakan dapat tersampaikan dan terekspos dengan baik.

1.5 Manfaat Penelitian

Harapan yang dituju dengan adanya hasil dari proses perancangan strategi kreatif yang tepat untuk mempromosikan pariwisata pemandian Sabda Alam Hotel & Resort yaitu;

1. Untuk memperkenalkan wisata pemandian Sabda Alam Hotel & Resort yang berada di Cipanas dapat dikenal oleh wisatawan.
2. Memberikan kepuasan wisatawan ketika berkunjung ke tempat wisata pemandian Sabda Alam Hotel & Resort dengan fasilitas yang sudah disediakan.
3. Untuk meningkatkan para pengunjung lebih melirik Sabda Alam Hotel & Resort.

1.6 Ruang Lingkup

Suatu penelitian dari data yang diangkat akan diarahkan terlebih dahulu pada media promosinya. Agar *target audience* dari kalangan keluarga pun lebih mengenal tentang wisata pemandian Sabda Alam Hotel & Resort yang bertempat di Cipanas, Kabupaten Garut. Penelitianpun bertempat di lokasi Sabda Alam Hotel & Resort, Cipanas, Kabupaten Garut, Jawa Barat dan dilaksanakan pada bulan Agustus 2018 sampai dengan selesainya penelitian yang diangkat.

Penulis menanyakan info seputar data tentang Sabda Alam Hotel & Resort kepada petugas Damarlia P.S,ST sebagai Marketing di Sabda Alam Hotel & Resort dan petugas sekitar. Agar penulis bisa mengetahui dan mendapatkan data yang *valid* untuk mendapatkan permasalahan yang ingin di angkat dan media promosi apa yang kurang dari wisata pemandian Sabda Alam Hotel & Resort tersebut.

Penelitian yang penulis angkat bertujuan berfokus kepada promosi apa saja yang sudah dilakukan oleh wisata pemandian di Sabda Alam Hotel & Resort agar menjadi sebuah ide kreatif baru untuk mempromosikan wisata pemandian Sabda Alam Hotel & Resort agar para wisatawan pun dapat melirik wisata pemandian air panas Sabda Alam Hotel & Resort Garut.

1.7 Metode Penelitian

Pada metode yang di gunakan pada penulisan yang penulis buat ialah metode kualitatif. Penulis menggunakan metode kualitatif dikarenakan penelitian yang digunakan sebagian besar mengacu pada fakta dan fenomena yang terjadi di masyarakat. Metode kualitatif pun suatu objek penelitian sebagai suatu objek penyelidikan, menemukan, dan menggambarkan atau menjelaskan

keistimewaan suatu objek maupun kualitas sosial yang tidak dapat dijelaskan, diukur ataupun dijelaskan melalui metode kuantitatif (Suryono, 2010:1).

Penulis melakukan penelitian di beberapa tempat yang berada di Cipanas, salah satunya yaitu Sabda Alam Hotel & Resort, tempat ini adalah tempat yang akan diangkat oleh penulis untuk dijadikan objek penelitian. Ciwidey Valley dan Cimanggu Hot Spring Cottage, dipilih menjadi sebuah kompetitor yang memiliki benefit yang sama serta *target audience* yang sama. Ketiga tempat tersebut akan menjadi tempat objek penelitian yang penulis angkat untuk membuat suatu perancangan promosi.

1.7.1 Metode Pengumpulan Data

Pada pengumpulan data yang dilakukan oleh penulis untuk melakukan dan melaksanakan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Observasi

Observasi yang penulis lakukan ialah langsung mendatangi objek wisata Sabda Alam Hotel & Resort, Cipanas, Kabupaten Garut, Jawa Barat tersebut penulis langsung mengamati dan melihat suasana tempat tersebut dan mengambil beberapa foto produk yang sudah pernah di promosikan dan bisa di jual kepada wisatawan terutama *target audience* secara valid dan akurat.

2. Studi Literatur

Arsip yang digunakan oleh penulis adalah beberapa sumber data mengenai struktur Sabda Alam Hotel & Resort serta promosi media yang sudah dibuat. Penulis mendapatkan data tersebut dari tempat dan Pekerja atau petugas yang berada di Sabda Alam Hotel & Resort tersebut.

3. Wawancara

Penulis melakukan wawancara dengan pekerja di Sabda Alam Hotel & Resort. Wawancara digunakan adalah wawancara terstruktur, yang dimana wawancara tersebut sudah penulis tuliskan berupa beberapa pertanyaan.

1.7.2 Metode Analisis

Pada metode penelitian yang penulis gunakan dalam perancangan ini adalah metode kualitatif yang dimana seperti pada buku Penelitian Kualitatif & Desain Riset, Pada penelitian yang penulis gunakan untuk merancang, mendapatkan, menggambarkan dan menjabarkan kualitas produk dan keistimewaan suasana dari wisata pemandian air panas Sabda Alam Hotel & Resort Garut, diukur ataupun digambarkan melalui metode kualitatif (Suryono, 2010:1)

Metode Analisis SWOT

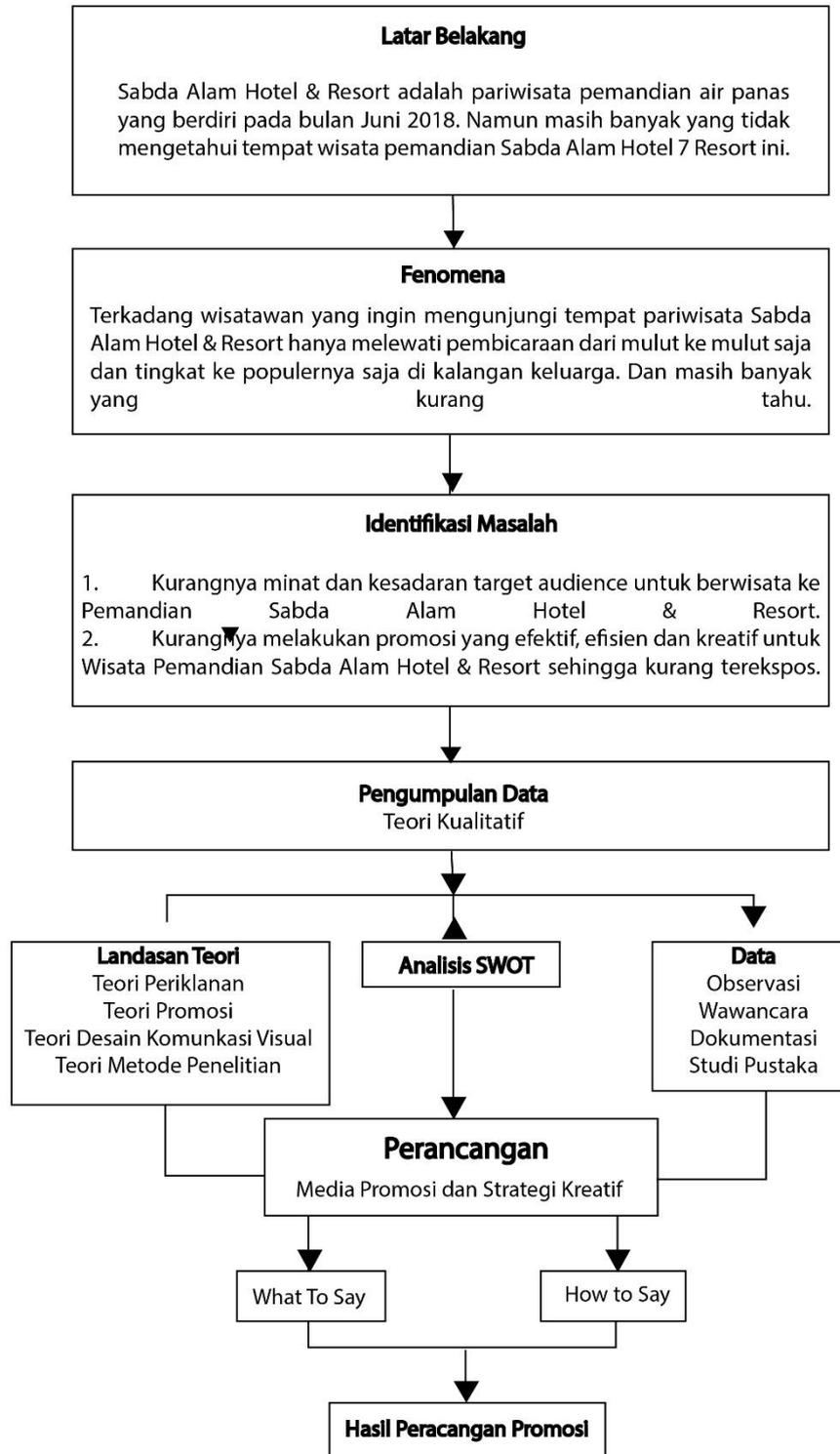
Analisis SWOT yang dijelaskan oleh Freddy Ranguity (2014, p83) yaitu sebuah indifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan suatu strategi perusahaan. Pada analisis ini didasarkan oleh logika untuk memaksimalkan kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*), tetapi secara bersamaan dapat meminimalisir kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threats*).

Penulis menggunakan metode analisis SWOT, agar mengetahui kekuatan, peluang, kelemahan dan ancaman dari wisata Sabda Alam Hotel & Resort dengan kompetitor.

1.8 Kerangka Berpikir

Gambar. 1.1 Kerangka Berpikir

Sumber: Dokumentasi Pribadi



1.9 Sistematika Penulisan

1. BAB I Pendahuluan

Di bagian pendahuluan, penulis mengenalkan destinasi wisata Sabda Alam Hotel & Resort dan menjelaskan permasalahan yang terdiri dari latar belakang, perumusan masalah, identifikasi dari sebuah masalah maupun ruang lingkup tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian, teknik pengumpulan data, dan kerangka sebuah perancangan.

2. BAB II Dasar Pemikiran

Menjelaskan teori-teori yang digunakan sebagai landasan, pedoman untuk menguraikan dan menganalisa permasalahan yang ada sehingga akan ditemukan rancangan solusi. Teori yang akan digunakan dalam perancangan ini adalah teori Destinasi, Promosi, Desain dan Fotografi.

3. BAB III Data dan Analisis Masalah

- Data
 - Dinas Pariwisata Kabupaten Garut.

Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Garut sebagai penyelenggara pemerintah di bidang Dinas Pariwisata dan Kebudayaan untuk mencari informasi data seputar Media dan Data Pengunjung tiap tahunnya.

- Sabda Alam Hotel & Resort Garut.

Destinasi wisata pemandian Sabda Alam Hotel & Resort merupakan salah satu destinasi wisata pemandian yang berada di Cipanas, Kabupaten Garut. Destinasi wisata pemandian ini terletak di Cipanas Garut, Kabupaten Garut, Jawa Barat. Destinasi wisata ini dihkunjungi oleh sekelompok wisatawan yang sangat ingin menikmati suasana Air Panas dan fasilitas untuk memanjakan diri dari Sabda Alam Hotel & Resort.

- Analisis

Berisi pengolahan berbagai data yang berkaitan dengan obyek perancangan. Dilakukan dengan analisis yang sesuai dengan tujuan perancangan, untuk menghasilkan strategi perancangan.

4. BAB IV Konsep dan Hasil Perancangan

Pada bab ini memberitahu/menjelaskan sebuah konsep Strategi Promosi (konsep kreatif), konsep media, dan konsep visual yang di gunakan dalam suatu perancangan yang di mulai dari sketsa sampai penerapan pada visualisasi media.

5. BAB V Penutup

Bab ini berisikan salah satu sebuah kesimpulan dan saran untuk jawaban dan rumusan dari sebuah masalah yang menjelaskan hasil dari perancangan promosi.