

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Majalengka adalah Kabupaten yang secara geografis terletak di bagian timur Propinsi Jawa Barat. Majalengka berbatasan langsung dengan beberapa daerah diantaranya adalah Kabupaten Indramayu yang terletak di sebelah utara, Kabupaten Garut, Ciamis dan Tasikmalaya yang terletak di sebelah Selatan, Kabupaten Sumedang terletak di sebelah Barat, dan Kabupaten Cirebon dan Kuningan terletak di sebelah Timur.

Majalengka juga dikenal dengan destinasi wisata alamnya yang sangat indah dan alami, selain itu dengan adanya destinasi wisata di kabupaten Majalengka, tentunya memiliki dampak yang positif terhadap perekonomian wilayah setempat dan juga menambah pendapatan pemerintah setempat menurut utama (2017:11-12). Majalengka memiliki banyak sekali destinasi wisata diantaranya adalah Paraland Majalengka, Paralayang Majalengka, Bukit Panyaweuyan, Curug Tonjong, Curug Muara Jaya, Curug Santang, Bukit Alam Hejo, Talaga Herang dan masih banyak yang lainnya.

Setiap destinasi wisata yang ada pastinya memiliki sebuah daya tarik yang dimana dapat menarik para wisatawan untuk datang atau berwisata ke tempat wisata tersebut. Menurut Utama (2017:143), Daya tarik wisata adalah segala sesuatu di sesuatu tempat yang memiliki sebuah keunikan, keindahan, kemudahan serta mempunyai nilai untuk dikunjungi dan di nikmati oleh wisatawan. Selain itu sebuah destinasi wisata juga harus memiliki syarat syarat sebagai destinasi wisata yang baik bagi pengembangan daerah dan tentunya baik untuk para wisatawan. Menurut Maryani (1991:11) syarat syarat tersebut diantaranya adalah daya tarik yang dapat disaksikan oleh wisatawan (*What to see*), aktifitas yang dapat dilakukan oleh wisatawan (*what to do*), sesuatu yang dapat di beli oleh wisatawan (*what to buy*), bagaimana cara wisatawan berkunjung ke lokasi wisata (*what to arrive*), dan tempat untuk bertinggal atau menetap di lokasi wisata tujuan (*what to stay*)

Namun pada kenyataannya, tidak semua destinasi wisata yang berada di kabupaten Majalengka memiliki syarat syarat tersebut, misalnya wisata Paraland yang tidak memiliki sebuah souvenir atau oleh-oleh yang dapat di beli oleh wisatawan. namun ada pula destinasi wisata daerah kabupaten Majalengka yang memiliki syarat syarat tersebut, salah satunya adalah

objek destinasi wisata Bukit Alam Hejo yang berlokasi di desa Pasirayu, Kecamatan Sindang Kabupaten Majalengka. Bukit Alam Hejo merupakan sebuah wisata pertama di daerah Majalengka yang dibuka pada tahun 2010, Bukit Alam Hejo memiliki daya tarik tersendiri yang tentunya memenuhi syarat-syarat dari tempat wisata yang baik. Bukit Alam Hejo memiliki pemandangan yang indah serta sejuk karena wisata tersebut terletak di ujung bukit kaki gunung Ciremai dan alamnya senantiasa dijaga oleh pengelola Bukit Alam Hejo, selain itu pengunjung dapat menyaksikan *live* musik yang diadakan oleh pengelola Bukit Alam Hejo, dan para pengunjung bebas untuk dapat me *request* lagu pilihan. Tidak hanya pemandangan, Bukit Alam Hejo menyediakan banyak fasilitas seperti parkir yang luas, toilet, mushola, tempat sampah, kamar mandi, gazebo, dan beberapa aula. Selain itu Bukit Alam Hejo memiliki beberapa fasilitas utamanya Untuk dapat di nikmati oleh para pengunjung, diantaranya ada Kolam Renang, Flying Fox, ATV, Kuda tunggang, Kereta Anak, dan mainan anak. Beda dari pesaingnya, Bukit Alam Hejo memiliki sebuah perkebunan buah yang cukup luas yang setiap musim selalu berganti pohon yang di tanamnya, seperti pisang, jeruk bali, rambutan, Durian dan jeruk. Pengunjung dapat menikmati buah buahan yang tersedia di Bukit Alam Hejo secara gratis, kemudian jika pengunjung ingin membawa pulang buah buahan yang berada di lokasi Bukit Alam Hejo, maka pengunjung dapat membelinya dengan harga yang murah. Untuk dapat sampai ke Bukit Alam Hejo memerlukan waktu sekitar 45 menit dari kota Majalengka dengan menggunakan berbagai macam alat transportasi kecuali bis berukuran besar, namun jika tidak ingin membawa kendaraan pribadi, pihak Bukit Alam Hejo menyediakan jasa wisata menggunakan bis berukuran sedang (elf). Parkiran yang disediakan oleh pihak Bukit Alam Hejo sangatlah luas dan teratur. Selain itu bagi pengunjung yang menyukai adventure dan berkemah, Bukit Alam Hejo menyediakan beberapa peralatan berkemah untuk dapat pengunjung sewa dan berkemah di lokasi perkemahan Bukit Alam Hejo, tentunya dengan harga yang murah pengunjung dapat merasakan menginap di alam terbuka dan di ujung bukit.

Sesuai dengan namanya Bukit Alam Hejo memiliki konsep wisata alami yang mempertahankan pepohonan untuk dapat memanjakan para pengunjung yang berkunjung. Tempat wisata ini sangatlah cocok untuk menjadi sebuah objek wisata pilihan ketika sedang berlibur dan untuk *me-relax* kan pikiran di tengah padatnya pekerjaan. Selain dengan lingkungan yang asri dan terjaga, menurut pengelola semenjak Bukit Alam Hejo di buka, pihak pengelola belum menebang pohon terkecuali untuk dibangun suatu fasilitas dan kemudian di tanam pepohonan yang baru. tiket untuk dapat menikmati objek wisata tersebut tergolonglah murah yaitu Rp.15.000 termasuk tiket kolam renang dan biaya parkir, tidak seperti pesaingnya, Bukit Alam Hejo akan memberikan sebuah diskon dan potongan harga tiket masuk

kepada para pengunjung sesuai dengan kebijakan yang telah ditetapkan oleh pengelola Bukit Alam Hejo. Seperti beli empat tiket masuk maka gratis satu tiket masuk.



*Gambar 1.1 : Kolam Renang Bukit Alam Hejo,
Sumber : Dokumentasi Pribadi*

Seiring berjalannya waktu, semakin terkenalnya kabupaten Majalengka di kalangan masyarakat dengan adanya proyek tol dan bandara internasional di daerah Kertajati, Majalengka. Maka semakin banyak pula wisata wisata baru yang bermunculan, diantaranya adalah Paralayang Majalengka, Paraland Majalengka dan Bukit Panyaweuyan, hal tersebut memiliki dampak bagi Bukit Alam Hejo yaitu penurunan jumlah pengunjung yang cukup banyak, menurut Friesky Redian selaku pengelola Bukit Alam Hejo. Berdasarkan hasil observasi penulis, Bukit Alam Hejo memiliki potensi untuk bersaing dengan para pesaing yang baru, terutama dari segi kesejukan alamnya yang terjaga dan fasilitas utama kolam renang, karena para pesaingnya tidak memiliki pepohonan yang banyak sehingga terasa panas jika di siang hari dan juga tidak menyediakan fasilitas kolam renang. Menurut hasil wawancara Penulis dengan pengelola Bukit Alam Hejo, bahwa Bukit Alam Hejo sudah tidak lagi melakukan sebuah promosi apapun kecuali hanya mengandalkan WOM (*Word of Mouth*), walaupun ada perubahan dari segi pembangunan dan fasilitas di Bukit Alam Hejo.

Berdasarkan dari fenomena dan latar belakang yang di dapat dari destinasi wisata Bukit Alam Hejo, promosi merupakan suatu hal yang wajib dilakukan dalam upaya meningkatkan jumlah pengunjung, karena menurut Pengelola, Bukit Alam Hejo sudah tidak melakukan promosi semenjak tahun 2014. Oleh karena itu, berdasarkan data yang telah di dapat oleh Penulis, Penulis akan melakukan sebuah penelitian untuk merancang sebuah promosi untuk wisata Bukit Alam Hejo sebagai tema untuk menyelesaikan tugas akhir. Penelitian ini akan merancang sebuah promosi yang efektif, tentunya dengan tujuan untuk meningkatkan jumlah

pengunjung Bukit Alam Hejo dan dapat bersaing dengan para pesaing yang terletak di daerah sekitar Majalengka.

1.2 Identifikasi Masalah

Menurut latar belakang, terdapat beberapa permasalahan yaitu:

1. Berkurangnya jumlah pengunjung Bukit Alam Hejo, dikarenakan banyaknya destinasi wisata baru bermunculan.
2. Bukit Alam Hejo sudah tidak melakukan promosi lanjutan.
3. Hanya menggunakan media WOM dalam melakukan promosinya.

1.3 Rumusan Masalah

1. Bagaimana merancang promosi yang tepat untuk Bukit Alam Hejo ?

1.4 Tujuan Penelitian

1. Meningkatkan jumlah pengunjung Bukit Alam Hejo.
2. Merancang sebuah promosi yang tepat untuk Bukit Alam Hejo.

1.5 Manfaat Penelitian

Tidaklah sempurna ketika sebuah penelitian tidak mempunyai sebuah manfaat bagi penulis maupun pembaca. Oleh karena itu penelitian yang dilakukan di Bukit Alam Hejo mempunyai manfaat sebagai berikut :

1. Manfaat penelitian bagi pengelola Bukit Alam Hejo.

Manfaat bagi pengelola terhadap penelitian yang penulis lakukan tentang perancangan promosi diantaranya adalah mengetahui sebuah strategi yang efektif dalam memberikan informasi kepada publik, dan lebih memahami tentang *target audience*, sehingga mampu membuat Bukit Alam Hejo di terima oleh masyarakat/*Target audience* dan tentunya akan meningkatkan jumlah pengunjung.

2. Manfaat penelitian bagi pembaca

Manfaat bagi pembaca adalah mampu memahami rancangan promosi yang efektif yang di gunakan untuk destinasi wisata agar mampu dikenal oleh masyarakat luas / *Target Audience*.

3. Manfaat penelitian bagi penulis

Manfaat penelitian untuk penulis diantaranya mampu untuk menerapkan ilmu tentang perancangan promosi destinasi wisata di era milenial / modern, serta berkembang dalam bidang periklanan.

1.6 Ruang Lingkup

Berdasarkan ruang lingkup diatas, batasan Penulis dalam melakukan penelitian adalah merancang sebuah promosi yang efektif untuk destinasi wisata Bukit Alam Hejo agar meningkatkan jumlah pengunjung. Lokasi penelitian berada di daerah Majalengka dikarenakan Bukit Alam Hejo terletak di daerah Kabupaten Majalengka. Target dari Bukit Alam Hejo adalah anak muda dan keluarga yang tinggal di daerah Majalengka dan sekitarnya. Seperti data yang di dapat oleh penulis dari hasil wawancara dengan pihak pengelola Bukit Alam Hejo target dari Bukit Alam Hejo itu sendiri adalah anak muda dan keluarga, namun lebih di fokuskan kepada keluarga.

1.7 Metodologi Penelitian

Metode penelitian kualitatif adalah sebuah metode yang akan penulis gunakan dalam penelitian kali ini. Jenis penelitian ini bertujuan untuk dapat mengerti fenomena yang dirasakan subjek penelitian seperti perilaku, tindakan, pendapat, motivasi, dan lainnya secara holistic, selain itu bisa juga dengan cara deskripsi dengan menggunakan kata-kata, dengan konteks yang lebih mengerucut dan memanfaatkan metode alamiah yang lain (Moleong, 2005:6). Penulis menggunakan metode penelitian kualitatif dikarenakan penelitian ini mengacu pada pemahaman fenomena yang ada di sekitar target audiens dan dialami oleh mereka.

1.8 Metode Pengumpulan data

Tekhnik pengumpulan data yang akan digunakanoleh penulis diantaranya adalah :

1. Observasi

Menurut Patton, observasi ialah sebuah metode penelitian yang bersifat akurat dan spesifik dalam mengumpulkan data serta memiliki tujuan dalam mencari informasi mengenai

segala bentuk kegiatan yang sedang berlangsung untuk dijadikan sebuah objek kajian dalam penelitian.

Observasi yang penulis lakukan dalam penelitian ini dengan cara mengunjungi langsung destinasi wisata alam Bukit Alam Hejo yang terletak di Kabupaten Majalengka. Pada saat tiba di lokasi, Penulis langsung mengambil foto sambil melihat-lihat kondisi lingkungan Wisata Bukit Alam Hejo. Pada saat itu pula Penulis mendatangi Bukit Panyaweuyan yang berada di desa Argapura, sebagai *kompetitor* dari Bukit Alam Hejo.

2. Arsip

Arsip merupakan salah satu produk yang berkaitan dengan pekerjaan kantor (*office work*) menurut Wuranto. Pekerjaan kantor lainnya adalah sebuah formulir, surat, dan laporan

Arsip yang dikumpulkan oleh penulis merupakan sebuah data dari jumlah pengunjung yang datang dari setiap tahun, tepatnya dari tahun 2011 sampai dengan tahun 2018.

3. Wawancara

Wawancara adalah suatu bentuk tanya jawab diantara dua orang atau lebih yang berlangsung diantara narasumber dan pewawancara. Dalam metode wawancara ini Penulis langsung mewawancarai pengelola Bukit Alam Hejo bertujuan untuk mendapatkan informasi yang akurat, agar mampu memudahkan penulis dalam melakukan penelitian. Dan jenis metode wawancara yang dilakukan penulis adalah sebuah wawancara terstruktur yang dimana penulis sudah membuat pertanyaan sebelumnya, dan menanyakannya sesuai dengan urutan pertanyaan yang sudah penulis buat.

1.9 Metode Analisis

Metode Analisis penulis menggunakan metode AISAS yang dikenalkan oleh Dentsu Way. Metode ini akan sangat membantu penulis untuk merancang sebuah promosi yang akan dilakukan, AISAS itu sendiri adalah sebuah singkatan dari *attention, interest, search, action* dan *share*.

1. Attention

Attention adalah sebuah iklan yang mampu menarik perhatian. Sebuah produk pasti harus memperkenalkan kepada *target audiencenya*, cara pengenalan sebuah produk dapat dilakukan dalam bentuk *banner* atau teks yang dibuat untuk menarik perhatian *Target Audience* nya.

2. Interest

Interest adalah dimana para target audience mulai tertarik dengan produk yang di tawarkan.

3. *Search*

Search adalah sebuah cara yang digunakan oleh para calon konsumen sebelum mengambil sebuah keputusan. Sebelum menentukan sebuah keputusan calon konsumen akan mencari informasi tentang produk yang ditawarkan sebanyak banyaknya lewat *Website*, *Produk review*, *Blogspot*, artikel dan lain lain.

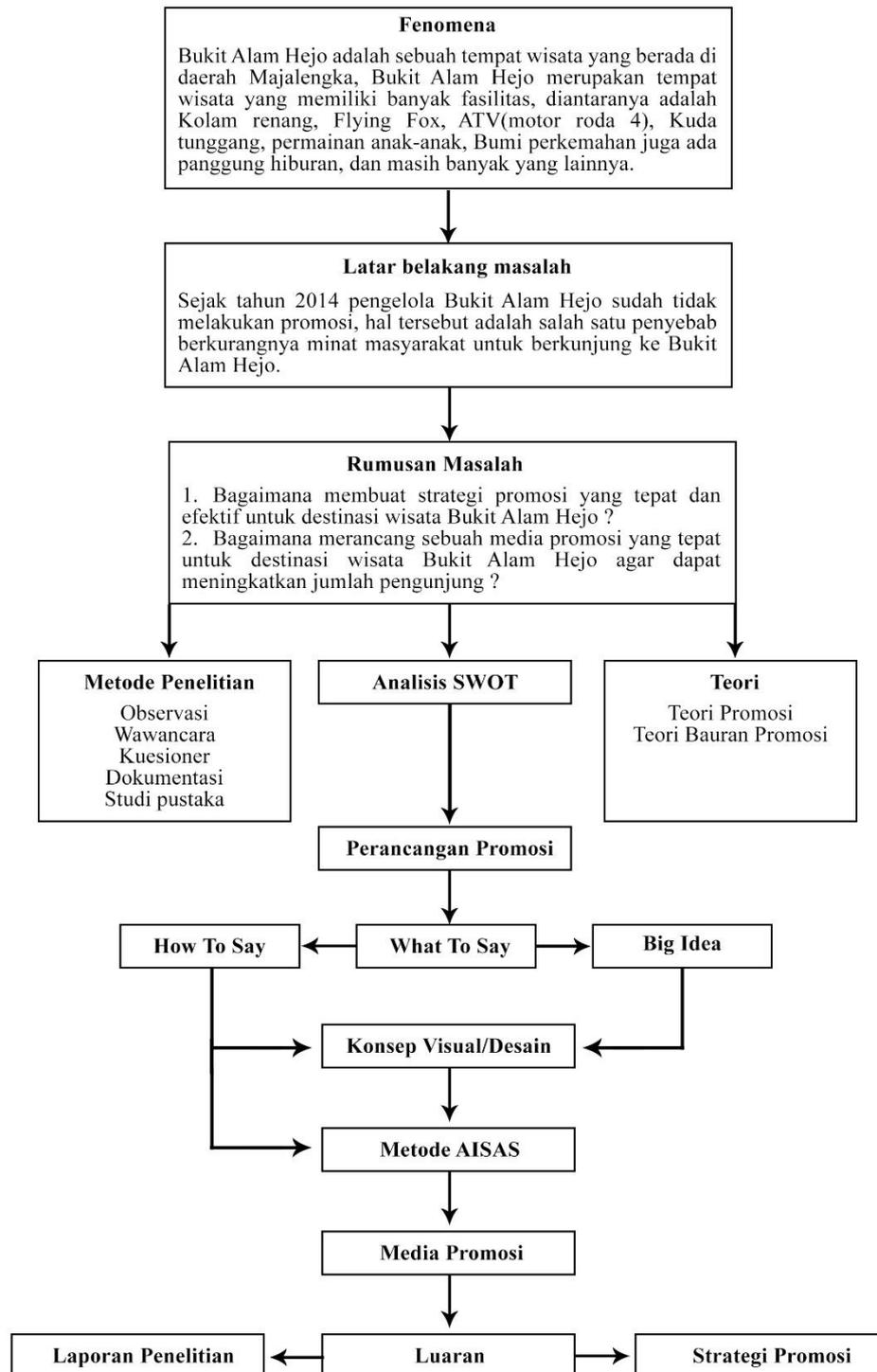
4. *Action*

Action adalah sebuah tindakan konsumen setelah mengambil sebuah keputusan. Disinilah proses interaksi antara produk dan konsumen akan terjadi, oleh karena itu menjaga sebuah hubungan antara konsumen dan produk sangat lah penting agar senantiasa sesuai atau bahkan melebihi ekspektasi dari konsumen.

5. *Share*

Share adalah hasil dari pengalaman antara konsumen dengan sebuah produk, mereka akan membagikannya kepada orang lain dengan melalui testimoni, media sosial, *blogspot*, artikel dan lain lain.

1.10 Kerangka Berfikir



Bagan 1 : Bagan kerangka berfikir

Sumber : Pribadi

1.11 Pembabakan

1.1.1 BAB I Pendahuluan

Berisikan latar belakang kemudian rumusan masalah, identifikasi masalah, manfaat penelitian, tujuan penelitian, ruang lingkup penelitian, metode penelitian, teknik pengumpulan data dan kerangka pemikiran

BAB II Dasar Pemikiran

Bagian ini berisikan dasar pemikiran yang berasal dari teori-teori dari para ahli yang digunakan sebagai dasar dalam menganalisis dan mendukung secara teoritis dalam perancangan promosi Destinasi Wisata Bukit Alam Hejo untuk meningkatkan jumlah pengunjung.

BAB III Data dan Analisis Masalah

Pada bagian ini penulis akan memasukan data yang telah diolah serta menganalisis data hasil observasi yang sudah dilaksanakan di Bukit Alam Hejo menggunakan metode wawancara. Selain itu penulis juga akan menjelaskan mengenai metode penelitian yang Penulis gunakan.

BAB IV Konsep dan Hasil Rancangan

Pada bagian ini, Penulis akan mempersentasikan konsep yang telah dibuat oleh Penulis untuk perancangan strategi promosi destinasi wisata Bukit Alam Hejo. Mulai dari menjelaskan ide besar hingga konsep visualnya.

BAB V Penutup

Pada bagian penutup ini membahas mengenai saran dan juga kesimpulan mengenai hasil dari penelitian yang penulis lakukan.