

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Garut merupakan salah satu wilayah di Provinsi Jawa Barat yang terdiri dari Kota dan Kabupaten. Garut berbatasan dengan Kabupaten Sumedang di utara, Kabupaten Tasikmalaya di timur, Samudra Hindia di selatan, serta Kabupaten Cianjur dan Kabupaten Bandung di barat. Ada beberapa kelebihan kota Garut, misalnya kerajinan yang terkenal di Kota Garut yang memproduksi jaket dan aksesoris yang dibuat dari kulit domba asli, lalu wisata Kuliner pun yang sangat beraneka ragam, selain itu Garut juga mempunyai wisata yang lengkap mulai dari wisata Alam, wisata Bahari, Wisata Tirta, hingga wisata Sejarah dan Wisata Budaya. Akan tetapi, tidak semua wisata yang berada di Garut terekspos, ada salah satu wisata unik di Garut yang menggabungkan antara wisata Budaya dan wisata Alam namun belum terlalu terekspos oleh para wisatawan yaitu wisata Kampung Bali.

Lokasi wisata Kampung Bali berada di Jln Ki Hajar Dewantara, Sarmanjah 17, Cibunar, Cibatu, Garut Jawa Barat, julukan Kampung Bali bermula dari warga dan para pengunjung yang merasa bahwa wisata ini bernuansa seperti di Bali, karena terdapat replika patung-patung seperti di Bali dan replika tempat peribadatan umat Hindu, nama asli dari wisata ini adalah Graha Liman Kencana Radya Pusaka, arti dari Radya Pusaka adalah melestarikan budaya dan sejarah, wisata ini diresmikan pada tanggal 10 Juli 2013, dan didirikan di atas tanah seluas 33 hektar. Kampung Bali ini merupakan milik pribadi dan pemiliknya adalah Ki Hj. Drajat Hadiningrat, pemilik dari Kampung Bali membuat wisata dengan konsep seperti ini karena bentuk rasa kecintaanya kepada Negeri dan untuk mempertahankan budaya khususnya budaya Bali, juga untuk memberikan pengetahuan kepada pengunjung mengenai budaya Bali, dalam wisata ini juga terdapat museum yang dibuat untuk memamerkan beberapa koleksi pusaka.

Selain budaya, Kampung Bali juga menyuguhkan pemandangan alam yang indah dan udara yang sejuk ditambah pemandangan yang menghadap langsung ke Sungai Cimanuk, selain itu Kampung Bali dapat memberi edukasi kepada pengunjungnya karena terdapat peninggalan-peninggalan pusaka yang ditempatkan di Museum Kampung Bali, berwisata di objek wisata ini akan menambah wawasan dan pengalaman baru kepada masyarakat supaya lebih mengenal kebudayaan bangsa Indonesia. Dengan adanya Kampung Bali diharapkan akan membuat pengunjung lebih menghargai budaya yang ada di Indonesia.

Jumlah Pengunjung di Kampung Bali pada tahun-tahun pertama mengalami peningkatan karena mempunyai karyawan yang bekerja untuk mengiklankan wisata Kampung Bali, namun menurut pengelola Kampung Bali seiring waktu Kampung Bali mengalami penurunan jumlah pengunjung karena tidak menggunakan promosi lagi, dan tahun ini dikatakan mengalami penurunan pengunjung dibanding tahun-tahun sebelumnya, bahkan setiap harinya jumlah pengunjung tidak menentu, terkadang tidak ada pengunjung, dan hanya hari libur panjang akan mengalami kenaikan pengunjung, ditambah lagi pengunjung mengetahui wisata ini hanya dari mulut ke mulut, kurangnya promosi akan membuat wisata ini tenggelam dan kalah pamor dengan wisata yang terkenal di Garut. Selain itu sekarang orang-orang lebih menyukai tempat seperti *mall*, *coffe shop* atau *café*, berdasarkan data dari Opinionlab disebutkan jika masyarakat lebih menyukai datang ke *mall* karena tertarik dengan banyaknya penawaran menarik ataupun pengalaman spesial di dalam *mall*.

Maka dari itu, perlu adanya sebuah media promosi untuk meningkatkan minat masyarakat agar tertarik untuk mengunjungi salah satu wisata yang berada di Garut ini, apabila promosi tidak dibuat maka dikhawatirkan wisata Kampung Bali akan tenggelam dengan wisata lainnya, dengan adanya media promosi ini diharapkan akan membuat masyarakat tahu dan mendapatkan informasi lebih tentang keberadaan kawasan objek wisata Kampung Bali ini.

Berdasarkan latar belakang yang telah ditulis di atas, maka penulis tertarik untuk mengangkat perancangan promosi wisata Kampung Bali, dimana media promosi ini diharapkan membuat masyarakat yang sedang merencanakan liburan agar tertarik untuk berkunjung ke Kampung Bali.

1.2 Permasalahan

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat diidentifikasi masalahnya sebagai berikut:

1. Garut mempunyai bermacam-macam wisata, namun masih ada wisata yang belum terlalu terekspos.
2. Kurangnya promosi wisata Kampung Bali.
3. Pengunjung Kampung Bali mengalami penurunan.
4. Masyarakat lebih menyukai tempat seperti *mall*, *coffe shop* atau *café*.

1.2.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan Identifikasi masalah, maka rumusan masalahnya sebagai berikut:

Bagaimana merancang media promosi yang tepat agar masyarakat tertarik mengunjungi wisata Kampung Bali?

1.3 Ruang Lingkup

Dengan adanya ruang lingkup, maka penulis terbantu membahas penelitian menjadi terfokus dan terarah, dengan menggunakan metode 5W+1H, antara lain :

1. What (Apa)

Melakukan perancangan promosi wisata Kampung Bali di Garut.

2. Who (Siapa)

Target *audience* nya adalah wanita dan pria dari kalangan remaja hingga yang sudah berkeluarga, dasar psikografis: hobi foto, hobi jalan-jalan.

3. Where (Dimana)

Lokasi tempat wisata ini berada di Jln Ki Hajar Dewantara, Sarmanjah 17, Cibunar, Cibatu Garut Jawa Barat.

4. *When* (Kapan)

Proyek Tugas Akhir berlangsung pada bulan Januari hingga Juli 2019.

5. *Why* (Kenapa)

Karena menggabungkan alam dan budaya, maka disayangkan apabila wisata ini tidak terekspos luas, wisata ini memiliki potensi dapat mengedukasi para pengunjungnya.

6. *How* (Bagaimana)

Penulis mempunyai solusi untuk wisata Kampung Bali, yaitu dengan cara membuat media promosi yang sesuai dengan target *audience* dan menggunakan foto-foto dari Kampung Bali.

1.4 Tujuan Perancangan

Tujuan dalam perancangannya antara lain adalah:

1. Merancang media promosi yang tepat agar masyarakat tertarik mengunjungi wisata Kampung Bali.
2. Meningkatkan pendapatan masyarakat sekitar.

1.5 Manfaat Perancangan

Dari hasil perancangan diharapkan mendapat manfaat yang didapat, di antaranya:

a. Manfaat bagi Penulis

Penulis mendapat tambahan wawasan baru mengenai wisata budaya yang berada di Garut khususnya di Kampung Bali, selain itu penulis mendapat ilmu tentang bagaimana cara membuat media promosi hingga mendapat pengalaman merancang sebuah desain untuk kawasan wisata.

b. Manfaat bagi Masyarakat

Diharapkan perancangan media promosi ini dapat menjadi informasi bagi para masyarakat terutama yang sedang merencanakan liburan, tentang potensi keindahan dan adanya edukasi yang dimiliki oleh wisata Kampung Bali.

c. Manfaat bagi Institusi

Diharapkan Perancangan ini dapat menjadi bahan pembelajaran dalam menyusun perancangan media promosi wisata dan dapat menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya.

1.6 Pengumpulan dan Analisis Data

Pengumpulan dan Analisis data yang dipakai dalam penelitian ini adalah menggunakan metode kualitatif, Meleong dalam Herdiansyah (2010:9) mendefinisikan bahwa penelitian kualitatif adalah suatu penelitian ilmiah yang bertujuan untuk memahami suatu fenomena dalam konteks social secara alamiah dengan mengedepankan proses interaksi komunikasi yang mendalam antara peneliti dengan fenomena yang diteliti.

1.6.1 Cara Pengumpulan Data

1. Wawancara

Menurut Sugiyono (2013 : 231) wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu.

Dalam metode ini, penulis mewawancarai narasumber yaitu pengelola untuk mendapatkan informasi data yang akurat mengenai wisata ini, dan mewawancarai pengunjung untuk mendukung dan menambah data yang dibutuhkan.

2. Observasi

Observasi merupakan teknik pengumpulan data, dimana peneliti melakukan pengamatan secara langsung ke objek penelitian untuk melihat dari dekat kegiatan yang dilakukan (Riduwan, 2004:104).

Penulis menggunakan metode observasi dalam pengumpulan data yang dilakukan dengan cara melakukan pengamatan langsung terhadap objek wisata yang diteliti, mengamati keadaan yang ada di lokasi, dan mengamati aktivitas dari pengelola objek wisata dan pengunjung yang datang ke Kampung Bali.

3. Studi Pustaka

Menurut Sugiyono (2012:91) studi kepustakaan berkaitan dengan kajian teoritis dan referensi lain yang berkaitan dengan nilai, budaya dan norma yang berkembang pada situasi sosial yang diteliti, selain itu studi kepustakaan sangat penting dalam melakukan penelitian, hal ini dikarenakan penelitian tidak akan lepas dari literatur-literatur Ilmiah.

Penulis mengumpulkan beberapa data tentang wisata Kampung Bali, serta beberapa referensi dari buku dan website untuk memperoleh informasi yang berkaitan dengan Perancangan media Promosi.

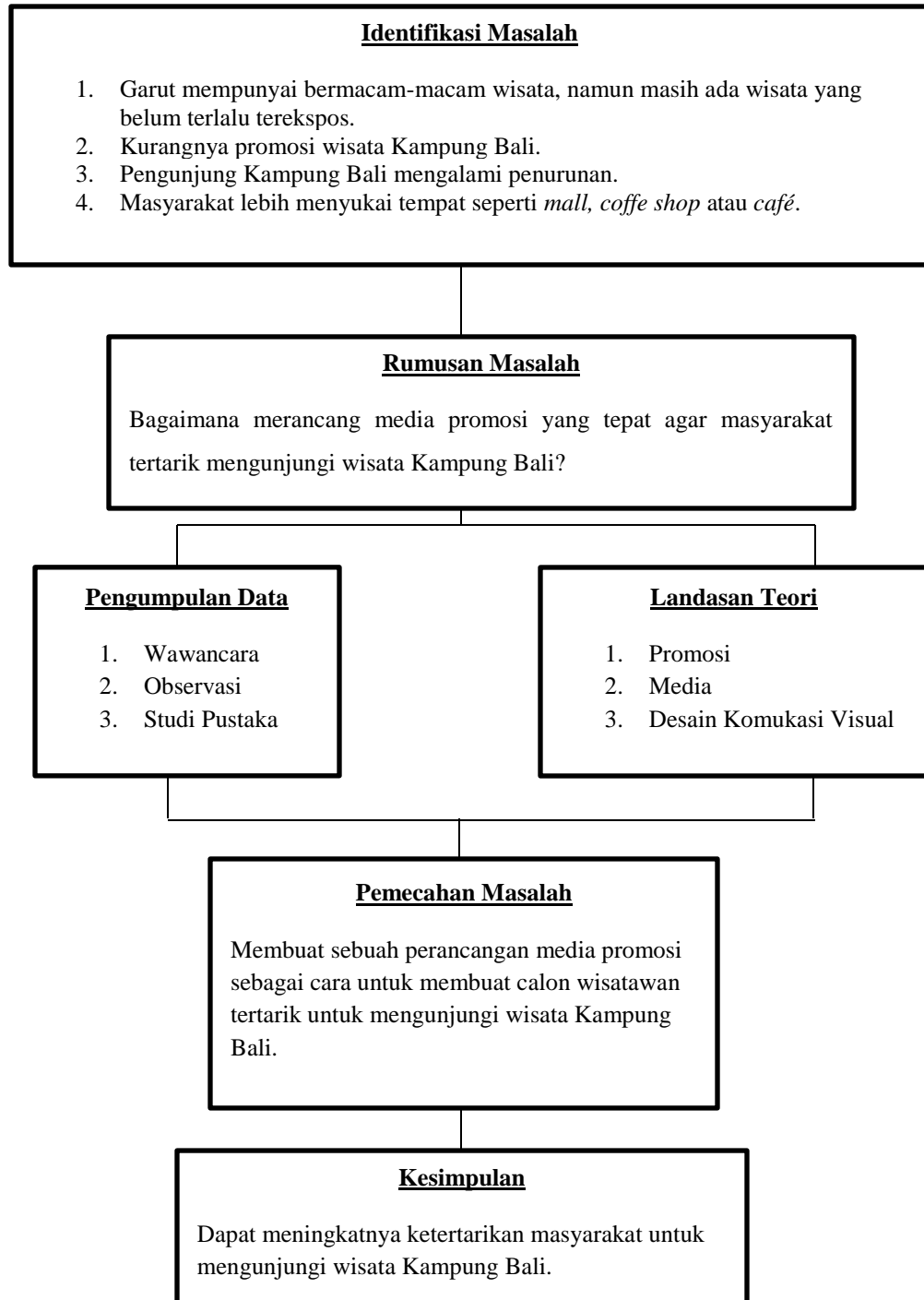
1.6.2 Cara Analisis Data

Dalam perancangan ini penulis menggunakan metode analisis SWOT(*Strength, Weakness, Opportunity, Threat*) dan Analisis matriks perbandingan.

Analisis SWOT merupakan singkatan dari Strengths, Weakness, Opportunities, dan Threats. Menurut Rachmat (2014:251) Analisis SWOT merupakan bentuk analisis situasi dan kondisi yang bersifat deskriptif (memberi gambaran). Pada analisis SWOT ini penulis membandingkan antara faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan faktor eksternal (peluang dan ancaman), sehingga dari analisis tersebut dapat diambil strategi yang tepat.

Sedangkan Analisis Matriks menurut Soewardikoen (2013:50) matriks terdiri dari kolom dan baris yang masing-masing mewakili dua dimensi berbeda, dapat berupa konsep dan kumpulan informasi. Pada matriks perbandingan ini penulis melihat perbedaan dari media visual pada objek wisata sejenis, lalu dapat dibandingkan sehingga dapat terlihat perbedaan dari masing-masing media visual yang dibandingkan, mulai dari warna, tipografi, layout, dan ilustrasinya.

1.7 Kerangka Perancangan



1.1 Gambar Bagan Kerangka Perancangan.

(sumber : dokumen penulis)

1.8 Pembabakan

Berikut sistematika Penulisan dalam penulisan laporan Tugas Akhir, yaitu:

Bab I Pendahuluan

Pada BAB I, berisi tentang Latar belakang permasalahan, Identifikasi Masalah yang akan diangkat, Rumusan masalah, menyebutkan tujuan dan manfaat penelitian, cara yang digunakan dalam melakukan pengumpulan data, bagan konsep untuk memetakan masalah, dan yang terakhir pembabakan untuk penjelasan secara singkat mengenai tiap bab.

Bab II Dasar Pemikiran

Pada BAB II, berisi teori atau dasar pemikiran yang berhubungan dan digunakan sebagai acuan dalam merancang dan menguraikan masalah dari objek yang akan diangkat.

Bab III Data dan Analisis Masalah

Pada BAB III, Menjelaskan data-data yang sudah diperoleh melalui Wawancara, Observasi dan Studi Pustaka. Menganalisis data yang telah didapatkan dengan cara membuat analisis SWOT, matriks perbandingan, dan cara lainnya untuk mendapatkan hasil konsep perancangan.

Bab IV Konsep dan Hasil Perancangan

Pada BAB IV, menjelaskan mengenai konsep yang telah dibuat seperti konsep pesan, konsep kreatif, konsep media, konsep visual serta konsep bisnis yang digunakan dan juga penjelasan hasil dari perancangan melalui media-media yang telah ditentukan.

Bab V Penutup

Pada BAB V, Menjelaskan keseluruhan rangkuman kesimpulan dan saran dari hasil penelitian.