

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Pariwisata di daerah-daerah sangatlah banyak apabila mampu memanfaatkan dan menyadari akan potensi-potensi yang ada, pemerintah dan masyarakat daerah saling membantu dalam pengembangannya tersebut sehingga akan mengangkat segi ekonomi, budaya dan pendidikan daerah itu. Pariwisata sangatlah mampu dalam mengatasi masalah kesejahteraan bila dikembangkan secara profesional.

Kota Kuningan menjadi salah satu kota di Jawa Barat yang fokus untuk pembangunan obyek wisata daripada infrastrukturnya, karena memiliki cuaca yang sejuk karena terletak diantara Kabupaten Majalengka, Cirebon dan dibagian barat terdapat pegunungan dengan tinggi 3.076 M yaitu Gunung Ciremai, gunung tertinggi di Jawa Barat. Kuningan juga memiliki lahan yang berpotensi dalam membangun obyek wisata alam. Pada tahun 2014, Kabupaten Kuningan memfokuskan pembangunan dalam sektor destinasi wisata alam dan menjalin kerja sama dengan delapan daerah perbatasan antara Jawa Barat dan Jawa Tengah untuk menggairahkan pariwisata di kawasan tersebut.

Dusun Palutungan, Desa Cisantana, Kecamatan Cigugur adalah dusun yang berada di kaki Gunung Ciremai. Beberapa obyek wisata alam di daerah Dusun Palutungan yang terus bermunculan sejak tahun 2014 diantaranya yaitu: Bumi Perkemahan Palutungan Curug Putri sejak tahun 1993, Ipukan sejak tahun 2014, Sukageri sejak tahun 2015, Curug Landung sejak tahun 2015, dan Tenjo Laut sejak tahun 2015.

Bumi Perkemahan Palutungan Curug Putri adalah destinasi wisata alam pertama di dusun Palutungan, desa Cisantana yang memiliki konsep konservasi, budaya, pendidikan, petualangan dan rekreasi. Bumi Perkemahan Palutungan Curug Putri memiliki keunggulan yang cukup dominan diantara obyek wisata yang lain yaitu area hutan pinus yang luas dan keseluruhan areanya  $\pm 11,8$  hektare dan memiliki medan yang tidak berat, rute curug yang mudah diakses  $\pm 200$  m dari pos tiket, banyaknya aktifitas yang dapat dilakukan bersama seperti outbound dan

berpiknik di area hutan pinus, dan suasana yang lebih sejuk karena kawasan hutan pinus yang membuat udara terasa segar dan tidak gersang. Selain itu, Bumi Perkemahan Palutungan Curug Putri memiliki cerita rakyat yang sudah dikenal sejak lama yaitu bentuk curug yang terlihat seperti seorang putri yang konon katanya pula Curug Putri Palutungan adalah tempat mandinya para bidadari dari Kahyangan dan air tersebut dipercaya memiliki bermacam-macam khasiat. Berdasarkan hasil wawancara dengan pengunjung dan direktur CV. Wisata Putri Mustika, ternyata hingga sekarang wisatawan selain datang untuk berwisata masih banyak yang percaya dan mengambil air tersebut sebagai penyembuh, untuk mengeluarkan aura kecantikan, hingga memudahkan jodoh. Bumi Perkemahan Palutungan Curug Putri juga memiliki beberapa paket wisata, tetapi masih banyak yang belum mengetahuinya.

Dengan banyaknya persaingan dalam sektor obyek wisata alam yang ada di Kuningan mengakibatkan Bumi Perkemahan Palutungan Curug Putri yang menjadi salah satu obyek wisata alam yang tertua diantaranya tidak menjadi destinasi wisata utama lagi karena banyaknya kompetitor baru. Dalam wawancara dengan direktur CV. Wisata Putri Mustika, dikatakan bahwa obyek wisata tersebut mengalami penurunan pengunjung pada tahun 2014 dan selanjutnya mengalami naik-turun jumlah pengunjung. Dengan fenomena yang terjadi sekarang ini, Bumi Perkemahan Palutungan Curug Putri membutuhkan strategi promosi yang lebih baik, agar terjadinya peningkatan jumlah pengunjung dan mencapai target pencapaian.

Berdasarkan hasil wawancara dengan direktur CV. Wisata Putri Mustika, dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat, pihak pengelola melakukan peningkatan fasilitas, mempertahankan suasana yang alami dan melakukan promosi secara *direct marketing* dengan mendatangi komunitas, instansi negeri sampai ke sekolah-sekolah. Tetapi, dengan promosi yang telah dilakukan dirasa kurang efektif, karena belum mencapai target yang diinginkan.

Maka dari itu, berdasarkan fenomena dan masalah tersebut, Bumi Perkemahan Palutungan Curug Putri perlu dipromosikan dengan merancang strategi pesan dan media promosi yang tepat terhadap target audiens. Selain itu, dilakukan pula

perancangan terhadap media dan visual yang tepat agar menimbulkan efek yang baik untuk destinasi wisata maupun terhadap target audiens.

## **1.2 Permasalahan**

### **1.2.1 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan fenomena yang telah diidentifikasi pada penuturan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Bumi Perkemahan Palutungan Curug Putri telah melakukan berbagai upaya seperti melengkapi dan menjaga keasrian untuk dapat bersaing karena memiliki banyak keunggulan seperti memiliki lahan yang luas, fasilitas yang lengkap, akses yang mudah, keunikan bentuk curug yang konon katanya memiliki khasiat. Tetapi, dengan kurangnya promosi yang telah dilakukan dalam menghadapi fenomena yang terjadi mengakibatkan Bumi Perkemahan Palutungan Curug Putri mengalami penurunan pengunjung pada tahun 2014 dan selanjutnya mengalami naik-turun jumlah pengunjung.
2. Berdasarkan hasil wawancara dengan direktur CV. Wisata Putri Mustika , mereka telah melakukan promosi berupa *word of mouth* dan berdasarkan teori bauran promosi Bumi Perkemahan Palutungan baru melakukan promosi secara *direct marketing* dengan mendatangi instansi negeri dan swasta juga sekolah-sekolah karena menurut Kotler dan Armstrong (2008:222), pemasaran langsung dapat membangun hubungan dengan pembeli lebih efektif bagi penjual. Promosi yang telah dilakukan dirasa kurang efektif, sehingga dibutuhkan strategi kreatif agar mencapai target yang diinginkan.

### **1.2.2 Rumusan Masalah**

1. Bagaimanakah perancangan strategi pesan promosi Bumi Perkemahan Palutungan Curug Putri yang tepat dengan target audiens?
2. Bagaimanakah perancangan strategi kreatif untuk mempromosikan Bumi Perkemahan Palutungan Curug Putri yang tepat dengan target audiens?

## **1.3 Ruang Lingkup**

Bertujuan untuk membantu penulis fokus terhadap target audiens, dirujuk dari permasalahan yang di angkat dalam Perancangan Promosi Destinasi Wisata Bumi

Perkemahan Palutungan Curug Putri Palutungan Kuningan. Kegiatan perancangan promosi ini menasar pada pekerja yang ingin berlibur bersama dengan teman-teman. Dan perancangan promosi akan dilakukan diberbagai kota-kota besar diwilayah Jawa Barat.

Berdasarkan penuturan dari berbagai fenomena yang telah dijabarkan di latar belakang, untuk menghadapi masalah tersebut diperlukan perancangan media promosi dan strategi yang tepat untuk Bumi Perkemahan Palutungan Curug Putri dengan pekerja yang ingin berlibur bersama dengan teman-teman. Selain itu, dilakukan pula perancangan terhadap pesan dan media visual yang tepat agar menimbulkan efek yang baik untuk destinasi wisata maupun terhadap target audiens.

#### **1.4 Tujuan Perancangan**

1. Terancangnya strategi pesan promosi Bumi Perkemahan Palutungan Curug Putri yang tepat dengan target audiens..
2. Terancangnya strategi kreatif untuk mempromosikan Bumi Perkemahan Palutungan Curug Putri yang tepat dengan target audiens.

#### **1.5 Manfaat Perancangan**

1. Bagi Penulis
  - a. Mengerti tata cara penulisan yang baik dalam suatu penelitian pada bidang akademis.
  - b. Memberi penulis kesempatan berpikir kreatif untuk merancang strategi dalam memecahkan suatu masalah dalam bidang Desain Komunikasi Visual terutama *Advertising*.
  - c. Memenuhi salah satu syarat kelulusan menyelesaikan studi S1 Desain Komunikasi Visual Fakultas Industri Kreatif Universitas Telkom
2. Bagi Fakultas Industri Kreatif Universitas Telkom
  - d. Menjadi sumber referensi dalam menyelesaikan permasalahan dalam bidang Desain Komunikasi Visual terutama *Advertising*.
  - a. Menjalin hubungan yang baik dengan instansi/ perusahaan yang terkait dengan penelitian untuk menjalin kerjasama yang sekiranya dapat memperluas informasi.

### 3. Bagi Pembaca

- a. Sebagai informasi awal dan referensi tambahan bagi penelitian-penelitian selanjutnya yang membahas topik yang sama.
- b. Menjadi acuan untuk ikut berpikir dan menggali ide untuk menyelesaikan suatu masalah Desain Komunikasi Visual terutama *Advertising*.

## **1.6 Metode Penelitian**

### **1.6.1 Metode yang Digunakan**

Dalam melakukan penelitian ini, penulis menggunakan metode penelitian kualitatif. Penulis menggunakan metode penelitian kualitatif karena sebagian besar mengacu pada fenomena yang terjadi di masyarakat. Diperkuat oleh penjelasan dari Moleong, penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk fenomena perilaku, persepsi, motivasi, tindakan secara holistik dengan cara deskripsi. (Moleong, 2005:6)

### **1.6.2 Metode Pengumpulan Data**

#### 1. Observasi

Observasi yaitu metode melihat langsung ke lapangan tempat observasi. (Sugiyono, 2013:78). Penulis melakukan observasi langsung ke tempat destinasi wisata Bumi Perkemahan Palutungan Curug Putri pada tanggal 10 Juli 2019 dan 18 Agustus 2019. Penulis melihat langsung kondisi tempat disana dan bertemu langsung dengan para pengunjung yang menikmati kesejukan alam disana sambil berkumpul bersama.

#### 2. Wawancara

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah responnya sedikit (Sugiono, 2011:317). Penulis melakukan wawancara dengan Sri Sukmawati (Direktur CV. Wisata Putri Mustika , pengelola Bumi Perkemahan Palutungan Curug Putri via whatsapp pada tanggal 11 Juli 2019. Dan mewawancarai langsung pengunjung pada tanggal 18 Agustus 2019 untuk mengetahui pendapat mereka tentang Bumi Perkemahan Palutungan Curug Putri.

### 3. Studi Pustaka

Studi pustaka adalah teknik pengumpulan data dengan mengadakan studi penelaah terhadap buku-buku, literatur-literatur, catatan-catatan, dan laporan-laporan yang ada hubungannya dengan masalah yang dipecahkan (Nazir, 2013:93). Penulis membaca beberapa buku mengenai periklanan dan metode penelitian, diantaranya Advertising karya Sandra Moriarty, Pemasaran Destinasi Pariwisata karya Nurdin Hidayah dan Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif karya Prof. Dr. Sugiyono.

### 4. Literatur

Penulis memperoleh informasi data tambahan dari halaman web tentang obyek wisata di Kuningan seperti dikuningan.com dan travel.kompas.com untuk mendapatkan berita-berita tentang Kota Kuningan menjadi kota destinasi wisata.

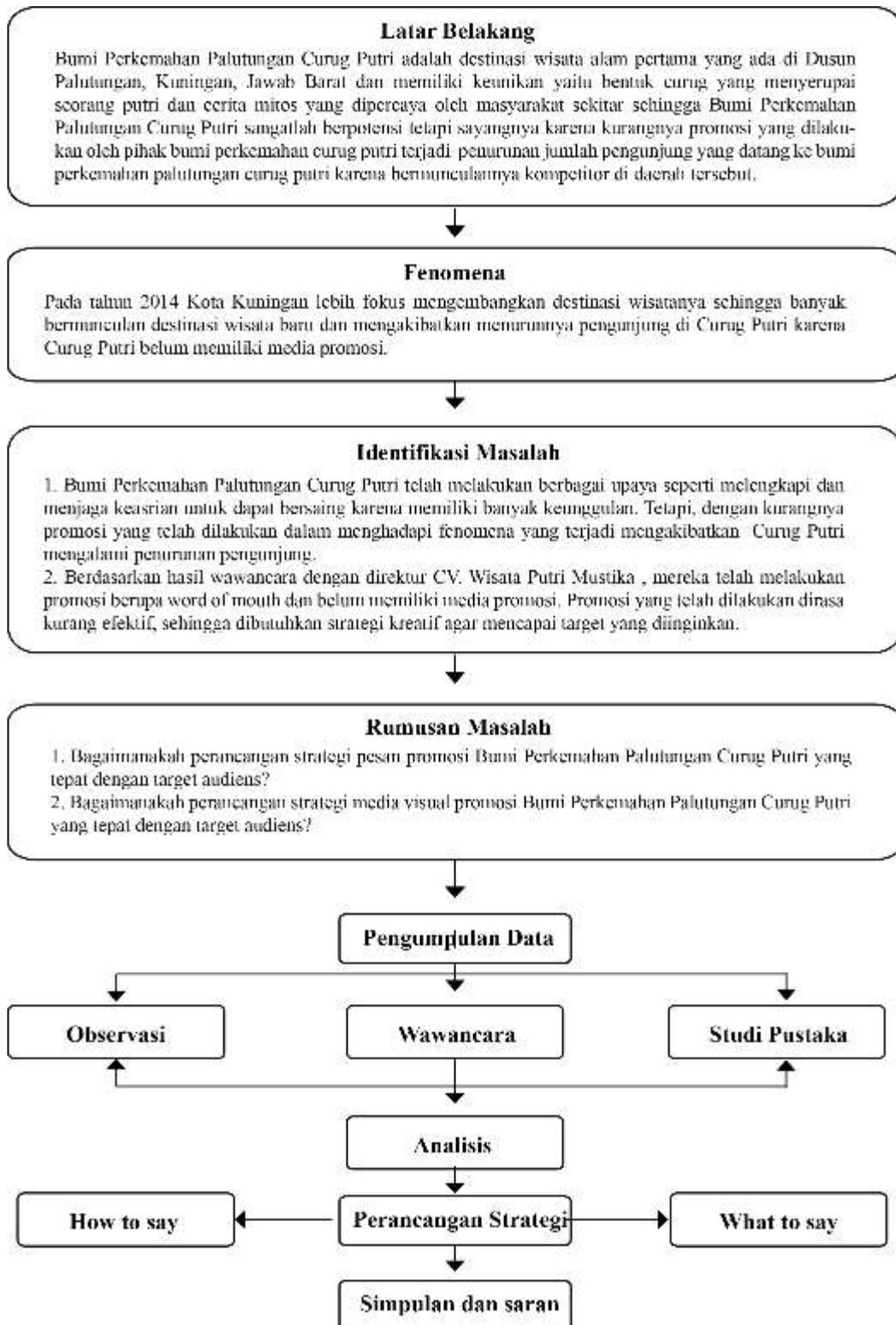
#### **1.6.3 Metode Analisis**

Penulis menggunakan metode analisa SWOT. Analisis SWOT Analisis SWOT adalah sebuah cara yang ditempuh oleh perusahaan dalam upaya mengamati lingkungan pemasaran internal maupun eksternal (Kotler, 2009: 51). Dan analisis ini berdasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan *strengths* dan peluang *opportunities*, namun secara bersamaan dapat meminimalkan *weaknesses* dan *threats* (Freddy, 2009:18). Maka dari itu, penulis menganalisa menggunakan metode analisis SWOT, karena analisis ini berfungsi untuk membandingkan beberapa kampanye sejenis untuk dapat dijadikan sebagai acuan dalam membuat strategi yang lebih efektif.

Dalam menganalisa perilaku target audiens, penulis menggunakan metode AOI (*Activity, Opinion, dan Interest*). Analisis AOI merupakan beberapa pertanyaan yang dirancang untuk mengenali beberapa aspek yang relevan mengenai kepribadian, minat, sikap, kepercayaan, dan nilai-nilai dari target audience (Kotler dan Armstrong, 2004: 292).

Dengan menggunakan kedua teori diatas, menganalisa menjadi lebih mudah dalam membantu pelaksanaan perancangan promosi destinasi wisata Bumi Perkemahan Palutungan Curug Putri.

## 1.7 Kerangka Penelitian



Bagan 1.1 Bagan Kerangka Penelitian  
Sumber: Data Penulis

## **1.8 Pembabakan**

### **1. BAB I Pendahuluan**

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

### **2. BAB II DASAR PEMIKIRAN**

Pada bab ini akan dijelaskan mengenai dasar teori yang relevan sebagai pijakan untuk membuat laporan penelitian, kerangka teori, dan asumsi.

### **3. BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH**

Pada bab ini penulis menyantumkan data yang kemudian disusun dengan mengolah data dan menganalisa hasil observasi serta melakukan wawancara singkat.

### **4. BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN**

Pada bab ini berisi penuturan konsep dalam menentukan strategi kreatif dan media yang akan dilakukan pada Perancangan Promosi Destinasi Wisata Alam Bumi Perkemahan Palutungan Curug Putri.

### **5. BAB V PENUTUP**

Berupa kesimpulan akhir mengenai hasil dari laporan penelitian dan saran yang berkaitan dengan penulisan laporan penelitian.