

## BAB 1

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

Indonesia yang kaya akan alamnya terdiri dari hutan, laut, gunung dan sungai menghasilkan potensi besar bagi wisata alam yang luar biasa untuk dikelola sebagai target wisatawan untuk berkunjung. Dalam prinsip pengelolaan pariwisata harus menekankan kelestarian lingkungan, komunitas sosial, dan nilai-nilai sosial daerah tersebut. Seiring dengan perkembangan zaman untuk menemukan destinasi pariwisata sudah begitu mudah dengan adanya teknologi. Akan tetapi, dengan daya persaingan yang ketat dalam antar wisata berbagai cara untuk mengenalkan suatu pariwisata yang mengharuskan memiliki kekuatan identitas destinasi untuk menarik kunjungan wisatawan dan menguntungkan masyarakat di sekitar daerah tersebut. Seperti yang nyatakan oleh (Prof. Dr. I Gde Pitana, Deputi Bidang Pengembangan Pemasaran Pariwisata Mancanegara Kementerian Pariwisata Indonesia) kelemahan dalam pariwisata Indonesia saat ini adalah belum adanya *brand* yang cukup kuat dalam memperkenalkan suatu destinasinya. Pemanfaatan suatu tempat wisata yang direncanakan dengan baik memberikan keuntungan ekonomi yang memperbaiki taraf kualitas dan pola hidup komunitas setempat, tetapi juga peningkatan dan pemeliharaan lingkungan yang lebih baik (Kusudianto, 1996).

Salah satu kota yang memiliki wisata alamnya di Indonesia yaitu Bandung, merupakan sektor pariwisata alam yang dapat dikembangkan, seperti Ciwidey sebuah kecamatan di Bandung yang memiliki sejuta keindahan alamnya yang alami. Akan tetapi, ada satu tempat yang sering wisatawan lewatkan bahkan tidak banyak di ketahui saat berkunjung ke Ciwidey yaitu Punceling Pass memiliki keindahan dan keunikan yang didukung oleh formasi keadaan eksotis hutan alam alami dan pusat sumber mata air panas dari gunung Patuha dan khas dataran tingginya di wilayah Ciwidey dan sekitarnya sehingga menjadi peluang sebagai daya tarik bagi komunitas alam atau pecinta alam yang ingin melakukan kegiatan berupa event event lainnya dengan pemanfaatan area kontur tanah di wisata alam

Punceling Pass, area camping dengan suasana hutan yang natural dengan di kelilingi pohon pinus dan hutan eucalyptus, memiliki sumber mata air panas yang mengalir dari gunung patuha dengan mengalir fasilitas pemandian air panas, curug munding dan memiliki kolam ikan terapi sebagai tempatnya berileksasi dan bukit keraton merupakan bebatuan yang tersusun dari gunung patuha. ([infociwidey.com /2017/05/punceling-pass-ciwidey-surga-yang.html](http://infociwidey.com/2017/05/punceling-pass-ciwidey-surga-yang.html)).

Punceling Pass yang memiliki potensi dalam meningkatkan omzet di kalangan masyarakat sekitar dengan kunjungan wisatawan sangat besar, Akan tetapi tidak adanya rancangan destinasi *branding* sebagai memperkenalkan unik *selling point*nya menyebabkan kurangnya pengetahuan yang akan di kenal oleh wisatawan. Hal ini di akui oleh pengelolaan wisata alam Punceling Pass memiliki beberapa masalah berupa, akses menuju wisata ini yang belum memiliki tanda yang jelas sebagai tanda adanya wisata ini sehingga para calon wisatawan tidak melihat, akses penyebaran informasi hanya mengandalkan wisatawan yang pernah berkunjung. Oleh karena itu, belum adanya rancangan destinasi *branding* sehingga sulit untuk memperkenalkan di kalangan wisatawan dan menjadi daya saing wisata lainnya.

Untuk itu, pengembangan pariwisata dalam penarikan pengunjung wisatawan untuk mendapatkan keuntungan bagi pengelola maupun masyarakat sekitar pariwisata Punceling Pass sebagai peningkatan pemeliharaan lingkungan yang lebih baik. Maka dari itu, dibutuhkan solusi untuk permasalahan tersebut dengan merancang mengenai destinasi *branding* Punceling Pass untuk dapat meningkatkan dan memudahkan wisatawan dalam mengenali dan mendapatkan keseluruhan informasi dengan mudah.

## **1.2 Identifikasi Permasalahan**

Berdasarkan dari latar belakang tersebut, masalah dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Belum adanya identitas visual wisata alam Punceling Pass untuk memperkenalkan kepada wisatawan .
2. Minimnya media yang memberi informasi wisata alam Punceling Pass.

3. Tidak adanya tanda menuju ke arah wisata Punceling Pass.
4. Masyarakat hanya mengetahui wisata-wisata yang lebih terkenal di Ciwidey.

#### 1.2.2 Rumusan Masalah

Dari identifikasi tersebut dapat dirumuskan bahwa,

1. Bagaimana cara merancang destinasi *branding* wisata Punceling Pass yang sesuai dengan target audience ?

### 1.3 Tujuan

Tujuan perancangan ini adalah mengenalkan terhadap wisatawan untuk meningkatkan kunjungan dan serta mendapatkan informasi secara keseluruhan dengan mudah.

### 1.4 Ruang Lingkup

#### 1.4.1 Batasan Masalah

Untuk tidak membuat masalah yang dibahas meluas, penulis memberikan batasan mengenai permasalahan dalam penelitian sebagai berikut:

1. Apa

Punceling Pass memiliki keindahan yang di dukung oleh formasi keadaan hutan alam dan pusat sumber mata air panas dari gunung patuha sehingga memiliki keunikan yang menghasilkan fasilitas yang di sediakan berupa area camping, pemandian air panas, kolam ikan terapi, dan curug munding yang memiliki potensi dalam meningkatkan kunjungan wisatawan sangat besar.

2. Siapa

Perancangan ini di buat untuk wisatawan dan masyarakat yang ingin berkunjung dan mendapatkan informasi wisata Punceling Pass yang berumur 18-24 tahun.

3. Dimana  
Penelitian dan perancangan karya ini di lakukan di Kabupaten Bandung dan Kota Bandung.
4. Kapan  
Penelitian untuk perancangan destinasi *branding* ini akan di lakukan dari bulan Januari 2020 hingga Maret 2020 dan perancangan karya akan di lakukan dari bulan Maret 2020 hingga Juli 2020.
5. Bagaimana  
Merancang destinasi *branding* untuk wisatawan mengenai wisata alam Punceling Pass.
6. Kenapa  
Agar dapat memudahkan dan menarik wisatawan untuk mengunjungi wisata alam Punceling Pass dengan mendapatkan informasi keseluruhan dengan mudah.

## **1.5 Metode Pengumpulan Data dan Analisis**

### 1.5.1 Metode Pengumpulan data

Metode yang digunakan oleh penulis ialah kualitatif untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini :

1. Observasi wisata alam Punceling Pass untuk mengamati isu permasalahan dengan terjun langsung ke tempat tersebut dan secara tidak langsung melalui observasi artikel yang menyajikan informasi tempat tersebut melalui internet.
2. Wawancara kepada Koordinator Punceling Pass, pengelola wisata Punceling Pass, wisatawan yang berkunjung di Punceling Pass dan wawancara pelaku desainer di bidang identitas visual.
3. Kuisoner di lakukan terhadap usia remaja di karenakan masih produktif dengan menjelajahi alam yang sedang berkunjung ke Punceling Pass. Kuisoner di sebarakan melalui link (google form) dengan meminta bantuan terhadap pengelolaan wisata dalam penyebaran kuisoner.

4. Studi pustaka menggunakan sumber-sumber referensi keilmuan dari buku, internet dan artikel-artikel yang berkaitan dengan fenomena yang bersangkutan.

### 1.5.2 Analisis Data

Metode yang di gunakan dalam analisis data yaitu :

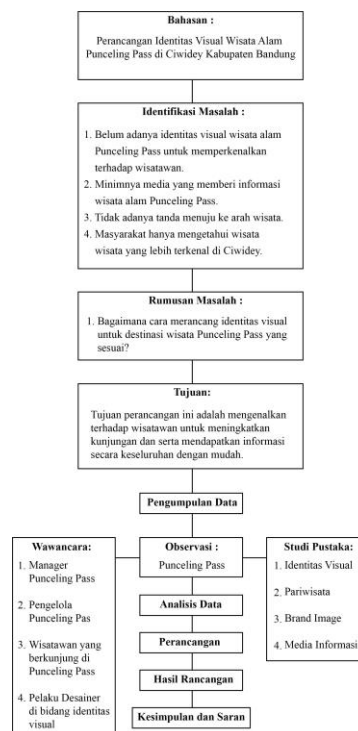
1. Analisis AISAS

AISAS adalah singkatan dari *Attention* (Perhatian), *Interest* (Minat), *Search* (Pencarian), *Action* (Aksi) dan *Share* (Bagikan).

2. Analisis Matriks (AHP)

Suatu metode pengambilan keputusan dengan melakukan perbandingan berpasangan antara kriteria pilihan dan juga perbandingan berpasangan antara pilihan yang ada.

## 1.6 Kerangka Perancangan



Tabel 1.1 Kerangka Perancangan  
(Sumber: Rahmat Dany Suhery, 2020)

## **1.7 Pembabakan**

### **BAB I PENDAHULUAN**

Menjelaskan tentang pokok permasalahan, yang dimulai dari latar belakang masalah, permasalahan yang berisi identifikasi masalah dan batasan masalah, ruang lingkup permasalahan, tujuan perancangan, metode pengumpulan dan analisis data, kerangka penelitian, dan diakhiri dengan pembabakan.

### **BAB II DASAR PEMIKIRAN**

Memaparkan penjelasan mengenai dasar pemikiran berupa teori yang sesuai dengan objek perancangan untuk mendukung penelitian.

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

Berisi informasi mengenai data hasil penelitian dan analisis data berdasarkan observasi, kuesioner, wawancara, dan studi pustaka.

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

Penjelasan mengenai konsep pesan, kreatif, media, dan visual yang digunakan untuk merancang desitinasi *branding* wisata alam Punceling Pass, juga hasil perancangan.

### **BAB V PENUTUP**

Pada bagian penutup, berisi kesimpulan dan saran dari hasil penelitian pada saat sidang akhir.