

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan negara yang sangat kaya dengan sumber daya alam dan keindahan alamnya. Keindahan alam yang dimiliki Indonesia sangat memiliki potensi menjadi objek wisata yang jika dikelola dengan benar akan menjadi aset yang dimiliki daerah tersebut bahkan bisa menjadi aset nasional. Salah satu daerah di Jawa Barat yang sering sekali dikunjungi oleh wisatawan untuk berwisata dan menjadi salah satu destinasi wisata favorit yaitu kota Bandung. Bandung dikenal dengan sebutan kota kembang, karena kota Bandung dinilai sangat indah, cantik dan masih banyak sekali ditumbuhi pepohonan dan bunga-bunga. Banyak orang ingin berwisata ke Bandung salah satunya karena cuacanya yang sejuk, dan Bandung juga dikenal sebagai tempat yang mempunyai beragam kuliner, dan dari Lokasinya.

Objek Wisata di Bandung tentu tidak akan ada habisnya dan Objek Wisata dibanding juga sangat banyak dan beragam, mulai dari wisata yang mengedukasi, wisata belanja, wisata kuliner, wisata sejarah seperti museum, wisata seni dan budaya, wisata satwa, dan wisata alam. Salah satunya objek wisata Ciwangun Indah Camp yang merupakan objek wisata menjanjikan keindahan alam dan beberapa wahana yang pastinya menarik. Berada di atas tanah seluas 22 hektare, kita bisa menikmati berbagai macam spot wisata. Mulai dari pegunungan, perbukitan, tebing, lembah, gua, area hutan, sungai, perkebunan teh, air terjun, dan masih banyak lagi. Ciwangun Indah Camp sudah dibuka sejak Tahun 2006

Promosi yang dilakukan Ciwangun Indah Camp sendiri sejauh ini hanya melalui sosial media, dan masih tidak terlalu informatif. Sehingga hal ini menjadi salah satu masalah yang dimiliki oleh Ciwangun Indah Camp. Mengingat Fenomena yang terjadi di zaman sekarang yaitu dunia sosial media yang paling sangat diminati, nampaknya masih sangat kurang dimanfaatkan sebagai tempat promosi oleh Ciwangun Indah Camp.

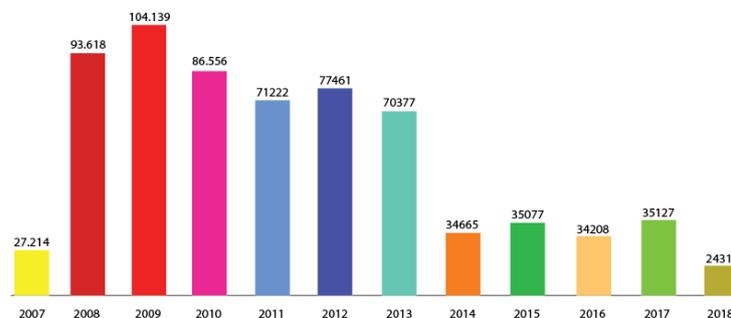
Berdasarkan fenomena tersebut, membuat objek wisata Ciwangun Indah Camp tidak terlalu banyak diketahui informasinya oleh para wisatawan yang berkunjung ke Bandung. Maka dari itu harus dilakukan promosi pada objek wisata Ciwangun Indah Camp, dengan promosi yang tepat dan sesuai yang dapat menarik kembali wisatawan.

1.2 Permasalahan

1.2.1 Identifikasi Masalah

Dari masalah diatas, dapat ditemukan beberapa masalah yang ada dimiliki Ciwangun Indah Camp. Sebagai berikut :

1. Promosi yang dilakukan Ciwangun Indah Camp telah dilakukan melalui media sosial, namun masih sangat kurang karena promosi yang dilakukan masih seadanya dan kurang mengikuti perkembangan tren.
2. Penggunaan media sosial dan cara penyebaran informasi tentang tempat wisata masih sangat kurang informatif
3. Penyebaran Informasi paket wisata yang dimiliki Ciwangun Indah Camp sendiri belum ada sama sekali sehingga membuat masyarakat atau pengunjung tidak tahu akan adanya paket wisata yang dimiliki Ciwangun Indah Camp.
4. Potensi yang dimiliki Ciwangun Indah Camp baik fasilitas maupun wahananya sangat kurang terinformasikan kepada wisatawan sehingga terjadinya penurunan pengunjung.



Gambar 1.2 Chart data jumlah pengunjung

Sumber: Data pribadi Penulis

Grafik penurunan jumlah pengunjung di Ciwangun Indah Camp pertahunnya.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan Latar Belakang masalah diatas, maka pembahasan permasalahan dirumuskan sebagai berikut :

1. Bagaimana merancang promosi Destinasi Wisata Ciwangun Indah Camp?
2. Apa media yang tepat untuk digunakan dalam promosi Destinasi Wisata Ciwangun Indah Camp?

1.4 Ruang Lingkup

Agar penelitian ini dapat memberikan pemahaman yang terarah dan pembahasannya tidak menyimpang dari rumusan masalah yang sudah ada, maka Penulis membatasi ruang lingkungannya. Penelitian akan berfokus pada perancangan promosi wisata alam Ciwangun Indah Camp yang akan dilakukan terlebih dahulu, sejauh mana target audience mengetahui mengenai wisata Ciwangun Indah Camp , agar mejadi landasan penelitian.

Lalu penelitian akan berlanjut kepada promosi apa saja yang sudah pernah dilakukan oleh Pengelola Ciwangun Indah Camp, untuk mengetahui letak kekurangan strategi promosi yang sedang dilakukan, agar menjadi sebuah kerangka serta landasan penulis untuk merancang promosi yang baru mengenai Ciwangun Indah Camp. Penelitian akan berlokasi di Ciwangun Indah Camp, Cihanjuang, Kab.Bandung Barat, Jawa Barat. Penelitian dimulai pada 10 Juni 2019.

1.5 Tujuan Perancangan

Dalam melakukan penelitian tersebut penulis tidak luput dari tujuan tertentu. Hal ini penting agar penelitian ini dapat terarah dan berguna sebagai mana mestinya. Tujuan penelitian tersebut sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui bagaimana merancang strategi promosi Ciwangun Indah Camp
2. Untuk mengetahui media promosi seperti apa yang tepat di lakukan Ciwangun Indah Camp untuk meningkatkan jumlah pengunjung

1.6 Manfaat Perancangan

Tujuan dari manfaat perancangan sesuai dengan tujuan penelitian, maka dari itu penelitian yang dilakukan di Wisata Ciwangun Indah Camp mempunyai manfaat sebagai berikut :

1.6.1 Bagi Fakultas Industri kreatif Telkom University

- a. Dapat menjadi informasi atau panduan bagi mahasiswa yang akan mengambil penelitian sejenis

1.6.2 Bagi Peneliti

- a. Menambah wawasan serta melatih kemampuan mengenai promosi serta dapat mengaplikasikannya dalam kehidupan sehari-hari.
- b. Dapat menerapkan ilmu Desain Komunikasi Visual untuk menyelesaikan suatu permasalahan terhadap bidang media promosi serta komunikasi.

1.6.3 Bagi Masyarakat

Menambah Informasi pada masyarakat mengenai potensi dan juga keindahan alam yang dimiliki Ciwangun Indah Camp

1.7 Metode Penelitian

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode kualitatif, metode kualitatif adalah sebuah metode yang dilakukan secara alamiah menggunakan berdasarkan pengumpulan data dengan studi literature, observasi dan wawancara. Analisis ini memiliki makna deduktif dan lebih menemukan makna yang berasal dari generalisasinya. (Sugiyono,2013:1)

Penulis menggunakan metode tersebut dikarenakan metode kualitatif tidak bergantung pada jumlah dan juga hasil tetapi , menitik beratkan atau menggunakan nilai yang terdapat pada data yang diperoleh secara langsung.

1.7.1 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh penulis adalah sebagai berikut :

1. Studi Literatur

Penulis mengumpulkan sejumlah data fakta, berdasarkan pendapat, dan juga teori pendukung dari dokumen yang dibutuhkan untuk memenuhi kebutuhan penelitian, dokumen yang berhubungan dengan topik, baik berupa buku, artikel ataupun jurnal.

2. Observasi

Dalam Observasi penulis melakukan peninjauan secara mengenai lokasi dan mengamati hal apa saja yang bisa menjadi keunggulan yang dapat di angkat , serta melakukan sesi foto pada lingkungan sekitar. Dalam observasi yang dilakukan Ciwangun Indah Camp bahwa promosi yang masih terbatas informasi mengenai objek wisata menurutnya salah satu penyebab informasi kurang tersampaikan secara maksimal.

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah kegiatan pengumpulan data yang dilakukan melalui penelusuran dokumen. (Widodo, 2017:75).

Dalam dokumentasi penulis menambahkan sumber data mengenai potensi dan hal hal didalamnya mengenai Ciwangun Indah Camp dan juga promosi yang telah dilakukan oleh pihak pengelola.

4. Wawancara

Wawancara adalah kegiatan tanya jawab untuk memperoleh informasi atau data. (Widodo, 2017:74). Dalam wawancara, penulis lakukan kepada pengelola Wisata Ciwangun Indah Camp guna mendapatkan data data yang valid mulai dari media promosi hingga rata-rata jumlah pengunjung mengenai destinasi wisata tersebut.

5. Angket (Kuisisioner)

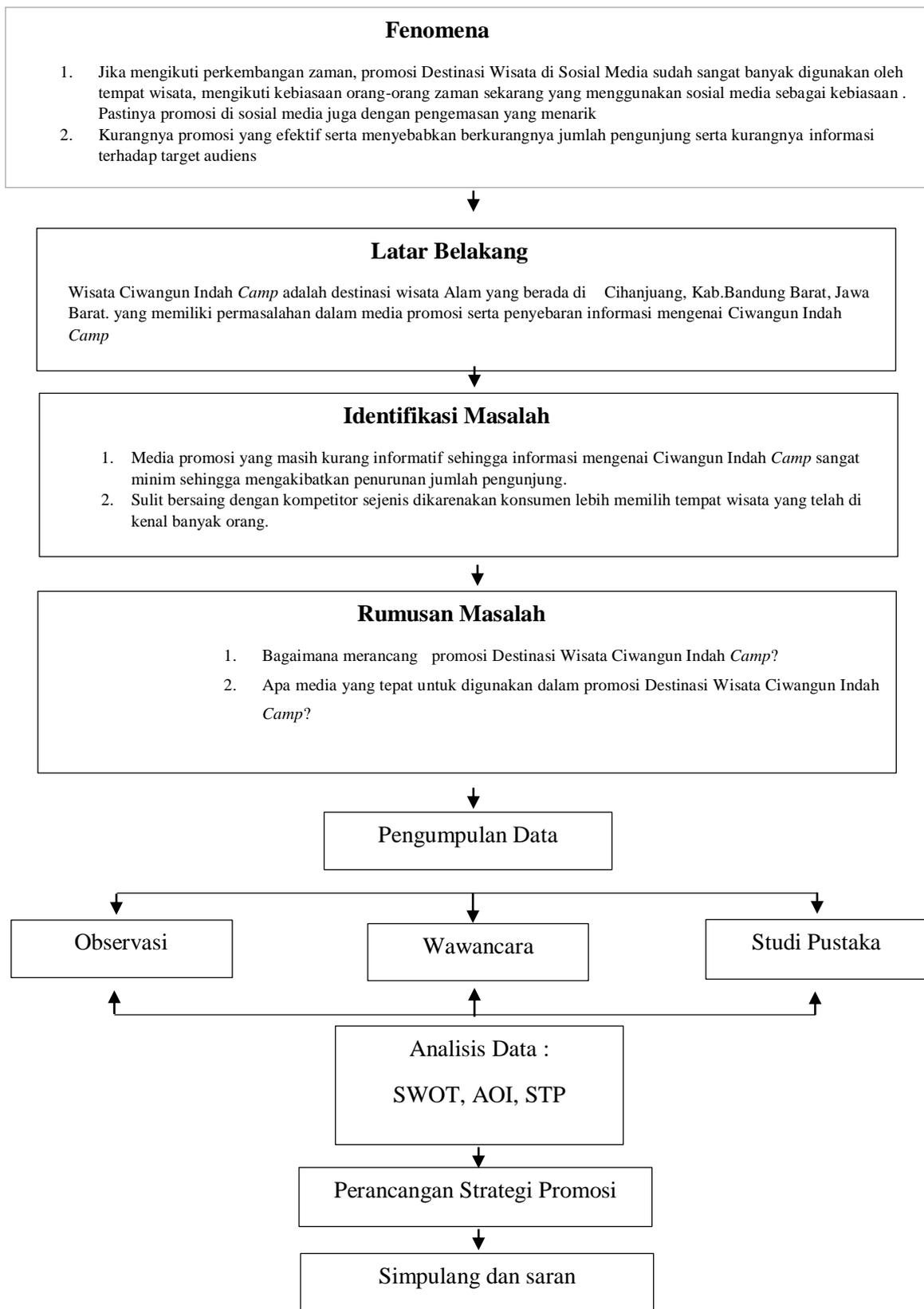
Kuesioner merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner merupakan metode pengumpulan data yang lebih efisien bila peneliti telah mengetahui dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang diharapkan dari responden. Selain itu kuesioner juga cocok digunakan bila jumlah responden cukup besar dan tersebar di wilayah yang luas

1.7.2 Metode Analisis

Penulis menggunakan metode AOI (*activities, opinions, interests*) yang digunakan untuk menyusun profil psikografis dan konsumen. (*Advertising, 2018:178*) . Penulis juga menggunakan metode SWOT (*strength, weakness, opportunity, threat*). (*Advertising, 2018:241*) SWOT penulis gunakan untuk mengetahui kelebihan dan kelemahan ,ancaman bahkan peluang yang bisa dilakukan dari Ciwangun Indah Camp

Selain itu Penulis juga menggunakan Metode analisis strategi pemasaran modern STP (*Segmenting, targeting, Positioning*). (*Tourism Marketing, 2015:330*). Metode ini dapat membantu penulis untuk memahami Strategi promosi yang tepat untuk digunakan ke *Target Audience* yang di targetkan

1.8 Kerangka Perancangan



Bagan 1.1 Kerangka Penelitian

Sumber: Data Penulis

1.9 Pembabakan

1.9.1 BAB I Pendahuluan

Bab I akan memaparkan beberapa permasalahan yang terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, tujuan, metode sampai kerangka perancangan.

1.9.2 BAB II Landasan Teori

Bab II akan mendasari analisis secara teoritik sebagai landasan perancangan promosi, serta hasil dari analisis menurut teori akan dijelaskan di bagian bab IV.

1.9.3 BAB III Data dan Analisis

Pada bagian BAB III akan menganalisis data secara teoritik sesuai penggunaan penelitian untuk mengurai data, kemudian penjelasan mengenai langkah-langkah penelitian untuk menentukan subjek dari penelitian

1.9.4 BAB IV Konsep Perancangan

Hasil dari keseluruhan analisis data sesuai teori, maka di bagian ini akan mulai perancangan untuk strategi promosi, kreatif, big idea, konsep sampai media apa saja yang akan ditentukan sesuai target audiens.

1.9.5 BAB V Penutup

Pada bagian ini akan berisikan mengenai kesimpulan dan saran sesuai isi dari perancangan yang telah dipaparkan.