

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Bandung adalah salah kota yang sedang melakukan perbaikan untuk lebih maju dan modern salah satunya dalam bidang pariwisata. Seperti yang dikutip oleh Investor ID (2019) mengatakan bahwa soal pesona alamnya, Bandung yang dikelilingi oleh pegunungan memiliki hawa yang sejuk dengan pemandangan hijau nan menawan. Tak heran bila kondisi itu membuat wisatawan yang berkunjung merasa betah dan tak bosan-bosan untuk kembali ke kota ini. Lebih lanjut menurut Investor ID (2019) wisata yang patut dikunjungi adalah wisata curug, salah satunya adalah Curug Malela.

Curug Malela adalah sebuah curug cantik di Kampung Manglid, Desa Cicadas, Kecamatan Rongga, Kabupaten Bandung Barat. Curug Malela menawarkan daya tarik eksotisme, curug malela memiliki ketinggian yang cukup tinggi yaitu sekitar 60 sampai 70 meter, namun curug ini memiliki lebar sekitar 70 meter. Untuk bisa sampai di curug malela anda harus menempuh jarak yang cukup jauh kira-kira membutuhkan waktu 3 jam dari kota Bandung.

Sehubungan dengan baru dibukanya objek wisata ini oleh Disparbud pada tahun 2019, maka penting untuk meningkatkan kunjungan bagi masyarakat Bandung dan di luar Bandung dengan media informasi yang responsif dan informatif. Curug Malela sebagai salah satu objek wisata yang diprioritaskan oleh pemerintah Kabupaten Bandung, pada kenyataannya potensi Curug Malela hingga saat ini belum dapat dikembangkan dan dikelola secara optimal. Padahal banyak potensi yang dapat dikembangkan untuk kegiatan wisata lainnya didalam objek wisata Curug Malela ini. Lebih lanjut menurut (Hidayat, 2017) perlu dan penting untuk mengembangkan produk wisata Curug Malela serta pemberdayaan masyarakat dan usaha pariwisata

serta menggali potensi lainnya yang dapat dikembangkan. Salah satu hal yang bisa dikembangkan adalah kemudahan informasi melalui website dan platform sosial media.

Selain itu, menurut data yang didapatkan oleh peneliti berdasarkan data Kunjungan Wisatawan Kabupaten Bandung Barat (KBB) Curug Malela yang memiliki paling rendah kunjungan pada tahun 2015 dibandingkan dengan daya tarik wisata lainnya. Tidak hanya itu, berdasarkan wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti pada tanggal 15 Maret 2020 kepada Kepala pengelola wisata Curug Malela mengatakan bahwa hanya didatangi oleh wisatawan yang berada di Kabupaten Bandung. Curug Malela juga merupakan salah satu wisata yang baru dikelola kembali oleh pemerintah Kabupaten Bandung selama kurang lebih 2 tahun. Sehingga, media promosi dan fasilitas yang terdapat pada wisata tersebut masih belum optimal dibandingkan dengan wisata di Kabupaten Bandung yang lainnya.

Saluran adalah media yang dilalui pesan, saluran berkaitan dengan segala sarana yang dipergunakan oleh komunikator untuk menyampaikan pesan yang ingin di sampaikan kepada pihak lain baik di dalam maupun di luar organisasi apakah menyangkut alat yang digunakan maupun melalui pengindraan tubuh. Dengan memahami metode dan sarana, peneliti menganggap bahwa metode dalam komunikasi organisasi dapat dijelaskan dengan sarana yang digunakan dalam proses komunikasi (Mingkid, 2015). Dalam hal ini pemerintah Kabupaten Bandung sebagai komunikator yang menggunakan website dan media sosial untuk menyampaikan pesan berupa informasi bagi masyarakat sebagai komunikan. Hal tersebut juga diperjelas oleh Sulianta (dalam Nevita, 2014) media sosial mampu menyebarkan informasi dengan cepat dan daya jangkau yang luar biasa dibandingkan dengan media manapun. Penggunaan media sosial tersebut belakangan menjadi banyak diminati oleh masyarakat sebagai sarana untuk berkomunikasi.

Berdasarkan penjelasan latar belakang di atas bahwa pemilihan media yang tepat sangat mempengaruhi keberhasilan sebuah promosi yang dilakukan oleh Pemerintah Daerah. Mengingat hal tersebut, maka dalam proyek ini dilakukan perancangan media informasi website dan sosial media Curug Malela untuk meningkatkan daya tarik wisatawan di Bandung.

1.2 Identifikasi Masalah

- a. Objek Wisata Curug Malela baru saja dibuka kembali pada tahun 2019.
- b. Pariwisata merupakan salah satu bidang yang sedang dikembangkan oleh Pemerintah Daerah Bandung.
- c. Sehubungan dengan Pariwisata tersebut Curug Malela masih belum banyak dikunjungi oleh wisatawan.
- d. Belum adanya Media Promosi Curug Malela kepada Masyarakat sebagai calon pengunjung.
- e. Perancangan Identitas Visual yang masih sedikit dan belum ada.

1.3 Rumusan Masalah

- a. Bagaimana perancangan media informasi website dan sosial media Curug Malela?
- b. Bagaimana pemanfaatan media informasi website dan sosial media dalam mempromosikan pariwisata Curug Malela?
- c. Bagaimana dampak dan tanggapan masyarakat Bandung terhadap pengembangan media informasi untuk mempromosikan pariwisata Curug Malela?

1.4 Ruang Lingkup

- A. Apa
Perancangan Media Informasi Wisata Curug Malela Bandung

B. Dimana

Proyek ini akan dilaksanakan di Bandung

C. Kapan

Proyek ini akan dilakukan dari bulan Januari – Juli 2020

D. Siapa

Target dari media informasi ini adalah calon wisatawan perempuan ataupun laki-laki dengan usia 15-40 tahun.

E. Bagaimana

Perancangan media informasi mengenai curug malela memiliki tujuan untuk melakukan promosi memberikan informasi yang responsif dan serta meningkatkan wisata curug malela.

1.5 Tujuan Proyek

- a. Mendeskripsikan media promosi pariwisata yang dilakukan untuk mempromosikan pariwisata Curug Malela.
- b. Mendeskripsikan peran media yang digunakan dalam mempromosikan pariwisata Curug Malela.
- c. Menganalisis penyebab belum digunakannya media sosial dalam mempromosikan pariwisata Curug Malela.

1.6 Batasan Masalah

Proyek ini hanya mengkaji perancangan dalam media informasi website dan sosial media Curug Malela.

1.7 Kerangka Berpikir

Fenomena

Wisata Curug Malela adalah satu wisata di Bandung sehubungan dengan hal itu pengunjung wisata di tempat wisata tersebut masih sedikit.

Latar Belakang

Curug Malela adalah sebuah curug cantik di kampung manglid, desa cicadas, kecamatan rongga, kabupaten Bandung Barat dan lokasinya tidak jauh dari Kawasan tempat wisata di lembang serta wisata Maribaya dan Jayagiri. Curug Malela sebagai salah satu objek wisata yang diprioritaskan oleh pemerintah Kabupaten Bandung, pada kenyataannya potensi Curug Malela saat ini belum dapat dikembangkan dan dikelola secara optimal.

Identifikasi Masalah

- Objek Wisata Curug Malela baru saja dibuka kembali pada tahun 2019.
- Pariwisata merupakan salah satu bidang yang sedang dikembangkan oleh Pemerintah Daerah Bandung.
- Sehubungan dengan Pariwisata tersebut Curug Malela masih belum banyak dikunjungi oleh wisatawan.
- Belum adanya Media Promosi Curug Malela kepada Masyarakat sebagai calon pengunjung.
- Perancangan Identitas Visual yang masih sedikit dan belum ada.

Rumusan Masalah

- Bagaimana perancangan media informasi website dan sosial media Curug Malela?
- Bagaimana pemanfaatan media informasi website dan sosial media dalam mempromosikan pariwisata Curug Malela?
- Bagaimana dampak dan tanggapan masyarakat Bandung terhadap pengembangan media informasi untuk mempromosikan pariwisata Curug Malela?

Jurnal

Perancangan Media Informasi pengenalan kebudayaan dan pariwisata Nias berbasis web, seiring dengan perkembangan zaman media informasi penting dimiliki oleh wisata untuk memberikan informasi secara lengkap untuk mengenalkan kebudayaan dan pariwisata di Nias.

(Gulo, p.2017 media informasi Analisa dan Sistem. 2(2), 161-166)

Hipotesis

Perancangan media informasi wisata Curug Malela dapat memberikan informasi dan menarik perhatian wisatawan.

Artikel

Dunia kepariwisataan tentunya tidak dapat berkembang dan maju jika tidak dibarengi dengan kegiatan promosi, karena hanya melalui promosi maka calon wisatawan baik domestik maupun mancanegara akan dapat mengetahui dengan pasti dan lebih akurat tentang tujuan atau tempat yang dapat dia kunjungi.

Diakses 25 Februari 2020 dari :

<https://media.neliti.com/media/publications/89736-ID-peranan-promosi-dalam-meningkatkan-kunjungi.pdf>

1.8 Metodologi Pengumpulan

Pengumpulan data dalam proyek ini akan menggunakan metode kualitatif dan kuantitatif dengan cara melakukan wawancara mendalam dan kuesioner (angket) untuk mendapatkan informasi yang lebih mendalam dan mendapatkan data relevan sebagai bahan evaluasi terhadap perancangan media informasi dan promosi wisata Curug Malela.