

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Menurut situs web resmi Pemerintahan Kota Sukabumi menyatakan bahwa nama Sukabumi berasal dari bahasa sunda, yaitu *Suka-Bumen* yang memiliki arti suka atau senang bertempat tinggal di daerah ini. Kota Sukabumi terletak pada bagian tengah Jawa Barat, di kaki Gunung Gede dan Gunung Pangrango, berketinggian 584m di atas permukaan laut, dan sebagai daerah penyangga Jakarta dan Bandung. Dengan suhu tidak melebihi dari 29°C menjadikan beberapa daerah Sukabumi memiliki suhu yang sejuk dan dingin. Hal tersebut menjadi pemancing warga di kota besar untuk berwisata menikmati sejuknya alam di daerah Sukabumi dan karena itu saat ini semakin banyak destinasi wisata yang ada di sana.

Salah satu destinasi wisata alam yang berada di Kota Sukabumi yaitu Aku Cantik Campground. Didirikan pada tahun 2015 di lahan seluas kurang lebih dua hektar yang beralamat di Jalan Caringin Ngumbang, Kampung Sawah Bera RT03/RW02, Kelurahan Dayeuhluhur, Kecamatan Warudoyong. Aku Cantik Campground menawarkan wisata alam yang nyaman dan sejuk yang terletak tidak jauh dari pusat Kota Sukabumi. Selain itu, Aku Cantik Campground juga menawarkan berbagai macam fasilitas yang dapat dinikmati oleh para pengunjung, mulai dari *camping ground, swimming pool, outbond kids, river tubing, gathering place, café*, dan *wedding organizer*.

Meski memiliki banyak fasilitas yang ditawarkan, namun masih banyak masyarakat yang belum mengetahui destinasi wisata Aku Cantik Campground, terlebih lagi masyarakat yang berada di luar Kota Sukabumi. Hal tersebut dikarenakan kegiatan promosi yang dilakukan masih belum maksimal, seperti media promosi yang masih belum efektif karena masih belum sesuai target sasaran, keterbatasan informasi mengenai tempat wisata Aku Cantik Campground, dan media promosi yang ada belum dikelola dengan baik. Sejauh ini dalam mempromosikan tempatnya, Aku Cantik Campground menggunakan media *online* seperti instagram, facebook, dan *website*. Namun saat ini hanya media sosial instagram yang masih aktif. Selain itu, Aku Cantik Campground juga bekerja sama

dengan stasiun televisi lokal dalam mempromosikan tempatnya. Namun sejauh ini dampak dari promosi yang sudah dilakukan masih belum terasa. Seperti pernyataan Alex Panel selaku wakil manager dari Aku Cantik Campground yang mengatakan bahwa masih sedikitnya jumlah pengunjung di hari normal yang berjumlah kurang dari 100 orang setiap harinya pada periode bulan maret tahun 2021 dan juga masih jarang adanya pengunjung yang datang dari luar daerah Sukabumi.

Sedangkan saat ini destinasi wisata yang berada di daerah Sukabumi semakin bertambah, tercatat pada *website* Badan Pusat Statistik Kabupaten Sukabumi, tempat wisata di daerah Sukabumi bertambah 10 tempat, yang diamana pada tahun 2015 terdapat 50 tempat wisata, namun pada tahun 2021 bertambah menjadi 60 tempat wisata. Karena semakin banyaknya tempat pariwisata yang ada di daerah Sukabumi, pengelola Aku Cantik Campground harus berusaha lebih keras agar lebih menonjol dalam mempromosikan tempat mereka dibanding dengan destinasi wisata sejenis kepada masyarakat. Maka salah satu cara supaya dapat bersaing dalam mempromosikan tempatnya dengan destinasi wisata sejenis adalah dengan melakukan promosi yang sesuai dan efektif agar dapat dikenali oleh masyarakat luas, mendatangkan konsumen, dan mempertahankan konsumen loyal (Fildzah & Mayangsari, 2018:102).

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dibutuhkan media promosi yang efektif bagi wisata alam Aku Cantik Campground dalam mempromosikan tempatnya. Dengan harapan agar destinasi wisata alam Aku Cantik Campground dapat lebih dikenali oleh masyarakat sehingga dapat meningkatkan jumlah pengunjung.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas, dapat diambil beberapa permasalahannya sebagai berikut:

1. Semakin banyaknya destinasi wisata yang berada di daerah Sukabumi sehingga persaingan semakin ketat dalam mengenalkan tempatnya ke masyarakat.
2. Promosi yang dilakukan Aku Cantik Campground masih belum maksimal, sehingga jumlah pengunjung yang datang masih minim setiap harinya.

3. Media promosi yang digunakan masih belum efektif sehingga informasi yang disampaikan belum optimal mengenai Aku Cantik Campground kepada masyarakat Sukabumi maupun luar daerah Sukabumi.

### **1.3 Rumusan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah dipaparkan di atas, maka rumusan masalahnya adalah “Bagaimana merancang media promosi yang efektif untuk memperkenalkan destinasi wisata alam Aku Cantik Campground kepada masyarakat agar dapat meningkatkan jumlah pengunjung?”

### **1.4 Ruang Lingkup Penelitian**

**a. *What* (Apa)**

Merancang media promosi yang efektif untuk destinasi wisata alam Aku Cantik Campground.

**b. *Who* (Siapa)**

Target sasaran dari destinasi wisata alam Aku Cantik Campground adalah wisatawan.

**c. *When* (Kapan)**

Penelitian ini dilakukan dimulai dari tanggal 15 Maret 2021 sampai tanggal 25 Juni 2021.

**d. *Where* (Dimana)**

Lokasi berada di Jalan Caringin Ngumbang, Kampung Sawah Bera RT03/RW02, Kelurahan Dayeuhluhur, Kecamatan Warudoyong.

**e. *Why* (Kenapa)**

Promosi yang dilakukan masih belum maksimal, sehingga masih banyak masyarakat yang belum mengetahui destinasi wisata alam Aku Cantik Campground.

**f. *How* (Bagaimana)**

Merancang media promosi yang efektif agar destinasi wisata alam Aku Cantik Campground dapat lebih dikenali oleh masyarakat dan meningkatkan jumlah pengunjung.

## **1.5 Tujuan Perancangan**

Dalam proses perancangan, tujuan yang ingin dicapai dari penelitian dan perancangan ini yaitu agar destinasi wisata alam Aku Cantik Campground dapat lebih dikenali oleh masyarakat sehingga dapat meningkatkan jumlah pengunjung.

## **1.6 Metode Pengumpulan Data dan Analisis**

### **1.6.1 Metode Pengumpulan data**

#### **1. Studi Pustaka**

Studi pustaka adalah pengumpulan data serta teori-teori yang didapatkan pada buku atau jurnal yang bertujuan untuk mengumpulkan informasi dan memperkuat data (Widiatmoko, 2013:8).

Penulis mengumpulkan data serta teori-teori yang didapatkan pada buku, yang bermaksud untuk mengumpulkan informasi serta memperkuat data penelitian untuk membantu peneliti dalam menyusun tugas akhir mengenai media promosi.

#### **2. Observasi**

Observasi adalah mengumpulkan data secara langsung ke suatu perusahaan atau objek penelitian dengan melihat dan mengamati objek dan tempat agar mendapatkan data yang real dan sesuai yang terjadi pada saat ini (Sugiyono, 2017:7).

Penulis mengumpulkan data melalui observasi secara langsung ke Aku Cantik Campground dengan melihat dan mengamati tempat agar mendapatkan data yang *real* dan sesuai dengan yang terjadi pada saat ini untuk dijadikan bahan data penelitian.

#### **3. Wawancara**

Wawancara adalah sebuah cara yang digunakan berupa tanya jawab dengan narasumber untuk memperoleh informasi tentang kejadian yang tidak dapat diamati sendiri secara langsung oleh peneliti, dikarenakan

peneliti tidak hadir di saat kejadian ataupun tindakan atau peristiwa di masa lampau (Rohidi, dalam Soewardikoen 2019:54).

Penulis melakukan wawancara kepada pemilik dan staf kerja dari Aku Cantik Campground untuk memperoleh informasi mengenai kejadian yang tidak dialami secara langsung oleh peneliti di masa lampau agar menambah informasi untuk membantu peneliti dalam menyusun tugas akhir mengenai media promosi.

#### **4. Kuesioner**

Kuesioner adalah sebuah cara untuk memperoleh data dalam waktu yang singkat, karena banyak orang yang dapat sekaligus dimintai mengisi pilihan jawaban tertulis yang sudah disediakan sebelumnya (Soewardikoen, 2019:60).

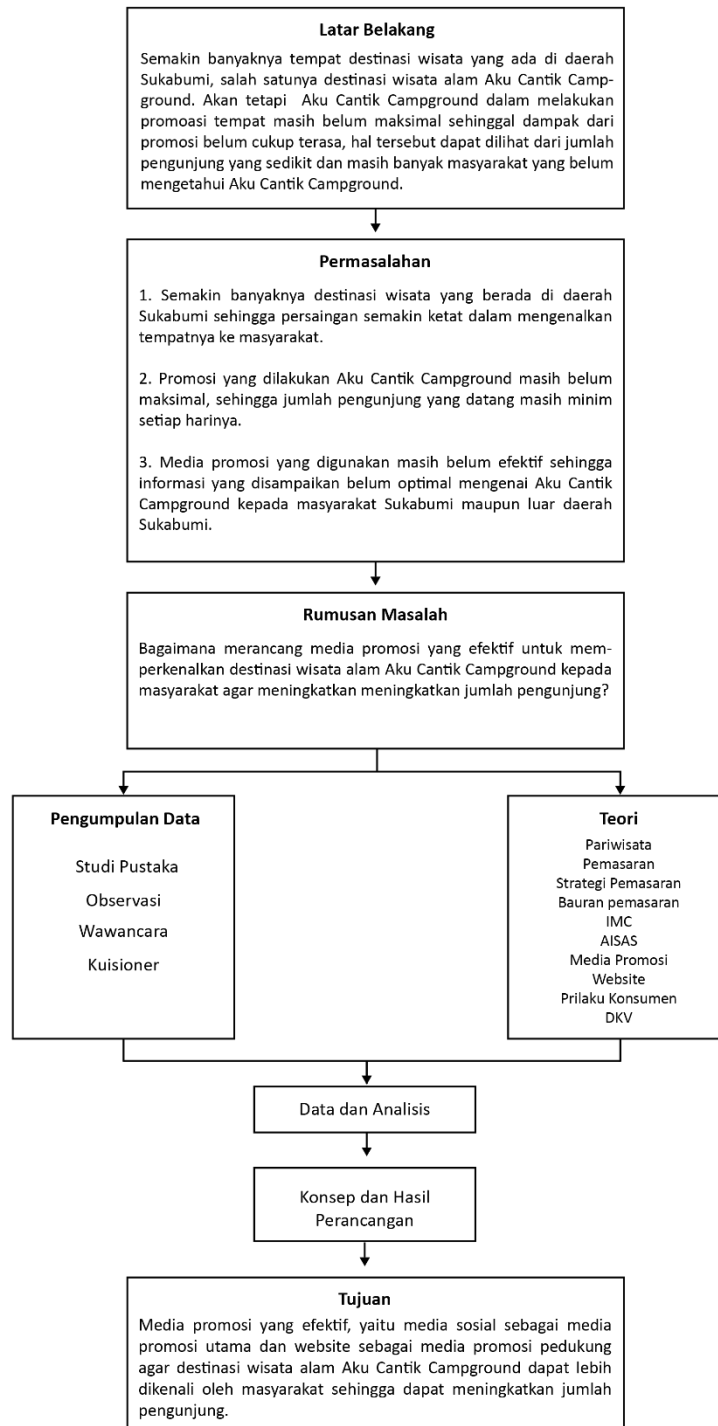
Penulis menyebarkan kuesioner guna untuk memperoleh data dalam waktu yang relatif singkat karena banyak orang yang dapat sekaligus dihubungi guna untuk mendapatkan data yang berkaitan mengenai Aku Cantik Campground.

#### **1.6.2 Metode Analisis Data**

Menggunakan metode analisis SWOT agar mengetahui apa saja yang menjadi suatu kelebihan dari Aku Cantik Villa dibandingkan tempat destinasi wisata lainnya (*strength*), kelemahan yang perlu diperbaiki (*weakness*), kesempatan yang bisa dimanfaatkan agar tempat bisa berkembang (*opportunity*), serta berbagai macam ancaman apa saja yang harus diwaspadai (*threats*).

Peneliti juga akan menggunakan metode analisis matriks perbandingan untuk membandingkan Aku Cantik Campground dengan kompetitor sejenis guna mendapatkan informasi tambahan.

## 1.7 Kerangka Berpikir



**Gambar 1.1** Kerangka Berpikir  
**Sumber:** Olahan penulis

## **1.8 Pembabakan**

Secara garis besar, penyusunan tugas akhir akan dijelaskan menjadi lima bab sebagai berikut:

### **BAB I Pendahuluan**

Berisi mengenai latar belakang, identifikasi masalah, rumusan masalah, ruang lingkup, tujuan perancangan, manfaat perancangan, cara pengumpulan data dan analisis, kerangka perancangan, dan pembabakan.

### **BAB II Dasar Pemikiran**

Menguraikan teori-teori yang relevan sebagai acuan peneliti dalam merancang sebuah media promosi yang akan dijadikan pedoman nantinya untuk menganalisa serta menguraikan permasalahan.

### **BAB III Data dan Analisis Masalah**

Menguraikan data penelitian dari hasil studi pustaka, observasi, wawancara, dan kuesioner untuk membantu peneliti dalam perancangan media promosi.

### **BAB IV Konsep & Hasil Perancangan**

Berisi mengenai konsep pesan, konsep kreatif, konsep media, Konsep visual yang akan dirancang serta hasil perancangan.

### **BAB V Penutup**

Berisi mengenai kesimpulan dan juga saran Tugas Akhir.