

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Pangalengan adalah sebuah kecamatan di Kabupaten Bandung tepatnya di selatan Kota Bandung. Kecamatan ini memiliki beragam destinasi wisata yang sangat menarik untuk dikunjungi seperti Situ Cileunca, Pemandian Air Panas Cibolang, *Sunrise Point* Cukul, dan sebagainya. Pangalengan memiliki kondisi geografis yang berbukit-bukit. Kawasan perkebunan dan persawahan yang masih luas membuat kawasan Pangalengan terkesan asri, tidak heran apabila Pangalengan dijadikan kawasan berlibur bagi masyarakat yang suka akan wisata alam yang terbuka dan menyejukan. Pangalengan juga dikenal dengan destinasi wisata alamnya yang sangat indah dan alami, selain itu dengan adanya destinasi wisata di Pangalengan, tentunya memiliki dampak yang positif terhadap perekonomian wisata tersebut dan juga dapat menambah pendapatan pemerintah setempat.

Setiap destinasi wisata yang ada pasti memiliki sebuah daya tarik yang dimana dapat menarik perhatian para wisatawan untuk mengunjungi atau berwisata ke tempat wisata tersebut. Menurut Undang-undang Republik Indonesia No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata, Bab I pasal 5, menyebutkan, daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan. Menurut Maryani (1991:11), syarat-syarat tersebut diantaranya adalah daya tarik yang dapat disaksikan oleh wisatawan (*what to see*), aktifitas yang dapat dilakukan oleh wisatawan (*what to do*), sesuatu yang dapat dibeli oleh wisatawan (*what to buy*), bagaimana cara wisatawan berkunjung ke lokasi wisata (*what to arrive*), dan tempat untuk bertinggal atau menetap di lokasi wisata tujuan (*what to stay*).

Pada kenyataannya, tidak semua tempat wisata yang ada di Pangalengan memiliki syarat syarat tersebut, misalnya seperti destinasi wisata Sunrise Point Cukul yang tidak memiliki sebuah *souvenir* atau buah-tangan yang dapat dibeli oleh pengunjungnya. Namun ada juga destinasi wisata yang ada di Kabupaten Bandung khususnya Pangalengan yang memiliki syarat syarat tersebut, salah satunya adalah destinasi Geowisata Kawah Wayang yang berlokasi di Desa Sukamanah, Kecamatan Pangalengan, Kabupaten Bandung. Geowisata Kawah Wayang merupakan sebuah destinasi wisata yang bertajuk alam, letaknya cukup berada di pedalaman dan dibawah area kaki Gunung Wayang Windu. Kawah Wayang memiliki daya tarik yang tentunya dapat memenuhi syarat syarat dari sebuah destinasi wisata yang baik. Kawah Wayang memiliki suasana pemandangan yang indah dan alami serta udara yang sejuk karena wisata tersebut berada di perbukitan dan jauh dari perkotaan dan kondisi alamnya senantiasa dijaga oleh pengelola Kawah Wayang. Selain itu, wisatawan juga dapat melihat keindahan alam yaitu area kawah yang terbentuk secara alami, wisatawan dapat menuju area kawah dengan melewati dua buah jalur, yang pertama kita bisa melawati tangga yang cukup curam dengan melewati beberapa anak tangga dan yang kedua kita bisa melalui jalur setapak yang dimana melintasi area hutan yang banyak ditumbuhi pepohonan, jalur ini cocok bagi pengunjung yang memiliki jiwa petualang. Selain area kawah yang menjadi daya tarik utama, Kawah Wayang juga menyediakan fasilitas untuk berkemah dengan lahan yang sangat luas, wisatawan yang berkemah dapat menikmati *Sunrise* pada pagi hari menjelang dan disambut dengan udara dingin yang masih sejuk dan alami, ada juga fasilitas yang disediakan oleh pengelola yaitu *Bike Track*, fasilitas ini disediakan bagi wisatawan pengguna sepeda *Downhill* yang didesain untuk melibas turunan, dimana trek sepeda ini memiliki jalanan menurun yang cukup curam. Tidak hanya pemandangan yang bisa kita nikmati, Kawah Wayang juga menyediakan banyak fasilitas seperti tempat parkir, gazebo, mushola, toilet dan tempat sampah. Selain itu Kawah Wayang memiliki fasilitas utamanya yaitu Saung Sekolah Alam, dimana wisatawan atau para pengunjung yang datang khususnya berkelompok akan dipandu oleh para pengelola disana untuk mengedukasi mengenai cara

merawat alam, mulai dari menanam pohon serta cara perawatannya dan mengenali jenis jenis pohon dan tumbuhan yang ada di Kawah Wayang. Untuk dapat sampai ke Geowisata Kawah Wayang, wisatawan memerlukan waktu tempuh sekitar 75 menit atau sekitar 45 kilometer dari Ibu kota Kabupaten Bandung dengan menggunakan berbagai macam alat transportasi kecuali bus yang memiliki ukuran yang besar.



*Gambar 1.1. Area Kawah Wayang*

*Sumber: dokumentasi pribadi.*

Seiring berjalannya waktu, semakin terkenalnya destinasi wisata yang ada di Pangalengan dikalangan masyarakat luas ditambah dengan adanya akses tol menuju Kabupaten Bandung, maka semakin banyak pula destinasi wisata baru yang bermunculan dan destinasi wisata yang bertajuk alam, hal tersebut memiliki dampak bagi Geowisata Kawah Wayang. Selain *Brand Image* yang belum terbentuk, hal itu juga mempengaruhi dari penurunan jumlah pengunjung yang datang ke tempat tersebut. Geowisata Kawah Wayang kini masih bergulat dan berbenah dengan kondisi yang dihadapi dalam meraih pangsa pasar. Kawah Wayang memiliki potensi dikunjungi wisatawan yang cukup banyak seperti adanya hari libur nasional ataupun libur panjang anak sekolah. Berdasarkan catatan penulis, Geowisata Kawah Wayang hanya mengandalkan satu media saja untuk mempromosikan wisatanya yaitu melalui media sosial *instagram* dan juga belum mempunyai promosi melalui media cetak seperti baliho, poster, *flyer* dan *banner*. Untuk akses sepanjang jalan

menuju area wisata masih belum di temukan papan penunjuk arah yang mengarahkan para wisatawan menuju ke tempat wisata tersebut. Menurut Bapak Aceng selaku salah satu pengelola Kawah Wayang, pengunjung yang datang ke wisata tersebut hanya mengandalkan aplikasi *google maps* dikarenakan papan petunjuk jalan yang masih minim.

Dengan melakukan perancangan strategi promosi yang tepat, diharapkan akan membantu untuk mengatasi permasalahan yang ada yang dihadapi oleh Geowisata Kawah Wayang untuk menunjukkan eksistensinya dalam bidang industri pariwisata. Peneliti juga berharap dapat berkontribusi untuk membangun identitas Kawah Wayang sesuai dengan potensi didalamnya dengan mengkomunikasikan potensi dari wisata tersebut mulai dari wahana dan fasilitas yang ada, dan sejarah yang ada di Geowisata Kawah Wayang. Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis melihat perlunya Perancangan Strategi Promosi Geowisata Kawah Wayang di Bandung.

## **1.2 Permasalahan**

### **1.2.1 Identifikasi Masalah**

1. Wisatawan yang datang hanya musiman dan kebanyakan di hari-hari tertentu saja.
2. Berkurangnya jumlah pengunjung dikarenakan banyaknya destinasi wisata alam yang serupa.
3. Masyarakat luas masih banyak yang belum mengetahui tentang adanya destinasi wisata Kawah Wayang.

### **1.2.2 Rumusan Masalah**

1. Bagaimana strategi yang tepat untuk menaikkan jumlah wisatawan yang mengunjungi Geowisata Kawah Wayang?
2. Bagaimana cara merancang media promosi yang tepat untuk menaikkan jumlah wisatawan yang mengunjungi Geowisata Kawah Wayang?

### **1.3 Ruang Lingkup**

Ruang Lingkup Tugas Akhir ini adalah perancangan strategi promosi Geowisata kawah wayang dan perancangan ini disesuaikan dengan keilmuan Desain Komunikasi Visual.

### **1.4 Tujuan Perancangan**

Dari latar belakan diatas, dapat dirumuskan berbagai tujuan sebagai berikut:

1. Membuat strategi promosi yang tepat untuk Geowisata Kawah Wayang untuk menaikkan jumlah pengunjung yang datang.
2. Membuat perancangan media promosi yang tepat untuk menaikkan jumlah pengunjung yang datang ke Geowisata Kawah Wayang.

### **1.5 Manfaat Penelitian**

#### **1.5.1 Bagi Mahasiswa**

1. Dapat menambah ilmu pengetahuan dan wawasan tentang bagaimana cara merancang media promosi untuk Geowisata Kawah Wayang.
2. Memberi pengalaman pribadi dalam merancang sebuah kegiatan promosi destinasi wisata
3. Dapat menjadikan salah satu informasi bagi mahasiswa khususnya Desain Komunikasi Visual tentang perancangan promosi wisata.

#### **1.5.2 Bagi Akademisi**

1. Mempererat dalam kerjasama antara Telkom University sebagai penghasil mahasiswa berkreaitif dan inovatif dengan instansi yang membutuhkan bantuan untuk melakukan kegiatan promosi.

## **1.6 Metode Penelitian**

### **1.6.1 Metode Yang Digunakan**

Metode penelitian dalam perancangan Tugas Akhir ini menggunakan metode penelitian Kualitatif. Menurut Keirl dan Miller (dalam Moleong, 2016), metode kualitatif merupakan penelitian yang menekankan pada proses dan makna yang tidak dikaji secara ketat atau belum diukur serta sifat realita yang terbangun secara sosial, hubungan erat antara peneliti dengan subjek yang diteliti. Penelitian yang akan dibahas mengenai perancangan strategi promosi Geowisata Kawah Wayang.

### **1.6.2 Metode Pengumpulan Data**

#### **1. Metode Wawancara**

Untuk mendapatkan data yang objektif, penulis mewawancarai pengelola dan pengunjung yang ada di area Kawah Wayang.

#### **2. Metode Observasi**

Penulis melakukan observasi ke Geowisata Kawah Wayang untuk melihat bagaimana kondisi daerah dan wisatanya, dan bagaimana rencana yang akan dilakukan untuk dasar perancangan promosi Geowisata Kawah Wayang.

#### **3. Studi Pustaka**

Menggunakan terori-teori yang ada pada buku-buku untuk mendukung penelitian atau sebagai referensi dan situs-situs yang ada di internet yang berhubungan langsung dengan masalah yang diangkat bagian dari Tugas Akhir. Berdasarkan sumber dari buku tentang promosi, pariwisata dan komunikasi yang digunakan.

#### 4. Metode Analisis Data

##### a. Analisis SWOT

Analisis SWOT menurut Philip Kotler diartikan sebagai evaluasi terhadap keseluruhan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Analisis SWOT merupakan salah satu instrumen analisis lingkungan internal dan eksternal perusahaan yang dikenal luas. Analisis ini didasarkan pada asumsi bahwa suatu strategi yang efektif akan meminimalkan kelemahan dan ancaman. Bila diterapkan secara akurat, asumsi sederhana ini mempunyai dampak yang besar atas rancangan suatu strategi yang berhasil. Peneliti menggunakan metode analisis SWOT untuk mengetahui kelebihan, kekurangan, peluang dan ancaman dari Geowisata Kawah Wayang.

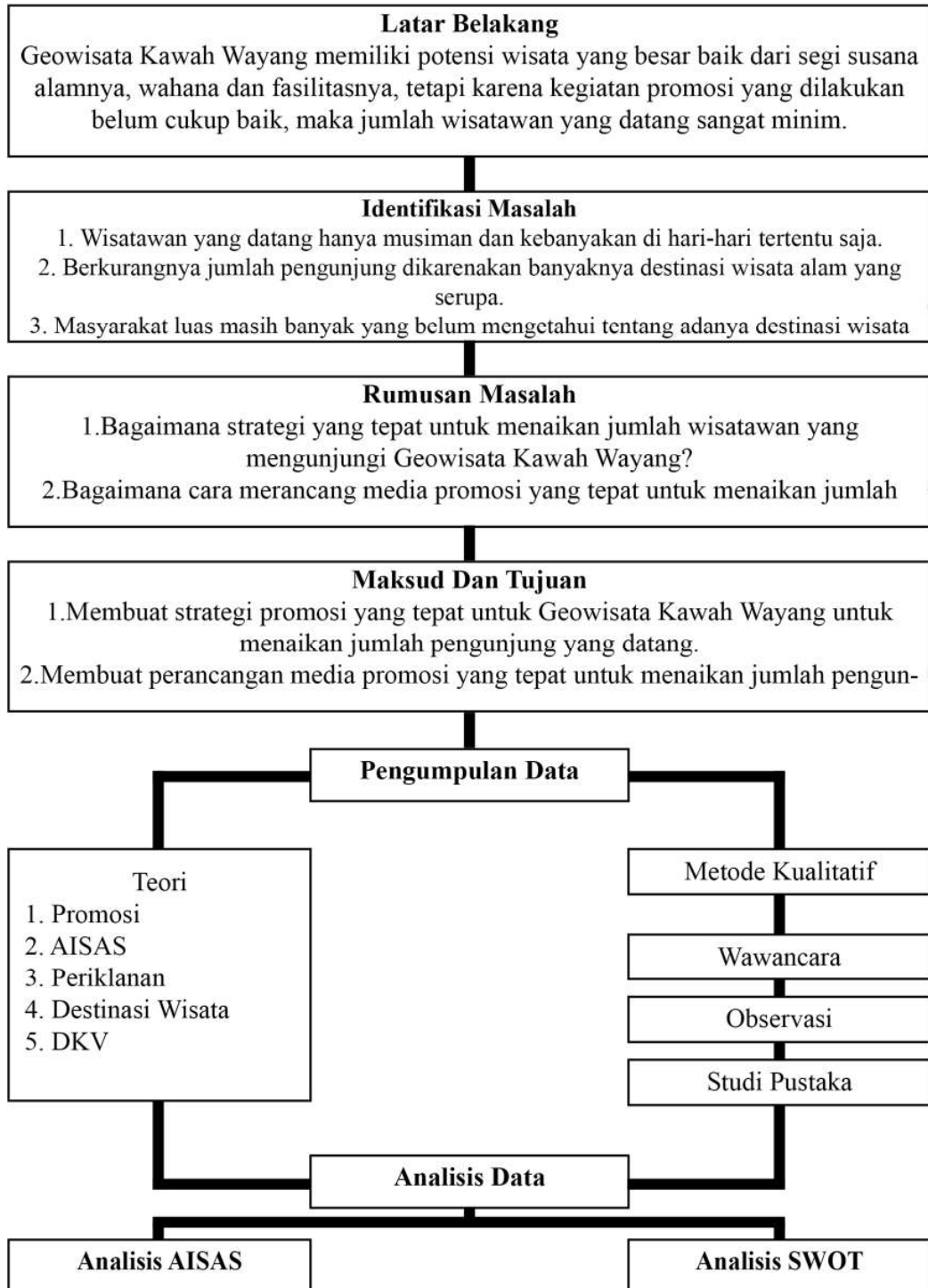
##### b. Analisis Matriks

Pada prinsipnya analisis matriks adalah *juxtaposition* atau membandingkan dengan cara menjajarkan. Objek visual apabila dijajarkan dan dinilai menggunakan satu tolak ukur yang sama maka akan terlihat perbedaannya (Widiatmoko 2013:50). Peneliti menggunakan metode analisis matriks untuk membandingkan Kawah Wayang dengan kompetitornya seperti Kawah Rengganis.

##### c. Analisis AISAS

Menurut The Dentsu Way (dalam Ayuna 2016: 18) AISAS adalah strategi kreatif baru yang diciptakan oleh Dentsu yang merupakan singkatan dari *Attention, Interest, Search, Action, dan Share*. Peneliti menggunakan metode AISAS ini untuk mencari strategi kreatif untuk merancang promosi Geowisata Kawah Wayang.

## 1.7 Kerangka Pemikiran



Bagan 1.1 Kerangka Pemikiran.

Sumber: Penulis.



## **1.8 Sistematika Penulisan**

Dalam penulisan ini dibutuhkan gambaran mengenai tiap bab agar lebih terperinci serta mempermudah dalam menguraikan masing-masing bab. Bab-bab tersebut sebagai berikut:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Pada bab ini dijelaskan informasi umum yaitu latar belakang permasalahan, identifikasi masalah, perumusan masalah, manfaat penelitian, cara pengumpulan data dan kerangka pemikiran laporan penelitian.

### **BAB II DASAR PEMIKIRAN**

Pada bab ini menjelaskan mengenai dasar pemikiran yang mengutip dari teori-teori dari berbagai sumber literatur seperti buku maupun jurnal untuk digunakan sebagai dasar perancangan

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

Pada bab ini akan diuraikan data hasil pengamatan yang berasal dari instansi terkait dengan penelitian, khalayak sasaran, data proyek sejenis yang pernah dilakukan serta penilaiannya.

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

Konsep Media (perencanaan media dan media yang digunakan), konsep kreatif, konsep pesan, dan konsep visual.

### **BAB V PENUTUP**

Kesimpulan dan saran yang berkaitan dengan penelitian Tugas Akhir yang sudah diuraikan pada tiap bab sebelumnya.