

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Wisata merupakan kegiatan yang tak dapat dipisahkan dari masyarakat Indonesia serta sudah menjadi bagian dari gaya hidup di era modern ini. Kegiatan ini dapat memberi banyak dampak positif sehingga membuat masyarakat melakukan berulang kali. Menurut Spillane (1987) Pariwisata adalah perjalanan sementara dari suatu tempat ke tempat lain baik secara individu maupun kelompok, untuk mengejar kesenangan dengan tetap menjaga keseimbangan aspek sosial, budaya, alam dan ilmu pengetahuan dengan lingkungan. Bandung merupakan kota yang ideal bagi masyarakat untuk berwisata di akhir pekan. Hal tersebut dikarenakan Kota Bandung mempunyai beragam kuliner, wisata belanja, wisata edukasi, serta destinasi wisata yang bervariasi dan menarik. Kondisi alam Bandung yang cukup sejuk dengan berbagai pepohonan membuat para wisatawan dapat rehat sejenak dari penatnya pekerjaan.

Berlibur dengan mengunjungi objek wisata alam menjadi salah satu pilihan yang diminati oleh wisatawan Bandung maupun luar Bandung sebagai penghilang kejenuhan serta hiruk pikuk yang dihadapi di perkotaan setiap harinya. Wisata alam mencakup objek dan aktivitas yang berhubungan dengan rekreasi dan pariwisata yang memanfaatkan sumber daya alam secara langsung maupun perpaduan dengan buatan manusia.

Salah satu objek wisata alam di Bandung ialah Taman Lembah Dewata, merupakan objek wisata bertema surga para dewa. Objek wisata tersebut menyajikan danau, panorama pegunungan, spot foto *Instagramable* dengan arsitektur khas Pulau Dewata. Arsitektur tersebut antara lain angkul-angkul, pura ulun danu, patung dewi sri, patung penyambutan bali, umbul-umbul kain poleng, replika candi borobudur, dan lainnya. Pada perbukitan yang dilengkapi danau buatan, wisatawan dapat menikmati berbagai wahana seperti sepeda listrik, *dewata express*, sepeda air, perahu dayung, *splash boat*, *jet boat*, *horse riding*, *animal feeding*, *electric car*, serta wahana lainnya. Terdapat restoran dan berbagai *stand*

makanan dengan berbagai menu *signature* 'Dewata'. Taman Lembah Dewata sudah dibuka sejak tahun 2017.

Namun banyaknya jumlah kompetitor seperti wisata yang sudah terkenal sejak dahulu, ataupun tempat wisata tematik yang baru bermunculan mencuri banyak perhatian wisatawan dibandingkan Taman Lembah Dewata. Maka dari itu masalah yang dihadapi oleh Taman Lembah Dewata ialah kurangnya *brand awareness* dikarenakan minimnya pendekatan komunikasi kepada target audiens yang dilakukan Taman Lembah Dewata di media digital seperti jenis promosi yang kaku dan kurang variatif. Selain itu elemen dan gaya visual yang ditampilkan di sosial media masih tidak konsisten sehingga persepsi audiens masih kurang melekat.

Dikarenakan promosi wisata yang dilakukan Taman Lembah Dewata kurang menarik perhatian wisatawan dengan minimnya potensi visual keunikan dan ciri khas yang diperlihatkan kepada target audiens, maka dari itu penulis ingin membuat perancangan promosi destinasi wisata Taman Lembah Dewata untuk meningkatkan pengunjung dengan strategi yang tepat untuk dijadikan penelitian tugas akhir.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka identifikasi masalahnya adalah sebagai berikut:

1. Kurangnya *awareness* masyarakat terhadap keberadaan objek wisata Taman Lembah Dewata di Bandung.
2. Kurangnya strategi media dan pendekatan komunikasi terhadap target audiens sehingga wisatawan tidak tertarik untuk mengunjungi Taman Lembah Dewata.

## **1.3 Rumusan Masalah**

1. Bagaimana strategi promosi yang tepat untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap destinasi wisata Taman Lembah Dewata?
2. Bagaimana strategi media dan visual yang tepat untuk digunakan dalam promosi Taman Lembah Dewata?

#### **1.4 Ruang Lingkup**

Untuk menghindari pembahasan yang terlalu luas, diberi batasan ruang lingkup pada perancangan. Penelitian ini dilaksanakan di Taman Lembah Dewata, berlokasi di Jl Raya Tangkuban Parahu, No. KM 3,7, Kabupaten Bandung Barat. Hadir sebagai destinasi wisata alam tematik di Bandung yang mengusung konsep Bali. Dengan target audiens keluarga muda yang berasal dari kalangan menengah ke bawah di daerah Bandung dan sekitarnya. Pada penelitian ini dilakukan perancangan media dan visual pada Taman Lembah Dewata dengan tujuan untuk menambah pengunjung serta meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap Taman Lembah Dewata

#### **1.5 Tujuan Perancangan**

Tujuan dilakukannya perancangan adalah sebagai berikut:

1. Terancangnya strategi promosi yang dapat melekatkan destinasi wisata Taman Lembah Dewata di benak wisatawan.
2. Terancangnya strategi media visual promosi yang tepat kepada target audiens mengenai kawasan Taman Lembah Dewata

#### **1.6 Manfaat Perancangan**

Manfaat dilakukannya perancangan yang dilakukan di Objek Wisata Taman Lembah Dewata ialah:

1. Bagi Penulis
  - a. Melatih kemampuan mengenai cara berpikir kreatif untuk berpromosi.
  - b. Menambah pengalaman dalam gambaran nyata permasalahan di bidang Desain Komunikasi Visual khususnya *Advertising*.
  - c. Mengetahui strategi promosi yang tepat untuk meningkatkan jumlah pengunjung Taman Lembah Dewata.
2. Bagi Fakultas Industri Kreatif Universitas Telkom
  - a. Menjadi referensi mahasiswa *Advertising* Desain Komunikasi Visual yang akan mengambil perancangan sejenis.

### 3. Bagi Masyarakat

- a. Menambah informasi seputar perancangan promosi untuk destinasi wisata Taman Lembah Dewata Bandung.

## **1.7 Metode Perancangan**

Metode perancangan yang digunakan pada laporan ini adalah metode kualitatif, dengan metode ini penulis langsung terjun dan eksplorasi terhadap lingkungan perusahaan. Metode perancangan kualitatif ditujukan untuk memahami kejadian yang dialami seperti tingkah laku dan mendeskripsikannya ke dalam bahasa dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah (Moleong dalam Mamik, 2015).

### **1.7.1 Metode Pengumpulan Data**

#### 1. Observasi

Observasi merupakan teknik pengumpulan data dengan mengamati, menganalisis, dan mencatat hasil objek yang diteliti (Jaya, 2020:150). Penulis melakukan pengamatan mengenai lokasi, fasilitas, serta keunggulan tempat wisata.

#### 2. Wawancara

Penulis akan melakukan wawancara kepada pengelola wisata Taman Lembah Dewata secara langsung agar mendapat informasi yang valid, seperti jumlah pengunjung hingga media promosi yang telah dilakukan

#### 3. Studi Pustaka

Studi pustaka merupakan kegiatan yang berkaitan dengan metode pengumpulan data pustaka seperti mencatat, membaca, dan mengolah bahan perancangan (Zed, 2004:3). Penulis mengumpulkan sejumlah data berdasarkan teori pendukung untuk memenuhi kebutuhan dokumen perancangan yang berasal dari artikel, jurnal, buku, serta literatur lainnya.

#### 4. Kuesioner

Penulis melakukan kuesioner dengan memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan kepada responden. Kuesioner tersebut disebar di internet dan dapat diisi melalui *Google Forms* untuk melengkapi kebutuhan data.

### **1.7.2 Metode Analisis Data**

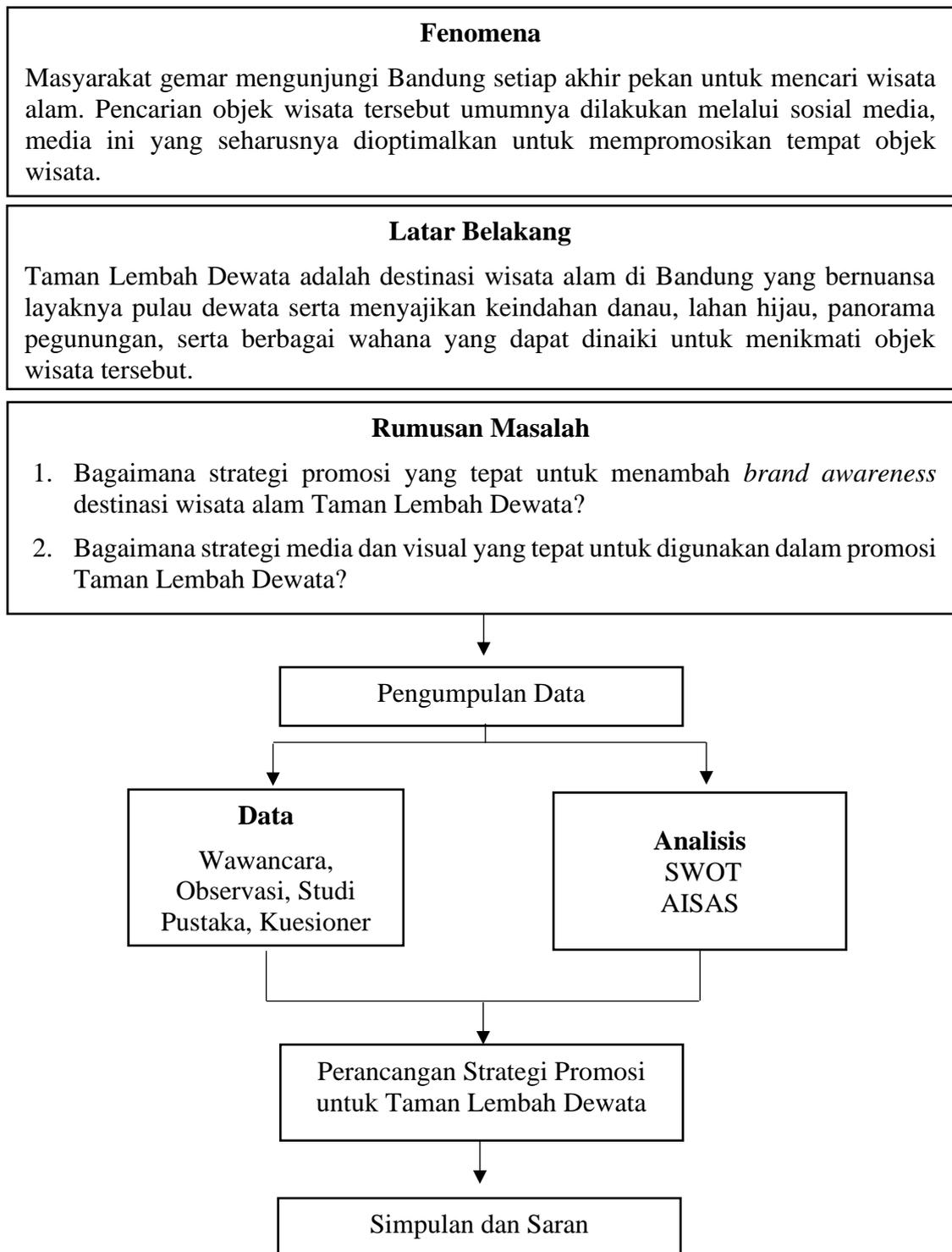
#### a. Analisis SWOT

Penulis menggunakan metode analisis SWOT (*strength, weakness, opportunity, threat*) untuk mempermudah meneliti antara kelebihan dan kekurangan, ancaman serta peluang yang didapat dari objek wisata Taman Lembah Dewata.

#### b. Metode AISAS

AISAS merupakan metode dari Dentsu Way yang tidak hanya menerima informasi, namun melibatkan konsumen menjadi aktif sebagai penyebar informasi. Langkah ini terdiri dari memperhatikan produk (*Attention*) yang berubah menjadi ketertarikan (*Interest*). Setelah itu muncul keinginan mencari informasi tentang produk (*Search*) dan melakukan pembelian (*Action*). Konsumen menilai produk tersebut berdasarkan pengalaman dan menyebarkan penilaian tersebut (*Share*) kepada yang lainnya (Ilhamsyah, 2020:76).

## 1.8 Kerangka Perancangan



Gambar 1. 1 Kerangka Perancangan

Sumber: data penulis

## **1.9 Pembabakan**

### **BAB I Pendahuluan**

Membahas pendahuluan yang meliputi latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, ruang lingkup, tujuan perancangan, cara pengumpulan dan analisis data, kerangka perancangan dan pembabakan.

### **BAB II Landasan Teori**

Memaparkan teori yang bersumber dari literatur seperti buku dan jurnal yang berkaitan dengan strategi promosi dan pariwisata sebagai landasan perancangan.

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

Bab ini berisi analisis data yang telah dikumpulkan terhadap objek penelitian melalui observasi, wawancara kuesioner, dan studi pustaka. Serta menjelaskan mengenai langkah-langkah perancangan.

### **BAB IV Konsep dan Perancangan**

Berisikan penjelasan mengenai konsep yang telah dibuat seperti konsep kreatif, konsep media, disertai hasil perancangan yang dilakukan pada promosi Taman Lembah Dewata.

### **BAB V Penutup**

Bab penutup merupakan bab mengenai kesimpulan berdasarkan perancangan yang telah dibuat dan saran terhadap karya yang telah dihasilkan.