

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Indonesia adalah suatu negara dengan wilayah terluas sekaligus negara kepulauan terbesar di dunia dengan luas 1.904.569 km<sup>2</sup>, serta merupakan negara dengan pulau terbanyak di dunia dengan total 17.504 pulau. Indonesia berpotensi besar dalam sektor industri pariwisata, sebab tak banyak negara yang mempunyai kekayaan alam dan budaya seperti di Indonesia. Indonesia mempunyai potensi wisata alam lebih yang bisa didorong menjadi pariwisata, karena tidak banyak negara yang memiliki kekayaan alam dan budaya seperti di Indonesia. Namun potensi tersebut tidak semua diketahui oleh wisatawan lokal maupun wisatawan asing. Karena hal itulah potensi – potensi yang ada kurang dimanfaatkan dan dieksplorasi, sehingga perlu adanya usaha lebih agar potensi – potensi tersebut dapat dijadikan sektor perekonomian suatu daerah.

Kabupaten Bandung Barat merupakan kota yang memiliki banyak tempat wisata. Banyak potensi pariwisata yang berlokasi di Kawasan Kabupaten Bandung Barat seperti daerah Lembang yang mempunyai sederet tempat pariwisata yang terkenal. Seperti Wisata Stone Garden di Citatah, Bandung Barat merupakan tempat wisata yang menawarkan banyak keunggulan. Pertama-tama, pengunjung akan terpesona dengan pemandangan yang indah dan unik di wisata ini. Tempat ini terdiri dari batu-batu besar yang disusun secara artistik dan dipadukan dengan tanaman hijau yang mempercantik pemandangan. Selain itu, lokasi Wisata Stone Garden yang strategis menjadi kelebihan lainnya, karena mudah dijangkau dari pusat kota Bandung dengan jarak sekitar 35 km saja. Wisata Stone Garden juga menjadi tempat yang cocok bagi pengunjung yang ingin menikmati aktivitas outdoor seperti berjalan-jalan, hiking, dan berfoto dengan latar belakang batu-batu besar yang indah. Kedua ada Wisata Goa Jepang di Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda memiliki banyak keunggulan yang membuatnya menjadi tempat wisata yang populer di Bandung. Sejarah yang unik menjadi salah satu keunggulan utama wisata ini, karena gua ini digunakan sebagai markas pertahanan Jepang pada masa

Perang Dunia II, dan wisatawan dapat melihat langsung berbagai macam benda peninggalan Jepang seperti senjata, peralatan militer, dan tulisan-tulisan di dinding gua. Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda melakukan berbagai promosi untuk meningkatkan kunjungan wisata ke tempat wisata di dalamnya, termasuk Goa Jepang. Salah satu promosi yang dilakukan adalah dengan mengadakan berbagai acara, seperti festival musik, pameran seni, dan lomba olahraga. Selain itu, Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda juga bekerja sama dengan berbagai agen perjalanan dan hotel untuk memasarkan wisata di dalamnya, termasuk Goa Jepang. Namun, potensi pariwisata yang masih alami dan dapat dimaksimalkan lebih lanjut berada di daerah Cipatat terdapat objek wisata yang memiliki nilai sejarah tinggi dan bentuk alam yang indah yaitu Guha Pawon.

Penemuan Kerangka Manusia purba dilakukan oleh arkeolog Balai Arkeologi dan Kelompok Sadar Wisata (POPDARWIS). Kelompok tersebut merupakan Pengelola pertama Guha Pawon sebelum menjadi situs Cagar Budaya yang dilindungi oleh Pemerintah Kabupaten Bandung Barat dan akhirnya Pengelola yang awalnya merupakan masyarakat disekitar Guha Pawon sekarang diresmikan oleh pemerintah untuk mengelola Wisata Guha Pawon.

Objek Wisata Guha Pawon merupakan wisata yang paling menonjol fenomena alamnya. Lokasi Guha Pawon terletak di Kampung Girimulya, Desa Gunung Masigit, kecamatan Cipatat, Kabupaten Bandung Barat, Jawa Barat, Indonesia. Letaknya tidak terlalu jauh dari pintu tol Padalarang, hanya berjarak tidak lebih dari 9 km. Akses jalan ke Wisata Guha Pawon tersebut, kita dapat memakai beragam transportasi, baik kendaraan pribadi ataupun kendaraan umum. Jarak tempuh ke tempat Wisata Guha Pawon itu tidak terlalu jauh hanya perkiraan 500 meter bisa tiba di tempat wisata. Objek Wisata Guha Pawon berdasarkan sejarahnya hasil dari penelitian Cekungan Bandung yang bergerak di bidang Geologi para alumni ITB pada tahun 1990, mengatakan bahwa sekitar 20 sampai dengan 30 juta tahun yang lalu kawasan Guha Pawon adalah laut purba, dan dari hasil penelitian itu pula para peneliti menemukan artefak prasejarah di Guha Pawon seperti alat-alat berupa sulam, serpil, lancipan serta mata panah yang terbuat dari batu obsidian. Kawasan ini diketahui sebagai rumah manusia prasejarah yang melangsungkan migrasi dari Asia daratan dan menurut perkataan arkeolog Balai Arkeologi (Balar) Bandung

Lutfi Yondri, “Guha Pawon yaitu gudang pengetahuan tentang manusia pertama penghuni Bandung,” selama 15 tahun para aekeloge menggali dan menemukan 7 kerangka Manusia Prasejarah dengan usia sekitar 5.000 – 12.000 ribu tahun silam. Fenomena alam dan penemuan tersebut menjadikan objek wisata Guha Pawon perlu dieksplorasi dan dipublikasikan sehingga menjadi destinasi wisata yang dapat bermanfaat bagi industri maupun masyarakat sekitar.

Menurut data dan berita yang saya dapatkan sejak terjadinya Pandemi sejak pada 2019 lalu Jumlah pengunjung yang berwisata yang berkunjung ke Guha Pawon mengalami penurunan yang drastis dan sepi pengunjung menurut Berita dari Radar Bandung bahwa per minggu hanya ada sekitar kurang dari 30 orang atau bahkan Tidak ada sama sekali itu menandakan kurangnya daya saing Wisata Guha Pawon dengan Wisata di sekitarnya seperti Stone Garden, Indiana Camp, Sanghyang Menit.

Pemerintah Kabupaten Bandung Barat belum memaksimalkan potensi wisata tersebut, seperti dalam halnya mempublikasikan melalui promosi. Upaya sudah pernah dilakukan oleh pemerintah dan pengelola, namun upaya tersebut belum maksimal ataupun tidak konsisten hanya ramai pada saat tertentu saja dikarenakan kurangnya perhatian khusus dalam faktor penting dalam mempromosikan potensi yang ada dan tidak adanya promosi yang berkelanjutan secara konsisten. Terbukti dari Objek Wisata Guha Pawon dikenal wisatawan lokal karena masyarakat dan wisatawan yang aktif sendiri seperti dari mulut ke mulut maupun dari program pemerintah yang bersama-sama dengan guru-guru di sekolah untuk melakukan *study tour* ke Guha Pawon dan tidak lupa ulasan atau postingan foto dan video di internet bukan melalui upaya promosi pemerintah dan pengelola.

Berdasarkan Penelusuran dokumen yang saya kaji Promosi yang dilakukan Pengelola Guha Pawon masih kurang, tidak konsisten, tidak beradaptasi dengan perubahan situasi dan kondisi dan perkembangan zaman teknologi, melansir dari sosial media guha pawon terpantau sudah tidak aktif lagi semenjak 2021.

Selain dari sarana informasi yang kurang diperhatikan menjadi faktor utamanya kurang banyak wisata yang datang ke Guha Pawon. Pembangunan infrastruktur yang kurang dan terlambat, fasilitas dan gapura tanda Guha Pawon. Maka perlu adanya upaya sarana informasi seperti promosi yang berkelanjutan dan

mudah dipahami masyarakat luas khususnya masyarakat Jawa Barat supaya lebih tertarik dan berminat berkunjung.

Maka berdasarkan latar belakang yang sudah penulis uraikan, penulis dapat mengangkat permasalahan sebagai penelitian tugas akhir yang dapat bermanfaat sebagai mana mestinya. Dari hasil data dan observasi dapat disimpulkan bahwa Wisata Guha Pawon perlu adanya pengenalan khusus terkaitnya dengan objek wisata tersebut. Melalui strategi promosi dan pengadaan media – media promosi untuk menginformasikan kepada masyarakat luas khususnya warga di kota Bandung. Berdasarkan hal itu penulis akan meningkatkan minat wisatawan terhadap Wisata Guha Pawon dengan judul “Perancangan Promosi Destinasi Wisata Guha Pawon Citatah Bandung Barat”.

## **1.2 Permasalahan**

### **1.2.1 Identifikasi Masalah**

Bertolak dari latar belakang tersebut, maka penulis bisa mengidentifikasi masalah yakni:

1. Kurangnya sarana informasi terkait promosi-promosi mengenai Objek Wisata Guha Pawon yang dilakukan oleh pihak pemerintah dan pengelola wisatawan.
2. Masyarakat lebih tertarik pariwisata yang berada pada daerah Bandung Selatan, sementara Pariwisata di Bandung Barat kurang banyak peminat.
3. Objek-objek wisata yang berlokasi di Kabupaten Bandung Barat belum begitu banyak dikenal oleh masyarakat luas.

### **1.2.2 Rumusan Masalah**

Terhadap identifikasi masalah yang telah diuraikan tersebut, maka dapat ditentukan rumusan masalahnya, yaitu:

1. Bagaimanakah Perancangan Promosi Destinasi Wisata Guha Pawon Citatah Bandung Barat?
2. Bagaimanakah Visualisasi Media Promosi Destinasi Wisata Guha Pawon Citatah Bandung Barat?

## **1.3 Ruang Lingkup**

Ruang lingkup pada perancangan ini dibatasi dalam hal yang dapat dikerjakan sesuai bidang studi Desain Komunikasi Visual, khususnya *Advertising*. Perancangan

ini berupa strategi promosi dan strategi media pada Objek Wisata Guha Pawon di Bandung Barat yang penulis uraikan dalam bentuk 5W1H:

a) Apa

Perancangan Promosi Destinasi Wisata Guha Pawon di Citatah Bandung Barat.

b) Siapa

Target audiens dari Promosi ini adalah anak muda dengan usia 17 tahun hingga 25 tahun, berasal dari kalangan sosial ekonomi menengah. Dasar Psikografis: travelling, suka berfoto, dan menyukai alam. Demografis: Bandung Kota, Kabupaten, pinggiran kota.

c) Kapan

Penelitian dimulai sejak tanggal 3 Oktober sampai 9 Januari 2022. Promosi dijadwalkan pada Mei sampai waktu libur.

d) Dimana

Penelitian dilaksanakan di di Kampung Girimulya, Desa Gunung Masigit, kecamatan Cipatat, Kabupaten Bandung Barat, Jawa Barat, Indonesia.

e) Kenapa

Permasalahan yang kurangnya promosi wisata Guha Pawon terhadap wisatawan wisatawan, serta permasalahan pentingnya perancangan strategi promosi dan media pada Objek Wisata Guha Pawon.

f) Bagaimana

Melalui Perancangan strategi promosi pada Objek Wisata Guha Pawon dengan Penggunaan media yang sesuai dengan target audiens.

## **1.4 Tujuan Penelitian**

Penelitian tugas akhir ini mempunyai beberapa tujuan, diantaranya:

1. Merancang Promosi Destinasi Wisata Guha Pawon Citatah Bandung Barat.
2. Merancang Visualisasi Media Promosi Destinasi Guha Pawon Citatah Bandung Barat.

## **1.5 Manfaat Perancangan**

Dari hasil perancangan ini diharapkan adanya manfaat yang didapatkan, diantaranya:

- a) Manfaat bagi Mahasiswa

Mendapatkan ilmu penguatan mengenai bagaimana cara merumuskan strategi kreatif promosi dan strategi media visual serta pengalaman untuk merancang desain promosi objek destinasi wisata.

b) Manfaat Bagi Pemerintah Kabupaten Bandung Barat

Mendapatkan informasi serta gambaran konsep strategi promosi wisata sebagai salah satu solusi untuk mengangkat dan mempromosikan objek destinasi wisata yang ada pada daerah Kabupaten Bandung Barat kepada Masyarakat Bandung, Jawa Barat.

c) Manfaat Bagi Masyarakat Kabupaten Bandung Barat

Memberikan informasi kepada masyarakat tentang keunggulan dari Objek Wisata Guha Pawon di Bandung Barat dan juga mengangkat ekonomi disekitarnya sehingga dapat dijadikan sebagai destinasi wisata.

## **1.6 Metode Penelitian**

Metode yang akan digunakan pada penelitian ini ialah metode kualitatif. Peneliti belum mengetahui secara pasti seberapa banyak waktu yang dibutuhkan guna mengakhiri suatu putaran siklus penelitian. Dengan demikian, penelitian kualitatif membuka kemungkinan rekayasa ulang serta pengumpulan dan analisis data secara bersamaan (Hardani, 2020). Berikut adalah tahapan dari teknik pengumpulan data:

1. Observasi

Observasi menurut Usman dan Purnomo dalam bukunya, mengartikan pengamatan dengan pencatatan yang terstruktur terhadap tanda-tanda yang diteliti. Dalam observasi hal yang terpenting ialah Proses Pengamatan dan mengumpulkan data data dari sebuah fenomena yang di amati. Penulis melakukan pengamatan dan observasi langsung ke tempat objek wisata Guha Pawon dan sekitarnya pada waktu 8 Oktober 2022 yang terletak di di Kampung Girimulya, Desa Gunung Masigit, kecamatan Cipatat, Kabupaten Bandung Barat, Jawa Barat, Indonesia, untuk melakukan Pengamatan dan mendapatkan data yang diperlukan.

2. Wawancara

Wawancara menurut Nazir dalam buku (Hardani, 2020), ialah suatu proses pengumpulan informasi untuk keperluan penelitian melalui tanya jawab langsung antara penanya atau pewawancara dengan responden atau responden dengan menggunakan alat yang disebut pedoman wawancara. Penulis melaksanakan

wawancara dengan salah satu pengelola atau pengurus dari Wisata Guha Pawon, kantor Dinas Pariwisata dan Kebudayaan (DISPARBUD) Kabupaten Bandung Barat, dan Pengunjung Wisata Guha Pawon.

### 3. Studi Pustaka

Studi Pustaka menurut Mestika Zed dalam bukunya (Zed, 2014) ialah serangkaian kegiatan yang berkenaan dengan metode pengumpulan kepustakaan, membaca, mencatat dan mengolah bahan penelitian. Penulis mengakomodir serta memfilter teori ataupun referensi dari beragam sumber contohnya buku, jurnal, serta referensi lainnya guna mendapatkan informasi – informasi yang berkaitan dengan kelangsungan penyusunan laporan dan perancangan penelitian ini.

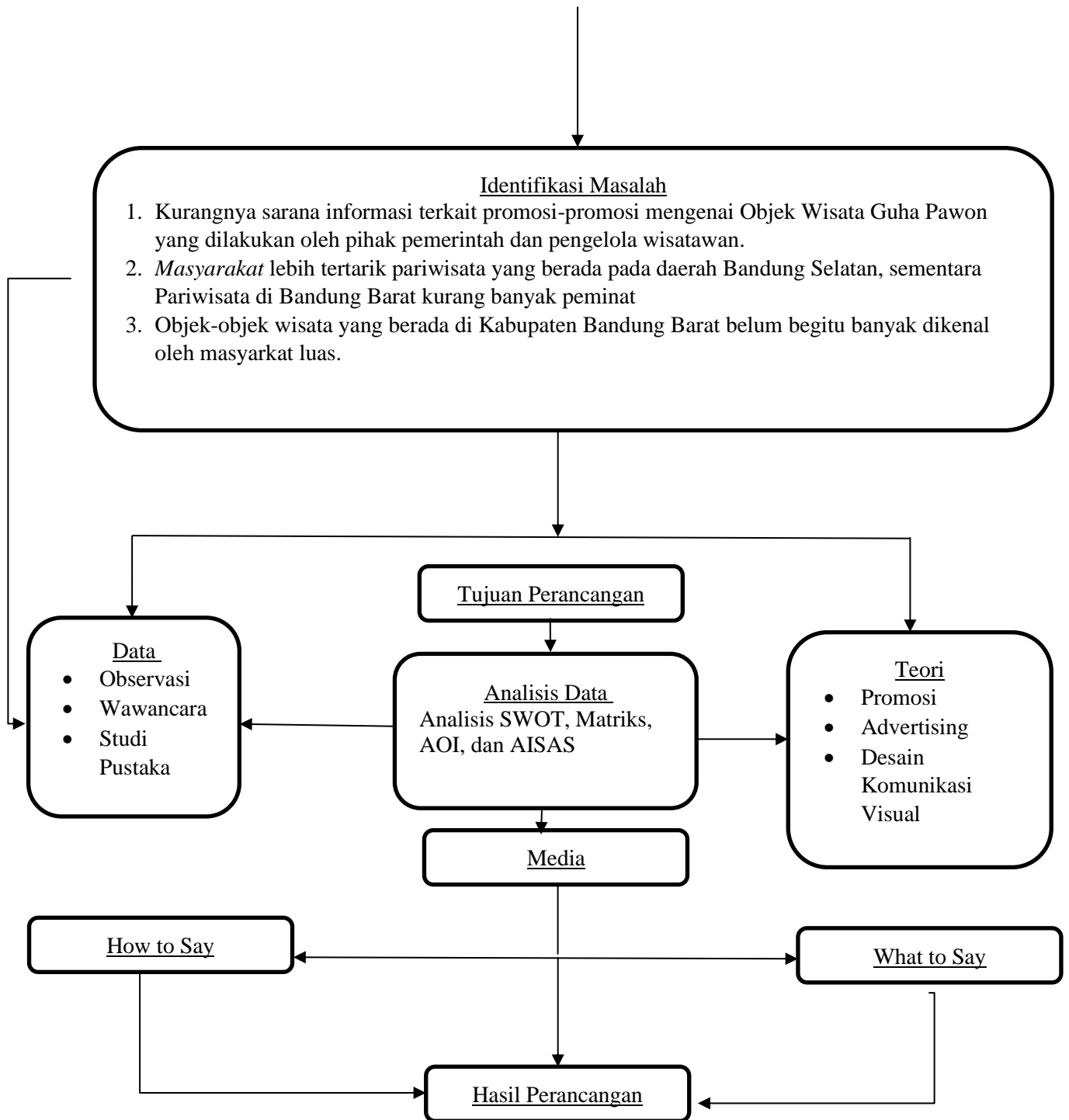
## 1.7 Metode Analisis

Dalam Perancangan ini penulis menggunakan 4 Metode Analisis yaitu Matriks, SWOT, AOI, AISAS. Menurut Soewardikoen (Soewardikoen, 2019) matriks ialah mensandingkan dengan cara mensejajarkan. Objek visual jikalau disejajarkan serta ditaksir menggunakan satu tolok ukur yang sama maka akan terlihat perbedaannya, sehingga bisa menciptakan gradasi. SWOT menurut Soewardikoen yakni kependekan dari *Strength*, *Weakness*, *Opportunity* dan *Threat* sebagai indikator petunjuk, pembeda, dan hasil yang dianalisis dari aspek kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. AISAS menurut Moriarty (Moriarty, 2011) adalah untuk menentukan tujuan target capaian dalam suatu perencanaan aktivitas promosi, dan juga dalam memahami informasi yang dikumpulkan dan telah tervalidasi masalah utamanya, AISAS merupakan model penelitian yang cocok bagi perilaku konsumen era Internet. AOI adalah analisis mendalam terhadap target audiens meliputi aktivitas, minat dan pendapat dari pada target audiens tersebut.

## 1.8 Kerangka Perancangan

### Latar Belakang

Pariwisata di Bandung pada masa ini sedang mengalami kenaikan, namun rata - rata wisatawan yang berkunjung ke Bandung hanya mengetahui objek – objek wisata yang hanya ada di Kota Bandung dan sekitarnya, padahal masih banyak objek - objek wisata lain yang harus di ketahui oleh wisatawan seperti potensi wisata yang berada di kawasan Kabupaten Bandung Barat seperti guha Pawon





## 1.9 Pembabakan

- **Bab I Pendahuluan**

BAB I, menjelaskan mengenai uraian yang melatar belakangi pembahasan, membuat identifikasi yang kemudian menjadi permasalahan yang akan dikaji. Rumusan masalah berperan sebagai batasan bahasan, mengungkapkan tujuan serta manfaat penelitian, cara yang diterapkan ketika melakukan pengumpulan data, skema perancangan sebagai bagan konsep untuk memetakan masalah, serta yang terakhir pembabakan sebagai penjelasan singkat terhadap isi tiap bab.

- **Bab II Dasar Pemikiran**

BAB II, memuat teori yang berkenaan serta diterapkan selaku landasan pemikiran ketika melaksanakan perancangan. Teori-teori itu diantaranya teori promosi, periklanan, pariwisata, media, teori perancangan desain komunikasi visual dan teori analisis.

- **Bab III Data dan Analisis Masalah Data**

Menerangkan beragam data yang bersangkutan dengan objek perancangan misalnya data mengenai pariwisata di daerah Kab. Bandung Barat, dan Objek Wisata Guha Pawon serta segmen dan target objek perancangan. Analisis Berisi pengolahan beragam data yang bersangkutan dengan objek perancangan. Setelah itu menganalisis segmentasi dan target audiens serta analisis perencanaan guna menghasilkan strategi perancangan.

- **Bab IV Konsep dan Hasil Perancangan**

Menerangkan konsep strategi promosi, serta strategi media yang diterapkan pada perancangan media promosi Objek Wisata Guha Pawon serta hasil perancangan.

- **Bab V Penutup**

Memuat masukan dan saran.