

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kawasan wisata Jawa Barat merupakan kawasan wisata yang diunggulkan di tingkat Provinsi, yang berperan dalam pengembangan kepariwisataan Provinsi Jawa Barat. Kawasan Wisata Unggulan berperan strategis karena keunikan lokasi maupun tingginya intensitas kunjungan wisatawan. Pemerintah Provinsi menjadi pemain utama dalam hal pembinaan dan pengembangan KWU, serta ikut bertanggung jawab dalam merencanakan dan mendukung pengembangan sumber daya alam dan kebudayaan yang dimiliki, seperti bahasa, sastra dan aksara daerah, kesenian, kepurbakalaan, kesejarahan tradisional, dan museum masih berkembang, serta keberadaannya dapat diandalkan untuk pembangunan jatidiri bangsa.

Sumedang merupakan salah satu kabupaten di Jawa Barat dan berbatasan langsung dengan Ibu Kota Provinsi, Bandung. Seperti halnya kabupaten lain, kabupaten yang memiliki luas wilayah 153.124 ha dan jumlah penduduk hampir 1 juta jiwa, juga menyimpan cukup banyak potensi sumber daya alam. Meski belum berkembang secara maksimal, semua komoditas dan potensi itu sedang terus dikembangkan, selain agar lebih maju dan dikenal luas, juga mampu meningkatkan produksi dan arus wisatawan yang datang. Terutama dalam pembangunan sektor pariwisata yang tergolong potensial, yang kini sedang terus ditata dan dikembangkan, diantara obyek wisatanya adalah Museum Prabu Geusan Ulun, situs Gunung Tampomas, situs Gunung Lingga, makam Pahlawan Nasional Tjoet Nyak Dhien, Kampung Toga, Benteng Gunung Kunci, Cipanas Cileungsing, Cipanas Conggeang, Taman Telur dan masih banyak lagi. Selain terkenal dengan makanan khasnya yaitu Tahu Sumedangnya dan memiliki cita rasa yang berbeda dengan makanan sejenis

yang terdapat di kota-kota lain, kerajinan tradisional, disamping peternakan, kehutanan dan pertanian (agrowisata).

Dalam sebuah kutipan Yoeti (2000:143) dengan judul buku “*Ekowisata, Pariwisata Berwawasan Lingkungan Hidup*” mengatakan bahwa agrowisata merupakan salah satu alternatif potensial untuk dikembangkan di Desa. Dinyatakan bahwa agrowisata adalah suatu jenis pariwisata yang khusus menjadikan hasil pertanian, peternakan, perkebunan sebagai daya tarik bagi wisatawan. Dan tempat paling menarik yang sekarang sedang dikembangkan oleh kota Sumedang ini adalah Wisata Alam Pangjugjungan, yang terletak di Desa Cilembu, Kecamatan Pamulihan, Kabupaten Sumedang.

Pada umumnya orang mengenal Cilembu sebagai wilayah yang memproduksi ubi yang memiliki khas (manis, gurih, dan legit). Wilayah ini merupakan pembukitan dan lembah dengan pepohonan yang hijau, sejuk, dengan pandangan tertuju ke jalan desa, sebuah situ, kolam ikan serta hamparan sawah dan kebun yang indah. Pada perkembangan berikutnya desa ini mulai dikenal sebagai daerah agrobisnis dan agrowisata dengan komoditi lebih luas dari ubi dan susu sapi. Berada di atas perbukitan dengan suhu yang sejuk dan pemandangan alam yang mempesona, sehingga berkunjung ke tempat wisata alam menjadi hal yang sangat penting selain mendekatkan diri dengan alam, wisatawan juga dapat menikmati aneka ragam tempat wisata alternatif di antaranya lokasi yang mendukung berbagai macam fasilitas rekreasi, arena bermain anak dan terdapat beberapa rumah pondokan yang dapat diinapi dengan harga relatif murah.

Wisata Alam Pangjugjungan adalah salah satu usaha yang memiliki beberapa jenis kegiatan wisata antara lain tempat makan, atraksi wahana wisata, peternakan, perkebunan dan paket kegiatan lainnya seperti sekolah alam, paket berkemah, paket memancing paket ngagogo, paket pertemuan dan paket *outbond*. Bisa dikatakan bahwa Agrowisata Alam Pangjugjungan merupakan *leader* usaha wisata agro di kecamatan Pamulihan Desa Cilembu kabupaten

Sumedang. Wisata alam Pangjugjugan berada di lereng Gunung Karembi yang memiliki panorama alam yang indah.

Namun sasaran promosi pada khalayak disini adalah untuk masyarakat kota Bandung. yang umumnya masih kurang mengetahui akan keberadaan wisata Alam Pangjugjugan tersebut. Kurangnya pengembangan yang dilakukan oleh pengelola, Objek Wisata Pangjugjugan diperlukan suatu perancangan promosi yang berfungsi untuk memudahkan proses informasi yang lebih komunikatif, informatif, efektif dan mempunyai fungsi estetis. Akan tetapi media promosi yang ada atau mengarahkan pada wisata Alam Pangjugjugan belum ada sehingga informasi yang di dapat kurang komunikatif dan tidak efektif yang mengakibatkan ke tidak tahuan bagi para pengunjung. Saat ini mulai banyak tempat wisata yang memiliki kegiatan wisata yang serupa dengan Pangjugjugan Sehingga terjadi persaingan di bidang usaha pariwisata. Masalah yang kurang efektif, terutama pada bangunan fisik yang berpengaruh pada penyampaian informasi, begitu pentingnya citra sebuah kawasan serta media pendukung lainnya yang dikelola dengan baik, agar lebih baik dan mempunyai fungsi estetis bagi wisatawan atau pengunjung yang akan berlibur, berekreasi dan menggunakan fasilitas yang ada di kawasan wisata alam Pangjugjugan tersebut. Dilakukan agar dapat dikenal lebih luas lagi oleh masyarakat umum khususnya bagi kota Bandung dan daerah Sumedang itu sendiri sekaligus menarik minat wisatawan untuk mau berkunjung ke tempat wisata alam Pangjugjugan. Oleh karena itu dibutuhkan strategi promosi dan pemasaran yang tepat untuk bisa memenangkan persaingan.\

Dari alasan tersebut di atas maka penulis mengangkat Agrowisata Alam pangjugjugan sebagai tema penulisan Tugas Akhir serta memilih judul “PROMOSI AGROWISATA ALAM PANGJUGJUGAN DI DESA CILEMBU KABUPATEN SUMEDANG” dengan harapan agar penulis bisa membantu dan memberi informasi pada masyarakat luas tentang Agrowisata Alam Pangjugjugan.

1.2 Permasalahan

1.2.1 Identifikasi Masalah

Dengan melihat latar belakang permasalahan di atas, penulis menuliskan identifikasi masalah sebagai berikut :

1. Kurangnya promosi dalam menginformasikan wisata alam Pangjugjungan kepada masyarakat umum (Keluarga) khususnya di perkotaan Bandung.
2. Masih banyaknya masyarakat (Keluarga) Bandung yang belum mengetahui dengan adanya wisata Pangjugjungan di Desa Cilembu Sumedang.

1.2.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana cara yang tepat untuk mempromosikan Wisata Alam Pangjugjungan agar dapat dikenal masyarakat luas (keluarga) khususnya di wilayah Bandung ?
2. Bagaimana memilih media yang tepat untuk menginformasikan keberadaan Wisata Alam Pangjugjungan kepada masyarakat bandung (keluarga)?

1.3 Ruang Lingkup

Untuk mngetahui permasalahan yang dibatasi pada perancangan ini adalah media promosi yang diperuntukan wisata Pangjugjungan. (studi kasus : Kurang maksimalnya pengelolaan promosi dalam menginformasikan wisata tersebut) Dari identifikasi masalah yang telah ada serta untuk pembahasan lebih terarah, maka penulis memberikan ruang lingkup masalah pada penelitian ini. Adapun ruang lingkup masalah tersebut adalah :

Apa	: Promosi Wisata Alam Pangjugjungan di desa Cilembu kabupaten Sumedang yang dilakukan pada sekolah dasar di kota Bandung.
Bagaimana	: Merancangan video promosi untuk menginformasikan Wisata Alam Pangjugjungan melalui kegiatan penyebaran video profil singkat di media sosial seperti youtube, facebook, twitter dan website.
Siapa	: Target audiens nya adalah anak usia (8-12) thn Sekolah Dasar Target <i>market</i> adalah Orang tua dengan usia 30 tahun ke atas yang mengajar di sekolah Dasar psikografis : Memiliki rasa ingin tahu yang besar (anak) menyayangi anak (Orang tua) dan <i>hobby</i> berwisata demografis : Kota Bandung.
Dimana	: Penelitian akan dilaksanakan di Desa Cilembu, Kampung Babakan Anjun , Kecamatan Pamulihan, Kabupaten Suemedang.
Kapan	: Penyebaran pemberitahuan video dilakukan sebelum akhir semester sekolah/ sebelum liburan sekolah, melalui penyebaran media cetak, CD, media sosial, dan website sebagai informasi tentang kawasan wisata tersebut media sosial.

1.4 Tujuan Perancangan

1.4.1 Tujuan khusus

Adapun tujuan khusus yang ingin di capai adalah bagaimana memilih media yang tepat, efektif dan efisien dalam mempromosikan wisata tersebut, sekaligus penempatannya sesuai target *audience*(anak-anak) agar bisa menarik minat masyarakat umum khususnya yang berada di kota Bandung.

1.4.2 Tujuan Umum

Tujuan umum yaitu membangun positioning baru, dengan mempromosikan kawasan wisata alam Panjugugan tersebut sebagai salah satu daerah wisata alternatif unggulan. Positioning tersebut dimaksudkan untuk mengangkat citra kawasan sebagai ODTW yang tidak hanya bersifat rekreatif, namun juga sebagai wisata edukasi, kesehatan dalam melestarikan alam yang masih asri.

1.5 Manfaat Perancangan

1.5.1 Bagi Ilmu Pengetahuan

1. Bertujuan untuk memperkaya Ilmu dalam dunia Desain Komunikasi Visual pada umumnya dengan gaya dan bentuk desain
2. Mengasah kemampuan untuk menemukan solusi yang tepat bagi permasalahan yang dikaji.

1.5.3 Bagi Pihak Terkait

1. Diharapkan dalam perancangan promosi ini dapat mengangkat citra kawasan Agrowisata Alam Panjugugan sebagai tujuan wisatawan.
2. Meningkatkan pengunjung ke kawasan Agrowisata Alam Panjugugan sebagai obyek dan daerah tujuan wisata (ODTW).

1.5.4 Bagi Masyarakat

1. Memberikan masukan bagi pihak pengelola serta bagi pihak terkait yang memiliki peran dalam menginformasikan wisata Pangjugugan di Desa Cilembu.
2. Agrowisata Alam Pangjugugan sebagai sarana, yang memberikan pelayanan secara tidak langsung dalam menjaga lingkungan dimana masyarakat bisa merasakan ketenangan, keindahan,

kenyamanan, dan kegembiraan bersama keluarga di dalam wisata Pangjugjungan di Desa Cilembu.

1.6 Metode Pengumpulan Data dan Analisis

Agar dapat membuat sebuah perancangan yang tepat, dibutuhkan sumber data-data mengenai bagian yang terkait secara keseluruhan. Untuk itu pengumpulan atau mengolah dan menganalisis data-data yang terkumpul menjadi data sistematis, teratur, dan mempunyai dalam penyusunan konsep perancangan yang diperoleh dengan metode kualitatif. Didefinisikan sebagai suatu proses yang mencoba untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik mengenai kompleksitas yang ada dalam interaksi manusia (Moleong, 2007:3) melalui :

a. Studi Kepustakaan

Yaitu dengan mempelajari data-data yang dikumpulkan dari buku-buku, artikel, internet, penulisan karya ilmiah, media cetak tentang media informasi, komunikasi, yang membahas tentang promosi wisata yang berada diaerah pedesaan.

b. Observasi

Observasi di Desa Cilembu Kabupaten Sumedang, yaitu melakukan pengamatan langsung terhadap obyek wisata dari mulai bentuk pelayanannya, sampe pada pengelola informasi dalam mempromosikan obyek wisata Pangjugjungan tersebut.

c. Wawancara

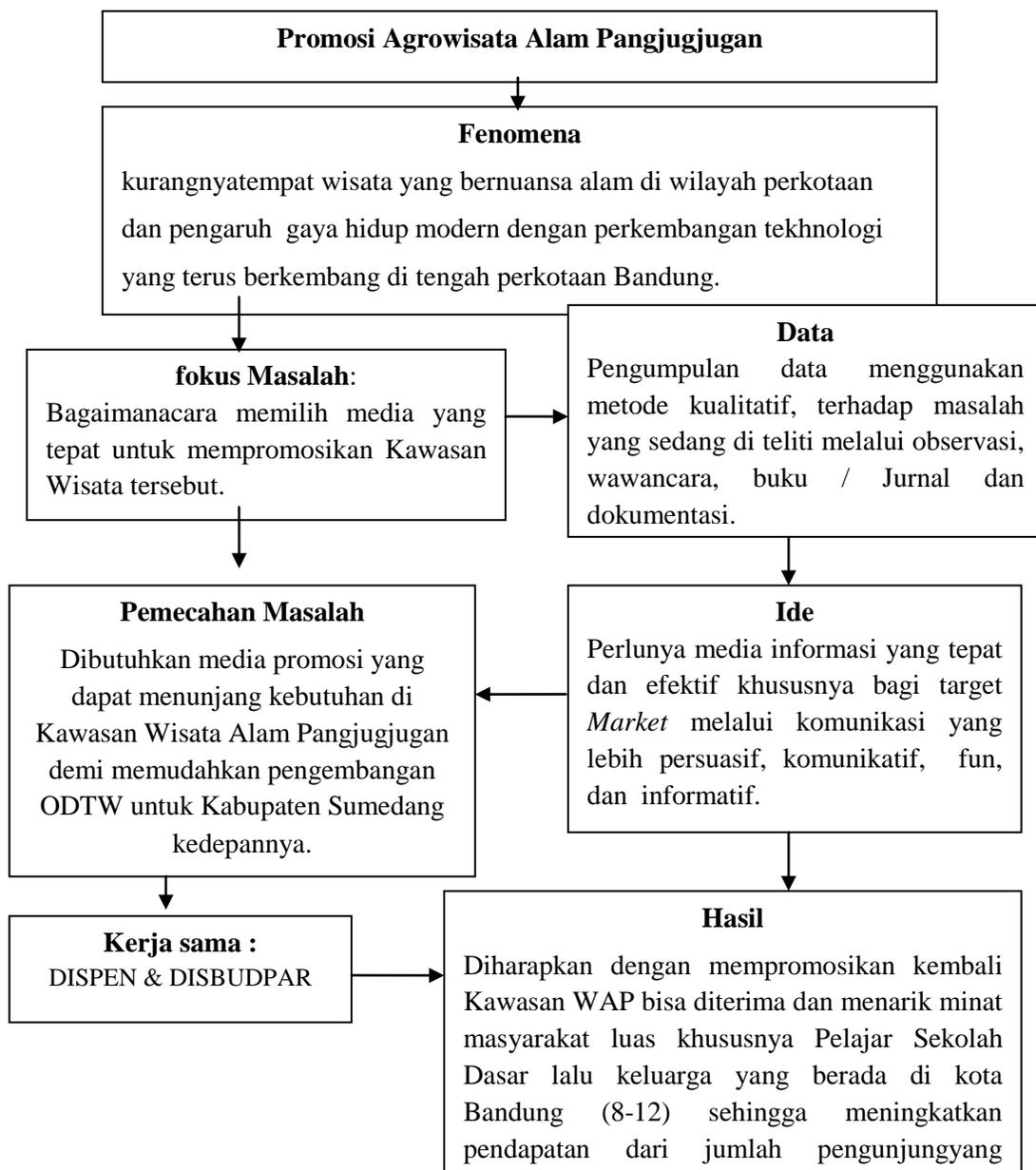
Wawancara dilakukan dengan pengumpulan data atau informasi dengan cara mengajukan pertanyaan (*interview*) kepada informan baik pemilik wisata, karyawan, wisatawan dan masyarakat sekitar. Hal ini bertujuan untuk mendapat data yang otentik sehingga mempermudah dalam perancangan media promosi yang tepat.

d. Kumpulan arsip dan dokumen

Yaitu dengan cara mengumpulkan dokumen dari profil kawasan wisata Pangjugugan diantaranya memphoto lokasi/objek yang berada di kawasan wisata alam tersebut.

1.7 Kerangka Perancangan

Kerangka di bawah ini merupakan serangkaian atau alur dari proses perancangan dalam pembuatan media promosi sebagai informasi bagi Kawasan Wisata Alam Pangjugugan. Berikut adalah gambar kerangka perancangan :



Skema 1.1 Kerangka Perancangan WAP

(Sumber : data penulis)

1.8 Pembabakan

Dalam penyusunan penelitian Tugas Akhir ini, sistematika penulisan laporan ini dibagi menjadi limayang berisi gambaran singkat mengenai pembahasan di setiap bab penulisan yaitu :

BAB I PENDAHULUAN

Menjelaskan gambaran secara umum mengenai latar belakang permasalahan dalam fenomena yang dikaji oleh penulis, Latar belakang masalah, Permasalahan, Ruang lingkup, Tujuan perancangan, manfaat perancangancara pengumpulan data dan analisis, Kerangka perancangan dan Pembabakan.

BAB II DASAR PEMIKIRAN

Menjelaskan teori atau dasar pemikiran tentang objek penelitian yaitu strategi promosi dan teori media yang dipilih untuk proses perancangan.

BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH

Menjelaskan berbagai hasil data yang telah didapatkan dan menjelaskan analisis masalah untuk menentukan proses perancangandata : Data institusi proyek, Data produk, Data khalayak sasaran, Data proyek sejenis dan penilaiannya, Data hasil observasi, wawancara, kuesioner.

BAB IV KONSEP & HASIL PERANCANGAN

Menjelaskan konsep desain dan hasil perancangan yang dibuat berdasarkan data yang telah didapatkan. Diantaranya : Konsep pesan, Konsep kreatif, Konsep Media, Konsep *marketing communication*, Hasil perancangan.

BAB V PENUTUP

Berisi kesimpulan dan saran dari penulis.