

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Kota Bogor dapat dikatakan sebagai salah satu kota Pariwisata karena memiliki banyak tempat menarik yang dapat dikunjungi oleh para wisatawan. Jenis pariwisata yang dimiliki oleh Kota Bogor adalah panorama alam, kebudayaan daerah, dan wisata keagamaan. Tempat wisata yang selalu dikunjungi oleh para wisatawan ialah wisata tirta yaitu wisata yang berhubungan dengan air, diantaranya adalah The Jungle Water Park, Galaxy Tirtamas, Tirta Ciampea, Lippo Cikarang Waterboom dan Fun Park Waterboom Vila Nusa Indah. (sumber : [www.kotabogor.go.id/component/](http://www.kotabogor.go.id/component/), 02-07-2014, 20.35)

Diantara wisata tirta lainnya terdapat salah satu tempat yang sudah berdiri sejak lama yaitu Fun Park Waterboom Vila Nusa Indah. Tempat wisata ini berdiri sejak tahun 1998 dan berada di perumahan Vila Nusa Indah yang terletak di kecamatan Gunung Putri, Kabupaten Bogor. Fun Park Waterboom Vila Nusa Indah menyediakan berbagai macam fasilitas seperti *kiddy pool*, *spiral slide*, *gym station*, dan *tennis outdoor*.

Dari data sementara yang didapat dari pemilik objek wisata, Fun Park Waterboom Vila Nusa Indah tahun 2011 sampai dengan tahun 2013 mengalami penurunan jumlah pengunjung karena munculnya kompetitor. Menurut keterangan yang diperoleh dari Bapak Budi sebagai pemilik objek wisata, bahwa "Hingga saat ini promosi yang telah dilakukan seperti pemasangan iklan di radio, iklan koran, brosur, baliho, serta spanduk". Promosi tersebut sering dilakukan pada saat event tertentu seperti hari raya atau liburan sekolah. Design dari media promosi yang telah dilakukan menggunakan design yang sama maka tidak adanya inovasi dalam pembuatan media promosi. Sehingga media yang memberikan informasi, membujuk dan pengingat untuk masyarakat dirasakan sangat kurang. Untuk kasus ini cukup memberikan pengaruh terhadap Fun Park Waterboom Villa Nusa Indah yang mengalami penurunan jumlah pengunjung.

Media promosi sangat berpengaruh pada tingkat ketertarikan pengunjung untuk datang. Apabila media promosi tidak efektif maka dimungkinkan terjadi penurunan jumlah pengunjung, sehingga berkurangnya pendapatan dari objek

wisata Funpark Waterboom Villa Nusa Indah. Perancangan aspek visual media promosi yang baik dan efektif akan dapat menarik lebih banyak pengunjung bagi objek wisata Fun Park *Waterboom* Vila Nusa Indah. Promosi merupakan faktor penting dalam hal menginformasikan sesuatu baik produk maupun jasa.

## **1.2 Permasalahan**

### **1.2.1 Identifikasi Masalah**

- Munculnya kompetitor sejenis menyebabkan penurunan jumlah pengunjung Fun Park Waterboom Villa Nusa Indah.
- Kurang efektifnya media promosi yang dilakukan Fun Park Waterboom Villa Nusa Indah sehingga menyebabkan penurunan jumlah pengunjung.
- Diperlukan promosi yang sesuai agar meningkatkan *awareness* dan minat pengunjung untuk datang.

### **1.2.2 Rumusan Masalah**

- Bagaimana merancang media promosi dari aspek desain komunikasi visual yang efektif dan efisien untuk meningkatkan pengunjung Fun Park Waterboom Vila Nusa Indah?

## **1.3 Ruang Lingkup**

Ruang lingkup permasalahan yang akan dibahas dalam perancangan komunikasi visual media promosi ini adalah:

- Perancangan visual media promosi Fun Park *Waterboom* Vila Nusa Indah di Bogor.
- Media promosi berupa *Above The Line* (ATL) seperti spanduk, brosur, flyer, baliho dan banner.
- Target sasaran *primary* adalah masyarakat yang tinggal di daerah Villa Nusa Indah sedangkan *secondary* target yang dituju adalah pelajar sekolah.
- Waktu untuk perancangan terhitung sejak Februari sampai dengan Juni 2014.

## 1.4 Tujuan Perancangan

Adapun tujuan dari dilakukannya perancangan ini adalah :

Meningkatkan jumlah pengunjung untuk Fun Park Waterboom Villa Nusa Indah.

### 1.5.1 Cara Pengumpulan Data

- Observasi adalah metode yang digunakan untuk mengamati sesuatu, seseorang, suatu lingkungan, atau situasi secara tajam terinci, dan mencatatnya secara akurat dalam beberapa cara (Rohidi, 2011 : 182). Data dikumpulkan dengan melakukan observasi langsung ke tempat yang menjadi objek penelitian yaitu Fun Park Waterboom Vila Nusa Indah. Observasi adalah metode yang digunakan untuk mengamati sesuatu, seseorang, suatu lingkungan, atau situasi secara tajam terinci, dan mencatatnya secara akurat dalam beberapa cara (Rohidi, 2011 : 182).
- Data juga dikumpulkan dengan melakukan studi pustaka seperti teori pemasaran, teori promosi dan teori desain.
- Wawancara adalah suatu teknik yang digunakan untuk memperoleh informasi tentang kejadian yang peneliti tidak dapat diamati sendiri secara langsung, baik karena tindakan atau peristiwa yang terjadi di masa lampau ataupun karena peneliti tidak diperbolehkan hadir ditempat kejadian itu (Rohidi, 2011 : 208). Melakukan kegiatan wawancara kepada orang-orang yang berkaitan langsung dengan objek, pengunjung, dan pengelola Fun Park *Waterboom* Vila Nusa Indah. Wawancara adalah suatu teknik yang digunakan untuk memperoleh informasi tentang kejadian yang peneliti tidak dapat diamati sendiri secara langsung, baik karena tindakan atau peristiwa yang terjadi di masa lampau ataupun karena peneliti tidak diperbolehkan hadir ditempat kejadian itu (Rohidi, 2011 : 208).
- Pencarian data akan dilakukan dengan kuisisioner, ada dua jenis kuisisioner yang akan dibagikan. Kuisisioner pertama akan diberikan kepada pengunjung Fun Park Waterboom untuk mengetahui target *audience* dan kuisisioner kedua akan dibagikan warga Vila Nusa Indah. Kuisisioner adalah daftar pertanyaan tertulis yang telah dirumuskan sebelumnya yang akan

dijawab responden, biasanya dalam alternatif yang didefinisikan dengan jelas, kuisioner merupakan suatu mekanisme pengumpulan data yang efisien jika peneliti mengetahui dengan tepat apa yang diperlukan dan bagaimana mengukur variabel. Kuisioner dapat dikumpulkan secara pribadi. Disuratkan kepada responden, atau disebarakan secara elektronik.

### **1.5.2 Cara Analisis**

Cara analisis SWOT dilakukan untuk mengetahui kekuatan (*strenght*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunity*), dan ancaman (*threat*) dalam suatu organisasi. Hasil analisis dari SWOT ini bisa menatakan posisi organisasi di antara organisasi serupa atau dalam lingkungan organisasi secara keseluruhan (Iriantara, 2008 : 51). Analisis SWOT memiliki fungsi yang sangat penting bagi perusahaan, salah satu fungsinya adalah untuk mengkaji ulang pengalaman-pengalaman di masa lampau dan membuat perencanaan yang matang untuk masa depan perusahaan berdasarkan hasil dari pengkajiannya.

#### *a. Strength*

Faktor-faktor kekuatan yang ada didalam suatu perusahaan atau organisasi. Faktor-faktor kekuatan yang akan dikaji merupakan faktor-faktor yang terdapat dalam organisasi itu sendiri.

#### *b. Weakness*

Merupakan peluang yang akan diperkirakan akan muncul pada saat perusahaan yang akan datang. Peluang yang muncul setelah menganalisis faktor dari *Strenght* dan *Weakness* perusahaan itu sendiri.

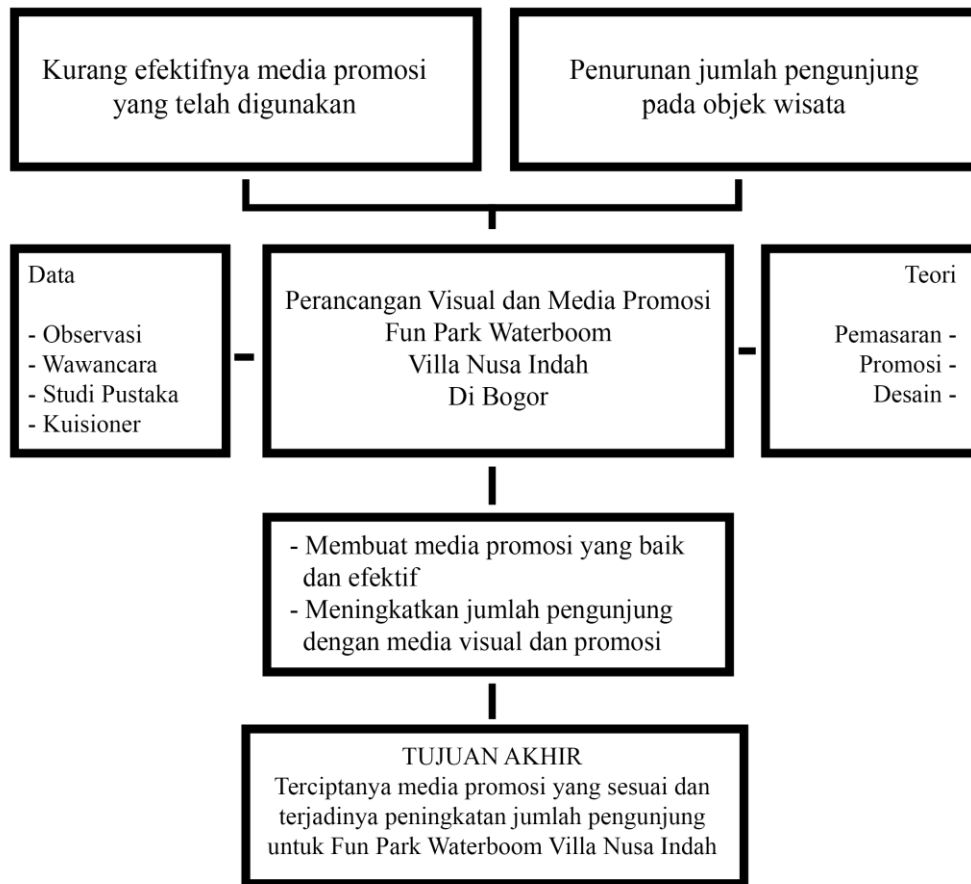
#### *c. Opportunity*

Merupakan peluang yang akan diperkirakan akan muncul bagi perusahaan pada masa depan. Peluang itu muncul setelah menganalisis faktor dari *strenght* dan *weakness* perusahaan yang sedang di analisis.

#### *d. Threat*

Merupakan faktor pengancam yang datang dari luar, faktor-faktor ini mengancam kelangsungan hidup suatu perusahaan.

## 1.6 Kerangka Perancangan



Gambar I.1 Bauran pemasaran

## **1.7 Pembabakan**

Bab I Pendahuluan : Menjelaskan gambaran umum mengenai objek. Latar belakang masalah, rumusan permasalahan, tujuan perancangan, cara pengumpulan data, kerangka perancangan dan pembabakan.

Bab II Dasar Pemikiran : menjesakan mengenai teori – teori yang digunakan sebagai dasar atau acuan untuk menguraikan dan merancang sebuah solusi permasalahan dari objek yang diangkat.

Bab III Data dan Analisis : Masalah uraian mengenai data institusi atau lembaga yang berkaitan dengan proyek yang digunakan, Menjelaskan mengenai objek yang diambil, dan data mengenai khalayak sasaran serta hasil analisis dari pengumpulan data yang dilakukan sebelumnya.

Bab IV Konsep dan Hasil Perancangan : berisi konsep pemikiran seperti konsep kreatif, komunikasi, visual dan media. Akan disertakan juga hasil rancangan yang dibuat penulis.

Bab V Penutup : berisi masukan dan saran.