

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Kabupaten Purwakarta merupakan wilayah strategis dengan potensi yang melimpah dan beragam karena terletak diantara tiga titik temu jalur lalu lintas tol dan alternatif, yaitu jalur Purwakarta - Jakarta, Purwakarta - Bandung, dan jalur Purwakarta - Cirebon dengan total luas wilayah ±97.172 hektare atau sekitar 2,81% dari luas wilayah Jawa Barat (Purwakartakab.go.id. Aspek Strategis Purwakarta. [purwakartakab.go.id/articles/aspek-strategis-purwakarta](http://purwakartakab.go.id/articles/aspek-strategis-purwakarta); diakses pada 8 Februari 2017). Jika dilihat dari topografinya, Kabupaten Purwakarta terbagi menjadi menjadi tiga kelompok wilayah, yaitu bagian tenggara merupakan wilayah dengan barisan pegunungan hijau yang asri, bagian barat laut merupakan wilayah perbukitan dengan hamparan pesawahan yang luas, dan bagian utara merupakan wilayah dataran rendah sebagai wilayah perkotaan. Poin-poin tersebut yang membuat Kabupaten Purwakarta memiliki nilai lebih dalam mengembangkan potensi wisatanya, tidak hanya bagi masyarakat sekitar daerah tetapi juga bagi masyarakat luas. Dinas Pariwisata Kabupaten Purwakarta membagi objek wisata di Kabupaten Purwakarta menjadi tiga kategori utama, yaitu wisata alam, wisata minat khusus, dan wisata budaya.

Kabupaten Purwakarta memiliki bukti sejarah yang menyertai perjalanan wilayahnya sampai saat ini. Bukti sejarah tersebut masuk kedalam objek-objek benda cagar budaya dan merupakan sarana kota yang berfungsi baik untuk tempat pelaksanaan kegiatan pemerintahan maupun untuk kehidupan sosial budaya yang menunjukkan eksistensi Kabupaten Purwakarta sampai saat ini. Selain itu dari beberapa objek cagar budaya tersebut dibangun bersamaan dengan berdirinya Kabupaten Purwakarta dan menjadi bukti perkembangan Kabupaten Purwakarta menuju wilayah modern. Objek-objek tersebut telah menjadi warisan cagar budaya milik Kabupaten Purwakarta sampai saat ini, dengan fungsi sama maupun berbeda (Dinas Kebudayaan Kabupaten

Purwakarta, 2016:2). Menurut Abi Jawahir, selaku ahli konservasi budaya dari Dishubparpostel Kabupaten Purwakarta menuturkan bahwa beberapa dari objek benda cagar budaya Kabupaten Purwakarta tersebut hingga saat ini telah menjadi tempat wisata dengan daya tarik latar belakang usia dan sejarah yang terkandung di dalamnya. Selain itu upaya dari Pemerintah Kabupaten Purwakarta dibawah kepemimpinan bapak bupati Dedi Mulyadi telah melakukan beberapa perombakan terhadap beberapa objek benda cagar budaya tersebut, antara lain dengan menghias sedemikian rupa objek-objek tersebut menjadi taman-taman dan bangunan yang mengedepankan kesenian dan *spirit* kebudayaan sunda. Sehingga potensi daya tarik terhadap objek-objek tersebut lebih meningkat.

Akan tetapi sampai saat ini wisata yang lebih dikenal oleh masyarakat luas ialah wisata alam dan beberapa objek wisata minat khususnya saja, seperti Grama Tirta Jatiluhur, waduk Cirata, Gunung Parang, Gunung Bongkok dan Giri Tirta Kahuripan. Padahal jika diperhatikan Purwakarta sendiri memiliki banyak destinasi wisata potensial yang tidak kalah eksotis dan hebatnya dengan destinasi wisata lainnya. Berdasarkan data kunjungan wisata pada tahun 2015-2016, telah terjadi kenaikan dari keseluruhan destinasi wisata yang ada di Kabupaten Purwakarta akan tetapi kunjungan untuk salah satu jenis destinasi wisata, yaitu destinasi wisata budaya masih kurang diminati (Dinas Pariwisata Kabupaten Purwakarta, 2015-2016). Selain itu bapak Abi Jawahir menambahkan bahwa salah satu faktor yang mempengaruhi minat terhadap kunjungan wisata benda cagar budaya tersebut ialah pada kurangnya promosi yang dilakukan sehingga dinilai belum mampu menarik wisatawan untuk berkunjung, karena sampai saat ini menurutnya hanya mengandalkan *website* resmi pemerintah budayapurwakarta.org saja.

Berdasarkan latar belakang diatas penulis tertarik untuk melakukan perancangan promosi wisata benda cagar budaya yang ada di Kabupaten Purwakarta. Melalui perancangan promosi ini diharapkan minat wisatawan terhadap objek benda cagar budaya Kabupaten Purwakarta akan lebih meningkat.

## **1.2. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan pembahasan latar belakang permasalahan dapat diidentifikasi beberapa masalah dalam bentuk pertanyaan sebagai berikut:

1. Objek wisata yang dikenal oleh masyarakat luas ialah wisata Alam dan beberapa objek wisata buatan seperti Grama Tirta Jatiluhur, waduk Cirata, Gunung Parang, Gunung Bongkok dan Giri Tirta Kahuripan.
2. Kunjungan untuk salah satu jenis destinasi wisata, yaitu destinasi wisata budaya masih kurang diminati.
3. Kurangnya promosi yang dilakukan untuk wisata benda cagar budaya Kabupaten Purwakarta.

## **1.3. Rumusan Masalah**

Dari identifikasi diatas maka penulis dapat merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimanakah strategi promosi wisata benda cagar budaya Kabupaten Purwakarta?
2. Bagaimana perancangan promosi wisata benda cagar budaya Kabupaten Purwakarta?

## **1.4. Ruang Lingkup**

Untuk mempermudah penulisan laporan tugas akhir ini dan agar lebih terarah juga berjalan dengan baik, maka perlu kiranya membuat suatu batasan masalah. Adapun ruang lingkup permasalahan yang akan dibahas dalam penulisan laporan tugas akhir ini, yaitu:

1. Apa (*What*)  
Perancangan strategi promosi dan perancangan promosi wisata Benda Cagar Budaya Kabupaten Purwakarta
2. Siapa (*Who*)  
Segmentasi perancangan ini yaitu masyarakat luas dengan usia 17-30 tahun. Dilihat dari AOI (*Activity, Interest, Opinion*) dimana pada masa tersebut merupakan pribadi yang suka kegiatan liburan yang baru.

3. Kapan (*When*)  
Perancangan Tugas Akhir dikerjakan sejak akhir tahun 2016 yang berfokus pada destinasi wisata benda cagar budaya Kabupaten Purwakarta.
4. Dimana (*Where*)  
Pelaksanaan promosi dilakukan di Kabupaten Purwakarta yang ditukkan untuk masyarakat luas.
5. Mengapa (*Why*)  
Perancangan ini dibuat karena Kabupaten Purwakarta memiliki potensi wisata budaya yang masih belum dikenal dan belum dipromosikan.
6. Bagaimana (*How*)  
Perancangan dilakukan dengan penggunaan AOI (*Activity, Interest, Opinion*) sebagai langkah untuk menyesuaikan khalayak sasaran dan media. Lalu menggunakan AISAS (*Attention, Interest, Search, Action, Share*) untuk menyesuaikan media mana yang harus digunakan terlebih dahulu.

### **1.5. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari Tugas Akhir perancangan promosi wisata benda cagar budaya Kabupaten Purwakarta ini ialah:

1. Membuat strategi promosi wisata benda cagar budaya Kabupaten Purwakarta.
2. Membuat perancangan promosi wisata benda cagar budaya Kabupaten Purwakarta.

### **1.6. Manfaat Penelitian**

Dengan dilakukannya penelitian ini penulis berharap tulisan ini dapat bermanfaat bagi berbagai pihak baik itu bagi dunia akademis, masyarakat umum maupun bagi penulis dan rekan sekalian. Manfaat yang dapat diambil adalah sebagai berikut:

a) Dunia Akademis

Laporan penelitian ini dapat digunakan sebagai salah satu bahan acuan dalam mengetahui strategi yang kreatif untuk mempromosikan suatu destinasi wisata di suatu daerah.

b) Masyarakat umum

Laporan ini dapat digunakan sebagai bahan acuan bagi masyarakat dalam mengetahui bahwa setiap daerah pasti memiliki potensi destinasi wisata yang mungkin kurang diperhatikan, sehingga masyarakat tergerak untuk melakukan promosi kreatif secara swadaya untuk mempromosikan wisata tersebut.

c) Bagi penulis dan rekan rekan

Laporan penelitian ini dapat digunakan juga sebagai referensi bagi penulis lain yang akan melakukan penelitian dengan permasalahan yang sama, yakni pada bidang promosi dan periklanan. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi berbagai pihak dan bisa menambah informasi bagi pembaca.

### **1.7. Metode Penelitian**

Metode penelitian yang digunakan dalam perancangan ini ialah dengan metode kualitatif. Metode penelitian kualitatif ialah metode yang mempelajari perspektif dengan strategi yang bersifat fleksibel. Metode ini bertujuan untuk meneliti sumber permasalahan yang masih belum pasti. (Sugiyono, 2015:22). Pada metode penelitian kualitatif, peneliti bertindak sebagai instrumen kunci dalam teknik pengumpulan data (Sugiyono, 2015:1).

### **1.7.1. Metode Pengumpulan Data**

Adapun teknik yang digunakan dalam pengumpulan data dalam perancangan promosi wisata ini ialah melalui:

#### **1. Observasi**

Merupakan pengamatan secara langsung terhadap subjek yang diteliti dengan mendatangi tempat tersebut dengan tujuan mendapatkan data dan fakta yang akurat lalu mencatatnya sebagai hasil laporan penelitian.

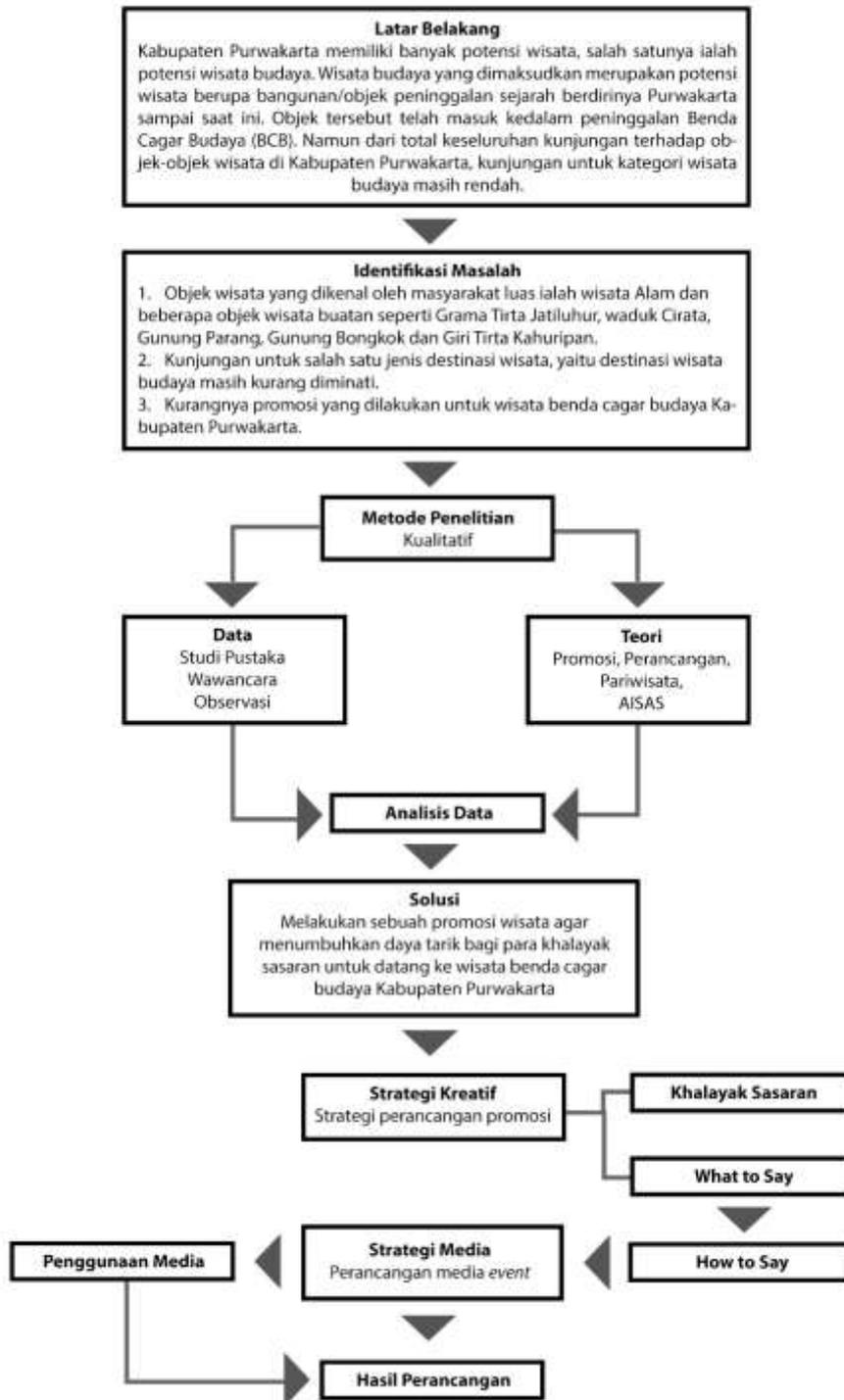
#### **2. Wawancara**

Merupakan percakapan antara dua orang atau lebih dan berlangsung antara narasumber dan pewawancara. Tujuan dari wawancara adalah untuk mendapatkan informasi yang tepat dari narasumber yang terpercaya. Dalam studi penelitian ini, wawancara akan dilakukan kepada narasumber dari Dinas Perhubungan, Kebudayaan, Pariwisata, Pos dan Telekomunikasi (Dishubparpostel) Kabupaten Purwakarta.

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

Dalam melakukan penelitian ini, penulis mempelajari beberapa informasi di media cetak, internet dan mempelajari beberapa jurnal Kebudayaan, buku seperti buku Desain Komunikasi Visual, buku promosi, teori promosi dan teori pendukung lainnya yang menyangkut pembahasan pada penelitian ini. Studi pustaka adalah studi kepustakaan yang berkaitan dengan kajian teoritis dan referensi lain yang berkaitan dengan nilai, budaya dan norma yang berkembang pada situasi social yang diteliti, selain itu, studi kepustakaan sangat penting dalam melakukan penelitian, hal ini dikarenakan penelitian tidak lepas dari literatur-literatur ilmiah (Sugiyono, 2016:291).

## 1.8. Kerangka Penelitian



## 1.9. Pembabakan

- BAB I Pada bab ini membahas tentang latar belakang yang menjelaskan fenomena, identifikasi masalah, rumusan masalah, ruang lingkup, permasalahan, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian, teknik pengumpulan data serta skema penelitian dan sistematika penulisan (pembabakan).
- BAB II Pada bab ini membahas tentang teori dari beberapa sumber buka dengan tujuan dijadikan sebagai landasan teori yang kemudian menjadi bahan acuan dalam penelitian ini.
- BAB III Pada bab ini berisi mengenai data yang sudah diperoleh dari objek penelitian secara keseluruhan dan penjabaran analisis masalah dari objek penelitian ini.
- BAB IV Pada bab ini membahas tentang metode apa saja yang dijadikan sebagai sarana rancangan strategi promosi penelitian ini.
- BAB V Pada bab ini berisi kesimpulan dan saran dari hasil penelitian berdasarkan permasalahan yang dijelaskan dalam penelitian strategi promosi ini.