

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dewasa ini banyak bermunculan objek wisata baru di berbagai daerah, selain objek wisata buatan manusia seperti tempat hiburan keluarga, rekreasi, dan lainnya, objek wisata alam juga kian hari kian banyak di temui di berbagai daerah, selain wisata alam yang baru di temukan banyak juga wisata yang sebenarnya sudah lama ada namun baru dikenal secara luas setelah banyak pengunjung yang datang dan membagikan fotonya di berbagai media sosial mereka. Indonesia sendiri dijuluki sebagai negara *megadiversity* nomor dua terbesar di dunia, indonesia hanya kalah dari brazil yang menduduki posisi pertama (Tribunnews.com/nasional/2010/05/22/indonesia-dijuluki-megadiversity-country, yang di akses pada tanggal 1 Januari 2017 : 22;27 WIB)

Megadiversity atau Megadiversitas sendiri adalah nama untuk sebuah kawasan yang memiliki keanekaragaman hayati terkaya di dunia,(wikipedia, 1 Januari 2017, 22;29 WIB) adapun menurut Pusat Pengawasan Konservasi Dunia sebuah badan bentukan PBB menyebutkan bahwa di dunia ada 17 negara yang pantas dijuluki sebagai negara megadiversitas salah satunya adalah indonesia. Kondisi tersebut menjadikan indonesia sebagai daerah tujuan yang potensial bagi para wisatawan khususnya mereka para petualang yang ingin menikmati keindahan alam yang dimiliki indonesia. Jika dilihat dari geodiversity atau keragaman geografi yang dimiliki indonesia maka tidak heran jika potensi alam indonesia sangat besar jika dijadikan objek wisata.

Selain potensi alam, indonesia juga kaya akan budaya, sejarah dan legenda yang ada di dalamnya dan jika tidak dilestarikan bukan tidak mungkin potensi sebesar itu akan hilang dan tergerus perkembangan zaman, salah satu upaya yang dapat dilakukan demi melestarikan keindahan alam dan kekayaan budaya indonesia adalah dengan membuat tempat wisata yang populer namun tetap memperhatikan kelestarian alam.

Dalam usaha melestarikan potensi alam, budaya dan sejarah yang dimiliki kabupaten bandung barat, dibutuhkan suatu pengelolaan yang baik dalam berbagai

sisi, selain tentu saja infrastruktur dan pengelolaan yang baik salah satu faktor utama yang sering kali terlupakan adalah promosi. Promosi yang baik terhadap sebuah objek wisata dapat sangat berpengaruh terhadap keberlangsungan suatu objek wisata khususnya dalam mendapatkan pengunjung yang banyak.

Dengan kata lain wisata alam merupakan sebuah kegiatan rekreasi dan pariwisata yang memanfaatkan potensi alam untuk menikmati keindahan alam, baik keindahan alam yang masih alami maupun yang telah di budidayakan sebagai tujuan utamanya, mengunjungi objek wisata alam dapat menjadi pilihan melepas penat setelah jenuh beraktifitas di perkotaan, data tersebut penulis simpulkan dari hasil kuesioner yang telah di sebarakan khususnya di wilayah kota bandung dan sekitarnya. Di indonesia sendiri pesatnya perkembangan industri wisata didukung dengan pertumbuhan wisatawan yang cukup mumpuni baik dari domestik maupun mancanegara, menurut data dari kementerian pariwisata indonesia jumlah wisatawan domestik dari bulan januari sampai agustus tahun 2016 sebanyak 4.764,864 wisatawan yaitu naik sebanyak 1,83 % dibanding tahun sebelumnya, sedangkan angka wisatawan mancanegara adalah 7.356,310 wisatawan atau naik sebanyak 8,39% dibanding tahun sebelumnya. (<http://www.kemenpar.go.id/asp/index.asp>, 03 Oktober 2016, 19;20 WIB).

Namun seiring dengan banyaknya objek wisata baru yang bermunculan datang pula masalah-masalah yang hadir mengiringinya, beberapa masalah yang sedari dulu ada di tengah perkembangan wisata antara lain masalah pengelolaan yang kurang memadai, kurangnya perhatian pemerintah sampai promosi yang tidak berkelanjutan, masalah-masalah tersebut memang kabanyakan terjadi pada objek-objek wisata alam yang baru di temukan, masalah itu pula yang terjadi pada Daerah Wisata Sanghyang di kabupaten bandung barat..

Kabupaten Bandung Barat adalah kabupaten di Provinsi Jawa Barat, Indonesia, sebagai hasil pemekaran Kabupaten Bandung. Kabupaten ini berbatasan dengan Kabupaten Purwakarta dan Kabupaten Subang di sebelah barat dan utara, Kabupaten Bandung dan Kota Cimahi di sebelah timur, Kota Bandung di sebelah selatan, serta Kabupaten Cianjur di sebelah barat dan timur, kabupaten ini dikenal sebagai salah satu kota industri dan kota perlintasan. Bicara mengenai sejarah Kabupaten Bandung Barat tidak lepas dari cekungan di Jawa Barat, yang

dahulunya merupakan danau purbakala terbesar di pulau Jawa. Terciptanya danau purbakala meninggalkan nilai sejarah yang luput dari pengetahuan pengunjung. Peninggalan-peninggalan sejarah tersebut masih di lestarikan sampai saat ini. Hal tersebut didukung dengan banyaknya sisa-sisa zaman sejarah di dinding danau purbakala. Beberapa lokasi yang menjadi saksi bisu adanya danau purbakala ini terletak di padalarang dan Citatah yang terkenal dengan Gunung Pawon, Taman Batu (Stone Garden), Guha Pawon, Gunung Hawu, Daerah Wisata Sanghyang dan lainnya. Peninggalan-peninggalan yang dapat ditemukan yaitu berupa bebatuan karang purba, guha yang menjadi rumah purba, fosil, dan lainnya. Banyak kegiatan ekstrim yang telah dilakukan di beberapa tempat tersebut antara lain, panjat tebing, hammocking, pendakian, dan lainnya. Oleh sebab itu banyak dari potensi alam di kabupaten ini yang terlupakan, meski sekarang beberapa objek wisata sudah mulai dikenal seperti stone garden, curug malela, situ ciburuy dan lain-lain. Namun masih banyak lagi potensi wisata di kabupaten ini yang belum terjamah.

Objek wisata sanghyang sendiri merupakan sebuah daerah yang di lewati aliran sungai citarum purba, konon daerah tersebut terbentuk dari letusan gunung sunda purba yang meletus ribuan tahun lalu, adapun di Daerah Wisata Sanghyang terdapat tiga objek wisata utama yang pertama dan yang menjadi objek wisata utama adalah sanghyang heuleut yang merupakan danau purba, kemudian sanghyang poek yang merupakan sebuah gua karts yang terbentuk karena letusan gunung api, dan yang terakhir adalah sanghyang tikoro yang sering dikaitkan dengan sejarah terbentuknya kota bandung, di sepanjang jalan menuju Daerah Wisata Sanghyang ini ada banyak pemandangan menarik yang dapat kita lihat, mulai dari batu-batu besar yang terhampar dimana-mana, sisa sisa jalur lahar panas akibat meletusnya gunung api purba pun masih dapat kita lihat hingga saat ini. Meski sempat menjadi *viral* di tahun 2015 lalu Daerah Wisata Sanghyang ini kian lama kian menurun popularitasnya, selain itu yang baru terekspos di sosial media juga baru sanghyang heulet sedangkan kedua lainnya masih belum terlalu dikenal, banyak faktor yang mendasari penurunan popularitas daerah wisata tersebut beberapa diantaranya adalah kurangnya promosi dan komunikasi pariwisata sehingga menyebabkan lemahnya penyebaran informasi kepada

khalayak sasaran, pemilihan *target audience* yang kurang tepat juga masih menjadi masalah, dan yang terakhir adalah kurangnya perhatian pemerintah sehingga pengelolaan masih dilakukan oleh pihak swasta/masyarakat, dan infrastruktur yang masih kurang memadai terutama untuk infrastruktur utama seperti toilet dan akses jalan yang kurang baik.

Dari permasalahan di atas penulis dapat menarik kesimpulan bahwasannya permasalahan yang dialami oleh banyak objek wisata alam di Indonesia adalah karena lemahnya strategi promosi dalam mempromosikan sebuah tempat wisata salah satunya adalah Daerah Wisata Sanghyang di Bandung Barat, dan tidak adanya sebuah wadah informasi yang jelas dari Daerah Wisata Sanghyang itu sendiri, padahal objek wisata ini memiliki potensi yang besar terutama dalam hal sejarah dan cerita yang terkandung di dalamnya selain itu branding yang dilakukan oleh pengelola Daerah Wisata Sanghyang ini pun dirasa masih kurang sehingga Daerah Wisata Sanghyang masih belum memiliki *brand identity* yang kuat, hingga saat ini masih belum jelas apa yang membuat orang ingin datang ke Daerah Wisata Sanghyang, apakah karena *spot* fotografinya, keunikan geografisnya atau cerita dibaliknya. Oleh karena itu perlu dilakukan sebuah aktivitas promosi yang terintegrasi dan berkesinambungan dengan tujuan agar konsumen mengetahui keunggulan dari Daerah Wisata Sanghyang di Bandung Barat ini.

1.2 Permasalahan

1.2.1 Identifikasi Masalah

Dalam tugas akhir ini, penulis telah mengidentifikasi beberapa masalah yang akan diangkat, yaitu :

1. Tidak adanya promosi yang berkesinambungan.
2. Tidak adanya promosi yang inovatif dan kreatif sesuai dengan keinginan khalayak sasaran.
3. Tidak adanya informasi yang lengkap dan terkoordinir dari Destinasi Wisata ini.
4. Kurangnya dokumentasi foto yang tersebar di media online.

1.2.2 Rumusan Masalah

Dari identifikasi masalah di atas dapat dirumuskan beberapa masalah yaitu :

- 1 Bagaimanakah merancang strategi kreatif yang tepat dalam mempromosikan Daerah Wisata Sanghyang di Kabupaten Bandung Barat ?
- 2 Bagaimanakah perancangan media promosi yang tepat sebagai sarana komunikasi penyampai pesan Daerah Wisata Sanghyang di Kabupaten Bandung Barat?

1.3 Ruang Lingkup

Dalam laporan tugas akhir ini ruang lingkup akan dibatasi sesuai dengan bidang ilmu *Advertising* dengan menggunakan 5W + 1H sebagai berikut:

1. Apa?

Fenomena kurangnya informasi dan promosi dari Daerah Wisata Sanghyang, sehingga menyebabkan kurangnya pengetahuan mengenai potensi alam dan sejarahnya.

2. Siapa?

Objek penelitian ini adalah anak muda / remaja usia 15-25 tahun.

3. Mengapa?

Karna remaja dewasa ini memiliki ketertarikan yang besar kepada wisata yang berbau alam, selain itu mereka dapat dimanfaatkan sebagai media promosi bagi objek wisata itu sendiri.

4. Dimana?

Kota bandung dan sekitarnya (Kabupaten Bandung Barat, cimahi, padalarang).

5. Kapan

Masalah yang terjadi sejak tahun 2015 sampai saat ini.

6. Bagaimana?

Konsep perancangan ini akan dimanfaatkan sebagai media promosi kepada *target audience* yang berada di kota bandung dan sekitarnya.

1.4 Tujuan Penelitian

Setelah meninjau dari keseluruhan rumusan masalah diatas, maka penulis dapat menyimpulkan tujuan dari penelitian ini adalah, sebagai berikut :

1. Terancangnya strategi kreatif yang tepat dalam mempromosikan Daerah Wisata Sanghyang di Kabupaten Bandung Barat.
2. Terancangnya media promosi yang tepat sebagai sarana komunikasi penyampai pesan dari Daerah Wisata Sanghyang di Kabupaten Bandung Barat.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Bagi Institusi

Untuk menambah pengetahuan umum mengenai promosi serta pengamanan masalah dan solusi bagi promosi destinasi wisata.

1.5.2 Bagi Penulis

Untuk menambah pengalaman, wawasan serta pengetahuan mengenai penerapan teori-teori yang telah di dapat di bangku kuliah.

1.5.3 Bagi Masyarakat

Diharapkan dapat memberikan dampak positif kepada masyarakat khususnya masyarakat sekitar Daerah Wisata Sanghyang di kabupaten bandung barat, dan dapat meningkatkan ekonomi warga sekitar jika daerah wisata nantinya ramai.

1.6 Metode Penelitian

1.6.1 Metode Yang Digunakan

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik triangulasi. Triangulasi sendiri menurut Prof. Dr. Sugiyono dalam Metode Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D adalah sebagai teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada (Sugiyono, 2016:241). Adapun berikut adalah beberapa pengumpulan data menurut teknik triangulasi tersebut, yaitu :

1.6.2 Metode Pengumpulan Data

1. Wawancara

Menurut Prof. Dr. Sugiyono dalam Metode Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D (2014:231) wawancara adalah merupakan pertemuan dua orang yang bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat di konstruksikan makna dalam suatu topik tertentu.

2. Studi Literatur

Dokumen yang dibutuhkan untuk menunjang dalam penelitian ini merupakan dokumen yang berhubungan dengan tema, baik berupa buku, artikel ataupun jurnal.

3. Kuesioner

Kuesioner yang dipakai dalam penelitian ini adalah kuesioner jenis *Purposive Sampling* , Menurut Sugiyono (2010) adalah teknik untuk menentukan sampel penelitian dengan beberapa pertimbangan tertentu yang bertujuan agar data yang diperoleh nantinya bisa lebih representatif.

1.6.3 Metode Analisis

Dalam penelitian ini penulis menganalisis data dengan menggunakan analisis model Miles dan Huberman. (Miles dan Huberman 1984 dalam sugiyono 2016:246) mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sendiri sudah jenuh. Adapun dalam memproses data dalam model Miles dan Huberman terdapat tiga proses, yakni :

1. Proses Reduksi Data

Reduksi data merupakan suatu proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan dan transformasi data “kasar” yang muncul. Adapun kegiatan reduksi data diantaranya antara lain menajamkan, menggolongkan, mengarahkan dan membuang yang tidak perlu serta yang terakhir mengorganisir data.

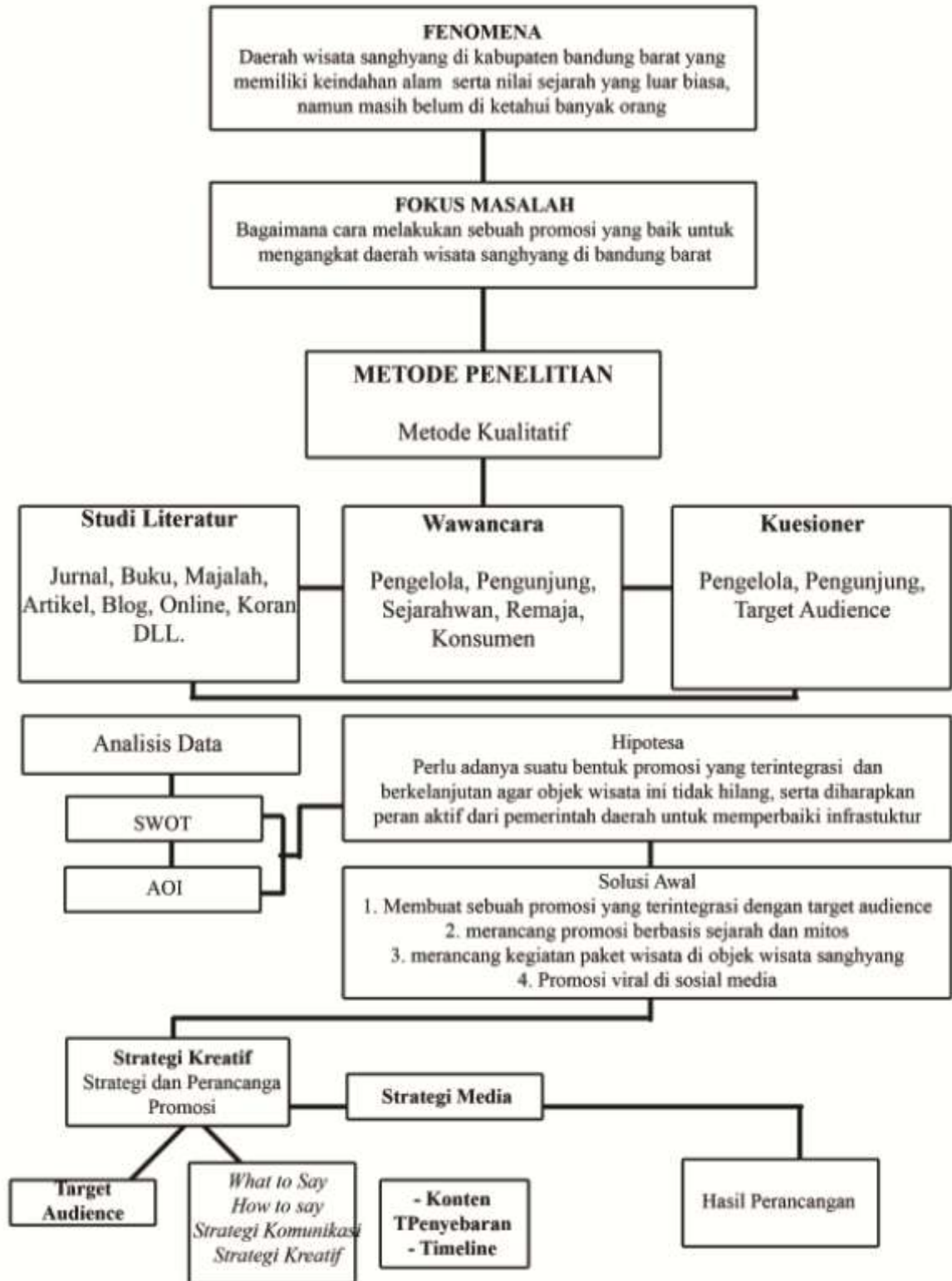
2. Proses Penyajian Data

Proses penyajian data merupakan sekumpulan informasi yang memberi kemungkinan adanya pengambilan tindakan. Adapun bentuk penyajian dapat berupa grafik, jaringan, bagan atau teks yang bersifat naratif.

3. Proses Penarikan Kesimpulan

Proses yang terakhir adalah proses penarikan kesimpulan, proses ini dimulai dari mencari keteraturan pola, penjelasan konfigurasi dan proposisi. Kesimpulan harus diverifikasi, serta makna yang muncul dari data harus valid dan diuji kebenaran, kekuatan dan kecocokannya.

1.7 Kerangka Penelitian



1.8 Pembabakan

Sistem penulisan dalam penelitian ini merupakan gambaran umum mengenai isi dari keseluruhan pembahasan, yang bertujuan untuk memudahkan pembaca dalam mengikuti alur pembahasan yang terdapat dalam penulisan penelitian ini. Adapun pembabakan penulisan adalah sebagai berikut :

BAB 1 PENDAHULUAN

Berisikan tentang penjelasan mengenai latar belakang masalah, tujuan dan manfaat dari penelitian, menerangkan tentang tempat pelaksanaan penelitian, dan membuat kerangka penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II DASAR PEMIKIRAN

Pada bab ini menjelaskan mengenai dasar pemikiran dari teori-teori yang relevan untuk digunakan sebagai pijakan dalam sebuah perancanganyang sesuai dengan topik.

BAB III DATA DAN ANALISIS

Berisikan tinjauan berupa data dari bergai sumber seperti narasumber, data perancangan *target audience*, dan hasil wawancara, kuisisioner, serta data kajian empirik dan teoritik.

BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN

Pada bab ini berisikan tentang penjelasan konsep dan strategi dalam sebuah perancangan yang telah dibuat serta menunjukkan karya final yang akan menjadi solusi dari permasalahan.