

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Indonesia memiliki beranekaragam keindahan alam yang telah dijadikan sebuah wana wisata oleh pemerintah agar dapat dinikmati dan di akses dengan mudah oleh para calon pengunjung. Wana wisata merupakan sebuah tempat wisata alam yang berada di suatu daerah sebagai kepentingan budaya dan pariwisata dengan tujuan agar bermanfaat bagi masyarakat sehingga dapat meningkatkan pendapatan daerah tanpa mengubah fungsi awal dari objek wisata tersebut yaitu hutan.

Jawa Barat merupakan salah satu provinsi yang memiliki berbagai macam wanawisata diantaranya Ciburial (Kabupaten Sumedang), Kampoeng Ciherang (Kabupaten Sumedang), Curug Citiis (Kabupaten Garut), Mandalawangi (Kabupaten Cianjur), Pasir Ole-Ole (Kabupaten Majalengka), Jayagiri (Kabupaten Bandung), Ranca Upas (Kabupaten Bandung), Curug Cimahi (Kabupaten Bandung), Jayagiri (Kabupaten Bandung), Gunung Puntang (Kabupaten Bandung). Wana wisata yang terdapat di Jawa Barat saat ini dikelola oleh Perum Perhutani dan telah berkembang sejak tahun 2014, dapat dilihat pada tabel 1.1

Tahun	Jumlah Lokasi (Bh)	Jumlah Pengunjung (Orang)	Pendapatan (x Rp. 1.000,-)
2014	64	468.684	4.170.319
2015	67	836.423	9.088.755
2016	151	2.059.453	59.055.222.212

Tabel I. 1 Data Statistik Wanawisata Jawa Barat

Sumber: Data Statistik Perhutani

Dapat dilihat terjadi sebuah lonjakan pengunjung pada periode tahun 2015 sehingga wana wisata yang dikelola oleh Perhutani dapat berkembang dengan baik. Salah satu kawasan yang berkembang yaitu objek wisata Gunung Puntang.

Wisata Gunung Puntang merupakan destinasi wisata yang bertempat di Desa Mekarjaya, Kecamatan Banjaran, Kabupaten Bandung, Provinsi Jawa Barat. Gunung Puntang dapat ditempuh selama kurang lebih 2 jam perjalanan dari Kota Bandung dengan jarak tempuh sekitar 34 KM menuju arah selatan. Jarak yang terhitung mudah dicapai Gunung Puntang menjadi tempat wisata yang cocok bagi siapa saja yang menginginkan atau membutuhkan suasana tenang dan udara sejuk. Gunung Puntang dapat memberikan daya tarik yang tidak kalah dengan objek wisata yang lain yang ada di Jawa Barat.

Gunung Puntang memiliki ketinggian 2.223 Meter diatas permukaan laut (Mdpl). Kondisi kawasan Gunung Puntang masih berhutan lebat dengan pepohonan. Gunung Puntang juga memiliki fasilitas wisata yang beragam, seperti lahan parkir, toiler, mushola, warung-warung kopi dan warung nasi, serta fasilitas penginapan berupa villa yang terletak disekitar kawasan wisata Gunung Puntang. Dengan fasilitas yang terbilang memadai kawasan wisata Gunung Puntang sangat cocok dikunjungi oleh berkeluarga atau bersama teman-teman.

Kawasan wisata Gunung Puntang mempunyai berbagai objek wisata yang bisa dikunjungi dengan akses yang mudah hingga sulit untuk dijangkau, sesuai dengan minat pengunjung kawasan wisata Gunung Puntang. Beberapa objek yang dapat dikunjungi dengan akses yang mudah yaitu *Camping ground* (1.300Mdpl), Curug Cikahuripan (15m), 'kolam cinta', dan reruntuhan stasiun radio Malabar yang pada tahun 1923 termasuk kedalam stasiun radio terbesar di dunia. Curug Siliwangi (215m) dan Puncak Mega (2.223Mdpl) atau nama lain dari puncak Gunung Puntang termasuk kedalam objek wisata yang cukup sulit untuk dikunjungi namun dapat menawarkan keindahan alam yang menarik dan dapat menambah gairah berpetualang pengunjung.

Untuk mendukung Kawasan Gunung Puntang yang memiliki potensi menjadi tempat wisata yang bersaing dengan kawasan wisata lain yang berada di daerah lain, Kawasan Gunung Puntang kurang memiliki media pendukung yang dapat menarik minat calon pengunjung dan membuat

kawasan wisata Gunung Puntang berkembang. Kegiatan promosi yang dilakukan oleh pengurus kawasan masih belum dilakukan secara maksimal, sehingga hanya menargetkan wisatawan domestik. Promosi yang dilakukan secara tidak langsung terhadap target pasar, yaitu sebatas WoM (Word of Mouth Communication). Informasi mengenai fasilitas yang terdapat dalam kawasan masih kurang dikomunikasikan kepada pengunjung, sehingga mayoritas pengunjung yang datang hanya melakukan pendakian menuju Puncak Mega dan berkemah di kawasan. Selain itu kawasan masih belum mempunyai *brand identity* yang baku.

Berdasarkan permasalahan yang didapat maka penulis tertarik untuk mengkaji kawasan wisata Gunung Puntang sebagai objek penelitian dalam Tugas Akhir. Output yang akan dicapai oleh penulis berupa *Brand Guidelines* yang memuat rancangan dan implementasi identitas visual kawasan wisata Gunung Puntang sehingga menimbulkan nilai manfaat yang berguna bagi perusahaan. Dan diharapkan dapat menjadi media pendukung kawasan wisata Gunung Puntang yang dapat berkembang lebih baik dengan pangsa pasar yang sesuai dengan yang diinginkan perusahaan pengurus Gunung Puntang.

1.2 Permasalahan

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan penjabaran latar belakang masalah, maka dapat diidentifikasi sebuah masalah sebagai berikut:

- a. Tidak adanya media komunikasi informasi wanawisata Gunung Puntang.
- b. Kurangnya media pendukung wanawisata Gunung Puntang untuk berkembang.

1.2.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah, maka rumusan sebuah masalah sebagai berikut:

- a. Bagaimana merancang media komunikasi informasi yang tepat untuk kawasan wisata gunung Puntang?

- b. Bagaimana menerapkan media pendukung yang telah dihasilkan sebagai media promosi sehingga meningkatkan *brand awareness* calon pengunjung kepada kawasan wisata gunung Puntang?

1.3 Ruang Lingkup

Ruang lingkup atau Batasan masalah dalam proyek tugas akhir ini dibatasi dengan bidang desain komunikasi visual. Hal ini dimaksud agar proyek tugas akhir dapat terarah dengan baik, yaitu sebagai berikut:

- a. Apa
Penulis berencana membuat *brand guidelines* yang berisi perancangan serta implementasi identitas visual pada media pendukung dan promosi yang akan dibuat untuk kawasan wisata gunung Puntang.
- b. Siapa
Perancangan dimaksud untuk meningkatkan *brand awareness* pada calon pengunjung yang menginginkan suasana yang tenang dan udara yang sejuk.
- c. Dimana
Perancangan tugas akhir ini akan difokuskan pada kawasan wisata gunung Puntang.
- d. Bagaimana
Merancang identitas visual dan mengimplementasikan sebagai media promosi.

1.4 Tujuan Perancangan

Sesuai dengan tinjauan pada point diatas, maka tujuan perancang ini sebagai berikut:

- a. Melakukan perancangan *brand guidelines* yang berisi identitas visual untuk kawasan gunung Puntang.
- b. Mengimplementasikan identitas visual yang telah dibuat sebagai media promosi untuk meningkatkan *brand awareness* calon pengunjung wisata gunung Puntang.

1.5 Metode Pengumpulan Data & Analisis

1.5.1 Metode Pengumpulan Data

a. Observasi

Dalam hal ini penulis datang secara langsung ke lapangan untuk memperoleh data-data mengenai Gunung Puntang sebagai sampel objek penelitian. Observasi dilakukan untuk memperoleh identitas visual yang tepat untuk diterapkan pada kawasan wisata Gunung Puntang.

b. Studi pustaka

Data dan informasi diperoleh melalui buku, artikel, internet serta jurnal yang memuat informasi yang menyangkut dengan teori promosi, pariwisata, visual, serta perilaku konsumen dan analisis manajemen.

c. Wawancara

Penelitian dilakukan dengan melakukan wawancara kepada narasumber, dalam hal ini pengurus tempat wisata, pengunjung, serta masyarakat yang dilakukan secara acak.

d. Kuesioner

Kuesioner berisikan tentang pengetahuan masyarakat terhadap kawasan wisata Gunung Puntang. Kuesioner disebar kepada masyarakat Jawa Barat, khususnya Kota Bandung dan Kabupaten Bandung.

1.5.2 Metode Analisis

Metode analisis yang digunakan oleh penulis berupa analisis SWOT. SWOT digunakan untuk menentukan strategi yang tepat dengan mempertimbangkan berbagai faktor yang didapatkan dari hasil identifikasi suatu masalah. Menurut Nur'aini (2016:7) Analisis SWOT adalah metode yang digunakan dalam mengevaluasi poin-poin seperti kekuatan (Strength), kelemahan (Weakness), peluang (Opportunities), dan ancaman (Threats) dalam suatu spekulasi.

1.6 Kerangka Perancangan

Fenomena

Peningkatan drastis Wana Wisata daerah Jawa Barat pada tahun 2014 hingga 2016

Identifikasi Masalah

1. Tidak adanya media komunikasi informasi wanawisata Gunung Puntang.
2. Kurangnya media pendukung wanawisata Gunung Puntang untuk berkembang.

Latar Belakang

Kawasan wisata gunung Puntang memiliki wisata alam yang baik dan menarik, namun kurangnya *Brand Identity* yang membentuk wanawisata Gunung Puntang.

Rumusan Masalah

1. Bagaimana merancang media komunikasi informasi yang tepat untuk kawasan wisata gunung Puntang?
2. Bagaimana menerapkan media pendukung yang telah dihasilkan sebagai media promosi sehingga meningkatkan brand awareness calon pengunjung kepada kawasan wisata gunung Puntang?

Tujuan Perancangan

1. Melakukan perancangan brand guidelines yang berisi identitas visual untuk kawasan gunung Puntang.
2. Mengimplementasikan identitas visual yang telah dibuat sebagai media promosi untuk meningkatkan brand awareness calon pengunjung wisata gunung Puntang.

Pengumpulan Data

- a. Observasi
- b. Studi Pustaka
- c. Wawancara

Hasil Perancangan

- a. Berupa *brand guidelines* yang berisi perancangan identitas visual yang di implementasikan sebagai media promosi agar dapat meningkatkan brand awareness calon pengunjung kawasan gunung Puntang

Kesimpulan dan *output* perancangan

Terciptanya identitas visual yang komunikatif dan terjadinya peningkatan pengunjung

1.7 Pembabakan

Bab I: Pendahuluan

Pada bab ini dijelaskan mengenai pemaparan latar belakang masalah secara garis besar, serta mengidentifikasi masalah yang kemudian dirumuskan menjadi sebuah rumusan masalah, yang kemudian dibuat ruang lingkup atau batasan masalah sesuai bidang desain komunikasi visual, tujuan perancangan proyek tugas akhir, serta metode pengumpulan data dan analisis data untuk memnunjuk dan membantu penelitian, kerangka perancangan proyek tugas akhir, dan sistematika penulisan.

Bab II: Dasar Pemikiran

Pada bab ini dijelaskan mengenai dasar-dasar pemikiran dan teori sebagai alat bantu menyelesaikan masalah yang disampaikan pada bab I. dasar teori ini berupa: buku, artikel, internet dan jurnal yang memuat informasi keselamatan dalam suatu pendakian gunung. Serta komponen-komponen yang membantu dalam perancangan suatu buku.

Bab III: Konsep dan Analisis Masalah

Dalam bab III ini dijabarkan hasil data-data yang diperoleh dari berbagai sumber berupa hasil observasi dan hasil analisis masalah berupa data dan teori yang dapat mendukung dalam proses perancangan.

Bab IV: Konsep & Hasil Perancangan

Pada bab ini berisi konsep, hasil pemikiran dan hasil perancangan identitas visual dari suatu ide hingga yang telah di implementasikan kepada media pendukung.

Bab V: Penutup

Pada bab ini berisi kesimpulan serta saran hasil dari perancangan penulis pada sidang akhir.