

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Pariwisata saat ini telah berkembang menjadi kebutuhan pokok sebagian masyarakat di dunia. I Gusti Bagus Rai (2015) menyebutkan bahwa saat ini pariwisata modern dipercepat oleh proses globalisasi sehingga menyebabkan beberapa keterkaitan yaitu hubungan antar bidang, antar bangsa, dan antar individu yang hidup di dunia ini. Perkembangan teknologi yang dipengaruhi globalisasi juga mempercepat termasuk juga didalamnya perkembangan dari dunia hiburan, rekreasi dan pariwisata.

Kabupaten Bandung adalah salah satu wilayah di Indonesia yang berpotensi memiliki potensi dibidang pariwisata . Menurut Dinas Komunikasi dan Informasi Kabupaten Bandung (DISKOMINFO) jumlah wisatawan pada tahun 2018 tercatat sebanyak 1.690.312 wisatawan nusantara dan 1.697 wisatawan mancanegara total 1.692.009 wisatawan yang mengunjungi kabupaten bandung. Dengan ini menandakan bahwa Kabupaten Bandung berpotensi untuk menjadi penyumbang terbesar dalam aspek destinasi wisata. (sumber : Hasil Wawancara Kepada Pihak Terkait)

Bandung Selatan menjadi objek wisata alam yang banyak diminati oleh para wisatawan dari mancanegara maupun nusantara, salah satunya adalah Kampung Cai Ranca Upas yang terletak di Kecamatan Rancabali. Ranca upas sendiri adalah tempat wisata alam terbuka yang biasanya dijadikan tempat untuk melakukan kegiatan – kegiatan *outdoor* seperti, *camping, fun game*, dan juga memiliki penangkaran rusa yang dimana pengunjung dapat berinteraksi langsung dengan rusa tersebut, sehingga membuat keunikan tersendiri.

Beberapa tahun terakhir Kampung Cai Ranca Upas bersama Perhutani telah berusaha mempromosikan Kampung Cai Ranca Upas melalui sosial media dan acara-acara untuk meningkatkan jumlah pengunjung dan *awareness*.

Sejauh ini angka yang didapat dari tahun 2018 semakin meningkat akan tetapi belum mencapai target yang diinginkan. Bahkan sosial media yang dibuat oleh Kampung Cai Ranca Upas hingga hari ini masih sepi pengunjung Memang jumlah untuk follower mencapai 24.300 tapi untuk *likes* hanya mencapai 50 *likes* – 150 *likes*.

Melalui laman sosial medianya, Kampung Cai Ranca Upas membuat promosi akan tetapi promosi ini masih dianggap kurang efektif karena jangka postingannya yang cukup lama, dalam waktu seminggu Kampung Cai Ranca Upas hanya mengunggah 1 – 2 foto saja dan kurang memperhatikan kesan keindahan sehingga banyak yang tidak memperdulikannya. Dari fenomena diatas, penulis berencana menjadikan objek wisata dari Kampung Cai Ranca Upas sebagai daya tarik utama dalam menyelesaikan tugas akhir.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

1. Meskipun memiliki pemandangan yang bagus, Kampung Cai Ranca Upas memiliki masalah dalam menggunakan media promosi, dapat dilihat dari Instagramnya yang masih kurang diminati oleh pengunjung karena memiliki 50 *likes* sampai 150 likes.
2. Sejak dilakukan aktivitas promosi *online* pada 2016, jumlah wisatawan Kampung Cai Ranca Upas semakin meningkat akan tetapi jumlah wisatawan yang berkunjung ke Kampung Cai Ranca Upas belum sesuai target tahunan yang diinginkan.

## **1.3 Rumusan Masalah**

1. Bagaimana cara merancang strategi kreatif Kampung Cai Ranca Upas agar meningkatkan jumlah pengunjung.
2. Bagaimana merancang aktifitas promosi untuk mencapai jumlah target tahunan yang diinginkan

## **1.4 Ruang Lingkup**

Ruang lingkup dari penelitian ini adalah destinasi wisata Kampung Cai Ranca Upas di Kabupaten Bandung. Penelitian ini difokuskan untuk merancang strategi promosi Kampung Cai Ranca Upas untuk meningkatkan jumlah pengunjung. Target audiens yang dituju adalah masyarakat dengan umur 20 hingga 30 tahun, lokasi penelitian dilakukan di Kabupaten Bandung dan Kampung Cai Ranca Upas.

## **1.5 Tujuan Perancangan**

1. Perancangan ini dilakukan untuk merancang sebuah strategi kreatif Kampung Cai Rancna Upas
2. Merancang aktifitas promosi Kampung Cai Ranca Upas

3. Meningkatkan jumlah pengunjung Kampung Cai Ranca Upas.

## 1.6 Metode Pengumpulan Data dan Analisis

Dalam perancangan tugas ini digunakan metode kualitatif, Metode penelitian kualitatif yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek alamiah, dimana peneliti merupakan instrumen kunci (Sugiyono, 2005). Berikut metode kualitatif yang digunakan oleh penulis dalam mengumpulkan data :

### 1.6.1 Metode Pengumpulan data

Data yang diperoleh dalam penelitian untuk pengumpulan data ini menggunakan beberapa metode yaitu :

#### 1. Observasi

“Observasi yaitu proses pengamatan secara menyeluruh dan mencermati perilaku pada suatu kondisi tertentu. Pada dasarnya, observasi ditunjukkan untuk mendeskripsikan aktivitas, individu, serta makna kejadian berdasarkan perspektif individu. Teknik observasi ini akan menggunakan alat bantu, yaitu berupa *draft* atau daftar penelitian hasil observasi.” (Tersiana, 2018:12)

Observasi yang dilakukan ke Kampung Cai Ranca Upas seperti layaknya kegiatan penelitian dengan menggunakan pancaindera untuk mencari informasi dan mengumpulkan data dengan cara mengamati tempat atau pengunjung secara langsung yang kemungkinan akan menjadi tambahan data.

#### 2. Wawancara

Menurut Tersiana (2018:12), wawancara adalah cara untuk mengumpulkan data penelitian dengan cara tanya-jawab secara langsung dengan pelaku yang memiliki kontribusi dengan objek yang diteliti.

Dalam metode ini, dilakukan wawancara langsung kepada kepala kepengurusan Kampung Cai Ranca Upas yang dimana dapat memberi informasi tentang perkembangan Kampung Cai Ranca Upas secara mendalam.

#### 3. Studi Pustaka

“Studi pustaka berkaitan dengan teoritis dan referensi lain yang berkaitan dengan nilai, budaya dan norma yang berkembang pada situasi *social*, selain itu studi pustaka sangat penting karena penelitian tidak akan lepas dari literatur-literatur ilmiah. Mencari beberapa data dari beberapa sumber buku yang ada kaitanya dengan pemasaran *advertising*, promosi, daya tarik, pariwisata, desain komunikasi visual, dan media yang berkaitan dengan permasalahan yang ada.

### 1.6.2 Metode Analisis Data

Dalam merancang promosi ini, digunakan tiga metode analisis, dengan harapan dapat membantu proses penelitian. Ketiga metode tersebut adalah:

#### 1. Analisis SWOT

Menurut Kotler dan Armstrong (2008:64) SWOT adalah penelinaian menyeluruh terhadap *Strengths* (Kekuatan), *Weaknesses* (Kelemahan), *Opportunities* (Peluang), dan *Threats* (Ancaman) pada suatu perusahaan. Agar dapat merancang beberapa strategi promosi untuk sebuah produk ataupun jasa.

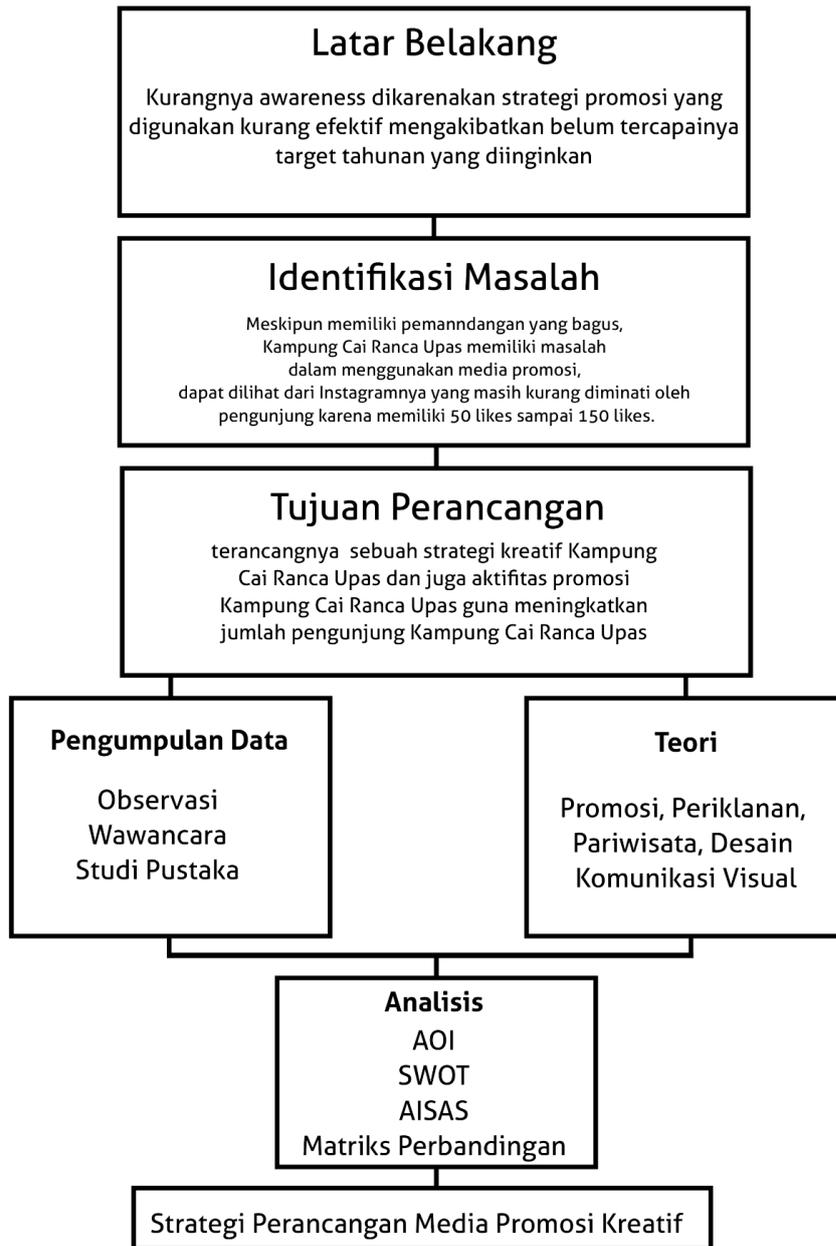
#### 2. AISAS

Menurut Sugiyama dan Andree (2011:79) AISAS adalah formula yang dirancang untuk melakukan pendekatan secara efektif kepada target audiens dengan melihat perubahan perilaku yang terjadi khususnya terkait dengan latar belakang kemajuan internet. Metode AISAS digunakan untuk mencari strategi kreatif yang tepat untuk mempromosikan Kampung Cai Ranca Upas.

#### 3. AOI

Menganalisis target audiens melalui sisi psikografis. Aktifias adalah identifikasi konsumen dari yang dilakukannya, produk yang dibeli dan waktu yang dihabiskannya. Interest adalah bentuk faktor dari konsumen di dalam proses pengambilan keputusan. Opini adalah pendapat konsumen itu sendiri (Kasali, 1998)

## 1.7 Kerangka Perancangan



Gambar 1.1 Kerangka Perancangan

## **1.8 Pembabakan**

### **BAB I Pendahuluan**

Pada bab ini membahas tentang latar belakang dari destinasi wisata Kampung Cai Ranca Upas kemudian permasalahan yang ada pada Kampung Cai Ranca Upas beserta ruang lingkup, tujuan penelitian, cara pengumpulan data dan kerangka penelitian.

### **BAB II Dasar Pemikiran**

Menjelaskan mengenai uraian studi pustaka, teori-teori yang digunakan meliputi : Promosi, Periklanan, Pariwisata, dan Desain Komunikasi Visual dan dasar pemikiran yang relevan mengenai perancangan media promosi yang terkait dalam pembuatan laporan.

### **BAB III Data dan Analisis Masalah**

Pada bab ini menjelaskan tentang data yang telah dikumpulkan melalui hasil dari pengamatan sumber data, metode pengumpulan data seperti studi pustaka, observasi, dan wawancara serta metode analisis data produk SWOT dan Target Audiens AOI.

### **BAB IV Konsep dan Perancangan**

Membahas tentang perancangan promosi yang terdiri dari konsep dan strategi komunikasi, kreatif, media dan visual yang sesuai dengan kebutuhan Pulau.

### **BAV V Kesimpulan dan Saran**

Berisi kesimpulan dan saran terhadap Kampung Cai Ranca Upas dan Perhutani Kabupaten Bandung.