

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pariwisata merupakan salah satu industri yang mempunyai peranan penting dalam perekonomian Indonesia. Menurut Kementerian Pariwisata dan Industri Kreatif (Kemenparekraf), perolehan devisa sektor pariwisata Indonesia mencapai Rp 64,9 miliar pada tahun 2022. Menparekraf Sandiaga Uno mengatakan, lonjakan devisa pariwisata tersebut disebabkan seiring menurunnya pandemi Covid-19, dilihat dari segi ekonomi Guyer-Freuler.E dalam bukunya *Handbuch Des Schweizerischen Volkswirtschaft* mengemukakan pariwisata merupakan gejala zaman yang didasari oleh kebutuhan dan kesadaran akan, kenikmatan, kesenangan, dan keindahan alam semesta serta bertambahnya hubungan antar bangsa dan kelas masyarakat. Pariwisata merupakan industri yang berpotensi menjadi sumber pendapatan dan kesejahteraan negara. Salah satu daerah yang memiliki potensi alam dan wisata yang besar di Indonesia adalah Bandung, Jawa Barat.

Bandung sebagai ibukota Jawa Barat dan merupakan kota terbesar setelah Jakarta dan Surabaya, Bandung juga biasa disebut dengan kota kembang hal ini dikarenakan kelestarian kota dan keindahan alamnya, Bandung memiliki beragam pilihan tempat wisata, salah satunya adalah wisata yang baru dibuka pada awal tahun 2023 yaitu Carita Alam yang menyediakan pemandian air panas dengan pemandangan kebun teh yang luas, penginapan yang bisa memuat kapasitas hingga 30 orang, area outbound yang menyediakan penyewaan *ATV*, *flaying fox*, dan disediakan juga kolam ikan terapi, kawasan Carita Alam cukup luas untuk wisatawan yang datang berkelompok atau untuk *family gathering*, Carita Alam memiliki potensi untuk menaikkan pendapatan masyarakat sekitar dengan kunjungan wisatawan yang cukup besar, namun masih belum adanya destinasi *branding* mengakibatkan sulitnya memperkenalkan tujuan wisata baru ini ke kalangan masyarakat, belum adanya penunjuk arah ke daerah dan di dalam area wisata Carita Alam juga sedikit menyulitkan wisatawan yang baru pertama kali datang, dan juga destinasi *branding* bisa menjadi nilai tambah sebagai daya saing dengan wisata lain.

Wisata Carita Alam ini baru dibuka belum lama ini sehingga masih belum banyak diketahui oleh masyarakat, namun hal ini juga menjadi peluang untuk membangun citra brand yang baik dan menarik agar masyarakat dapat mendapatkan perasaan dan pengalaman yang berbeda dengan tujuan wisata pemandian air panas lainnya, dari observasi yang penulis lakukan wisata Carita Alam memiliki fasilitas yang cukup lengkap dan biaya yang cukup murah, dan kebanyakan pengunjung Carita Alam baru wisatawan lokal dari daerah Bandung.

Berdasarkan latar belakang yang sudah dipaparkan diatas, disimpulkan dibutuhkan pengembangan pariwisata dengan tujuan penarikan pengunjung wisatawan untuk mendapatkan keuntungan bagi pengelola dan masyarakat lingkungan di sekitar area wisata sebagai pekerja dan pemelihara lingkungan yang lebih baik, selain itu strategi branding untuk menyebarluaskan informasi terkait *value* yang ada di Carita Alam, dengan tujuan untuk menaikkan eksistensi dari tujuan wisata dan perancangan citra yang baik dimata pengunjung wisata carita alam.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan maka dapat disimpulkan identifikasi masalah sebagai berikut :

1. Dibutuhkan rancangan strategi media visual sebagai branding wisata Carita Alam.
2. Masih minim media informasi untuk memudahkan pengunjung mengenal Carita alam dan media informasi di lokasi

1.3 Rumusan Masalah

Masalah-masalah yang di rumuskan berdasarkan latar belakang diatas adalah:

1. Bagaimana merancang media visual dan media informasi wisata Carita Alam sebagai citra brand
2. Bagaimana memudahkan pengunjung wisata mendapatkan kemudahan informasi, serta membuat wisata Carita Alam lebih dikenal oleh masyarakat.

1.4 Ruang Lingkup

Penulisan Laporan perancangan ini dibatasi dengan batasan ruang lingkup diantaranya sebagai berikut :

1. Apa

Wisata Carita Alam yang baru dibuka tahun 2022 dengan menyediakan pemandian air panas dengan pemandangan kebun teh yang luas, penginapan yang bisa memuat kapasitas hingga 30 orang, area outbound yang menyediakan penyewaan *ATV*, *flying fox* dll, dan disediakan juga kolam ikan terapi .

2. Siapa

Target dari perancangan ini adalah masyarakat dan wisatawan yang ingin mendatangi dan mendapatkan informasi wisata Carita Alam.

3. Dimana

Penelitian terletak di daerah Jawa Barat, Pangalengan, Bandung.

4. Kapan

Penelitian ini akan dilakukan dimulai dari bulan Februari 2023 hingga bulan April 2023, dengan penyusunan perancangan karya akan dilakukan darimulai bulan April 2023 hingga Agustus 2023

5. Bagaimana

Merancang destinasi branding yang dibutuhkan sebagai sarana promosi dan informasi yang memudahkan pengunjung wisatawan.

6. Mengapa

Untuk menarik dan menaikkan jumlah peminat dan pengunjung wisatawan di Carita Alam.

1.5 Tujuan Penelitian

Membuat perancangan destinasi branding untuk menaikkan kunjungan serta memberikan informasi dengan baik dan mudah kepada pengunjung dan membantu menaikkan kesejahteraan masyarakat di area wisata Carita Alam dan.

1.6 Metode Pengumpulan Data Dan Analisis

Pengumpulan data dilakukan untuk mendapatkan informasi yang diperlukan dalam rangka mencapai tujuan penelitian, dan berikut ini adalah metode pengumpulan data yang digunakan:

1. Studi Pustaka

Studi Pustaka adalah Teknik pengumpulan data melalui analisis terhadap literatur, catatan, laporan, dan buku yang memiliki keterkaitan untuk menyelesaikan masalah (Nazir, 2013:93). Dalam penelitian ini dilakukan pencarian melalui buku-buku, artikel dan jurnal sebagai referensi perancangan.

2. Observasi

Observasi sebagai salah satu elemen esensial dalam membuat seluruh metode pengumpulan data pada penelitian kualitatif Menurut (Hasanah, 2016). Pengumpulan data melalui metode observasi dilakukan dengan cara analisis kegiatan atau kebiasaan yang dilakukan pengunjung wisata. Metode observasi bukan hanya sekedar pencatatan dan pengamatan namun observasi juga mempermudah untuk mengambil informasi yang ada disekitar.

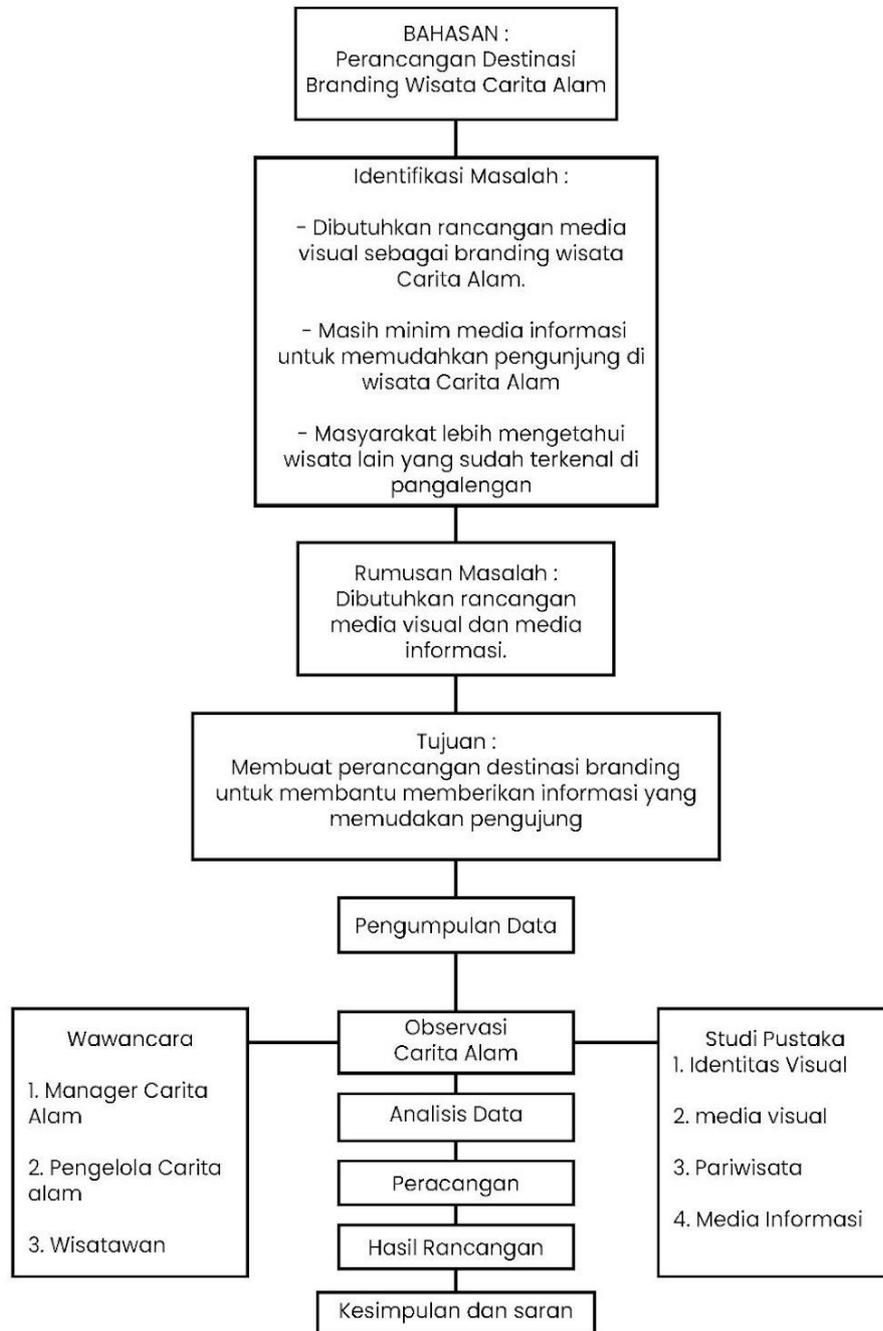
3. Wawancara

Wawancara adalah pertemuan antara dua orang yang bertujuan untuk saling berbagi informasi dan gagasan melalui percakapan tanya jawab. Hasil akhir dari wawancara ini adalah untuk merumuskan kesimpulan atau memperoleh pemahaman yang lebih dalam tentang topik tertentu. (Sugiyono, 2017:72). Dalam konteks penelitian ini, dilakukan wawancara dengan pihak narasumber yang memiliki pandangan dan perspektif unik masing-masing. Wawancara pertama dilakukan dengan narasumber yang berperan sebagai pengunjung destinasi wisata Carita Alam, sementara wawancara kedua melibatkan narasumber yang terafiliasi dengan pengelola Carita Alam.

1.7 Kerangka Penelitian

Tabel 1. 1 Kerangka Perancangan

(Sumber: Farhan Surya Rinanto, 2023)



1.8 Pembabakan

Penulisan penelitian ini disusun berdasarkan sistematika penulisan yang telah ditetapkan sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan

Bab ini menjelaskan secara umum dari obsevari topik yang diangkat, sub bab ini terdiri dari latar belakang permasalahan, permasalahan, runag lingkup, tujuan penelitian, analisi dan cara pengumpulan data, kerangka penelitian dan pembabakan

BAB II Landasan Teori

Bab ini bermuatan landasan teoritis dari hasil pustaka yang memiliki keterkaitan untuk mendukung pokok permasalahan yang di bahas.

BAB III Data & Analisis

Bab ini berisi data-data yang berhubungan dengan objek penelitian dan hasil analisis yang mengacu pada teori yang digunakan sehingga membantu memecahkan permasalahan yang menjadi topik utama.

BAB IV Konsep dan Hasil Perancangan

Bab Ini berisikan mengenai konsep yang sudah ditentukan dan dibuat sesuai dari hasil analisis disertai dengan hasil perancangan yang telah dibuat.

BAB V Penutup

Bab ini berisi kesimpulan dari analisis dan perancangan yang sudah dibuat serta saran secara singkat terhadap pembahasan yang sudah dibahas pada bagian sebelumnya.