

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Promosi wisata berasal dari kebutuhan untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan ke suatu tempat wisata dan meningkatkan pendapatan dari sektor pariwisata. Industri pariwisata adalah salah satu sektor penting dalam ekonomi global karena mampu menciptakan pekerjaan, meningkatkan pendapatan, dan mempromosikan budaya dan warisan suatu daerah. Dalam industri pariwisata, promosi tujuan wisata adalah salah satu elemen penting dari campuran pemasaran yang berfungsi untuk memperkenalkan dan mempromosikan suatu tempat wisata kepada calon wisatawan. Promosi wisata juga sangat penting untuk meningkatkan kesadaran tentang daya tarik suatu tempat wisata, meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan, meningkatkan pengeluaran wisatawan selama mereka berada di tempat wisata dan meningkatkan reputasi suatu daerah sebagai tujuan wisata yang menarik. Perencanaan dan implementasi strategi promosi tujuan wisata harus mempertimbangkan faktor-faktor seperti target pasar, anggaran promosi yang tersedia, tren industri pariwisata, dan keunikan atau keunggulan tempat wisata dibandingkan dengan tempat wisata lainnya.

Dalam pandangan Barlian (2016), media digital menjadi cara komunikasi yang berhasil dalam menyebarkan berita. Dari pemaparan tersebut, dapat ditarik kesimpulan bahwa Stone Garden memerlukan rencana periklanan yang cocok dengan penonton yang dituju dalam hal citra dan platform yang tepat, untuk memastikan promosi berjalan efisien guna meningkatkan kesadaran terhadap merek pariwisata.

Stone Garden adalah spot rekreasi di kota Bandung yang terletak pada Gunung Masigit, Citatah, Kec. Cipatat, Kabupaten Bandung Barat, Jawa Barat 40554, Jawa Barat. Tempat wisata ini menyajikan taman yang indah dengan berbagai jenis batuan dan bebatuan yang unik serta menarik. Selain itu, terdapat juga berbagai aktivitas *seperti flying fox, ATV, dan paintball* yang bisa dinikmati. Stone Garden terletak di kawasan citatah jika menggunakan roda dua, sekitar 28 km sedangkan jika menggunakan roda empat sekitar 27 km dari arah pusat Kota Bandung. Jarak tempuh dari Kota Bandung tergantung pada rute yang ditempuh serta kondisi lalu lintas, namun biasanya dapat ditempuh dalam waktu sekitar 45-50 menit.

Daya tarik wisata Stone Garden ini memanfaatkan keindahan alam serta batu di zaman purba sekaligus melestarikan lingkungan serta menjaga ekosistem yang berada di kawasan wisata Stone Garden. Batu-batu yang dipilih dengan cermat dan disusun dengan indah menciptakan suasana yang menenangkan dan harmonis.

Keseimbangan dan Harmoni taman batu sering kali mengutamakan prinsip keseimbangan dan harmoni. Penggunaan batu-batu yang berbeda ukuran dan bentuknya, serta kombinasi yang tepat antara batu dan tanaman, menciptakan keseimbangan visual yang menarik. Suasana wisata batu dapat menciptakan suasana yang tenang dan meditatif. Batu-batu yang dipadukan dengan pasir atau kerikil juga dapat digunakan sebagai elemen meditasi yang memancarkan ketenangan.

Beberapa fasilitas yang menunjang seperti toilet, mushola, tempat parkir, area duduk gazebo, dan tempat makan. Usp stone garden ini memiliki koleksi batu yang unik menawarkan koleksi batu yang jarang ditemukan atau memiliki keindahan alami yang menonjol. Hal ini bisa menjadi keunggulan unik yang menarik minat pengunjung yang mencari pengalaman yang berbeda dan eksklusif. Keahlian dalam pemasangan batu Taman Batu Citatah memiliki tim ahli yang terampil dalam pemasangan batu. Jaminan bahwa pengunjung akan mendapatkan hasil pemasangan yang berkualitas dan tahan lama dapat menjadi nilai tambah yang signifikan. Desain inovatif Taman Batu Citatah menawarkan desain taman batu yang kreatif dan inovatif, yang menciptakan pengalaman yang unik dan menarik. Konsep desain yang unik dan out-of-the-box bisa menjadi daya tarik bagi mereka yang mencari sesuatu yang tidak biasa. Lingkungan yang ramah Taman Batu Citatah menjunjung tinggi praktik ramah lingkungan, seperti menggunakan batu-batu alami yang didaur ulang atau mempertahankan tanaman asli. Pengalaman pendidikan Taman Batu Citatah mungkin menawarkan pengalaman pendidikan yang mengajarkan tentang batu alam, seni taman, atau ekologi. Ini dapat menarik minat pengunjung yang ingin memperluas pengetahuan mereka tentang batu-batu alami dan taman.

Dari hasil wawancara dengan pengurus wisata Stone Garden yaitu bapa Sukmayadi. Tempat wisata Stone Garden sering di kunjungi dari wisatawan luar pulau Jawa untuk melakukan berbagai acara, seperti hunting, prewed dan penjelajahan. Dan tiket masuk wisatawan yang ingin berkunjung di wisata Stone Garden itu sendiri relatif murah. Di bandrol dengan harga Rp.14.000. Pengunjung sudah menikmati hasil yang indah untuk menikmati keindahan alam Stone Garden Dan mereka mengetahui tempat wisata Stone Garden ini melalui akun instagram

@stonegarden.official. Dari target audience wisata Stone Garden ini di kalangan usia 17-25 yang hobi traveling menikmati keindahan alam aliran sungai, serta goa pawon yang ada di dalam wisata Stone Garden itu sendiri.

Dalam hal ini adanya beberapa daya saing terhadap destinasi wisata di Kota Bandung. Oleh karena itu pengunjung melihat dari keindahan alam pegunungan dan memiliki pemandangan alam yang indah. Dari perbukitan yang hijau hingga gunung-gunung. Budaya dan sejarah terdapat berbagai bangunan peninggalan kolonial Belanda. Ketersediaan akomodasi Kota Bandung memiliki pilihan akomodasi seperti penginapan atau hotel bintang lima.

Stone Garden memiliki logo dengan warna background putih, dengan tipografi bertuliskan kelompok wisata geopark pasir pawon, pada logo tersebut sebelumnya wisata Stone Garden ini menyatu dengan goa pawon sehingga disebut geopark pasir pawon. Akun instagram Stone Garden sendiri masih belum memberikan informasi yang belum menarik serta postingan yang terdapat juga belum cukup menarik para target audience. Namun, dalam industri pariwisata, kompetitor dapat terdiri dari berbagai destinasi wisata di wilayah yang sama atau destinasi wisata di daerah lain yang menawarkan pengalaman serupa atau sejenis. Beberapa contoh destinasi wisata di daerah Bandung dan sekitarnya yang juga menawarkan pengalaman alam dan outdoor yang seru antara lain, Gunung Tangkuban Perahu, Kawah Putih Ciwidey, The Lodge Maribaya, Curug Cimahi, dan masih banyak lagi. Namun, setiap destinasi memiliki daya tarik dan keunikan masing-masing yang dapat menarik perhatian wisatawan yang berbeda-beda

Dengan keunikan Objek wisata Stone Garden, Komunikasi secara visual belum terbentuknya ruang lingkup perancangan promosi yang di dapatkan. Seperti media yang di sampaikan melalui akun instagram @stonegarden.official itu sendiri secara penyampaian komunikasi desain feed instagram secara keseluruhan kurang adanya penyampaian yang menarik para target audience itu sendiri.

Berdasarkan fenomena diatas penulis menganggap bahwa tempat wisata Stone Garden layak untuk dijadikan objek penelitian, dan penulis berencana menawarkan solusi untuk membuat strategi promosi yang bisa diangkat kepada target audience.

1.2 Permasalahan

1.2.1 Identifikasi Masalah

Dari gambaran yang telah dijelaskan, terdapat beberapa permasalahan yang dapat diidentifikasi pada destinasi wisata, yaitu sebagai berikut:

1. Objek wisata stone garden diperkenalkan dari beberapa kalangan masyarakat sehingga media sosial nya belum begitu kuat.
2. Kurangnya promosi dan pemasaran masalah ini terkait dengan kurangnya promosi dan pemasaran efektif demi menarik minat para wisatawan untuk berkunjung pada Stone Garden.
3. Belum ada perkembangan yang menarik dari media promosi.
4. Kurangnya ruang lingkup perancangan promosi
5. Omset mengalami penurunan setelah pandemi covid 19.

1.2.2 Rumusan Masalah

Berbekal dari identifikasi masalah, dapat dirumuskan bahan perancangan berupa :

1. Bagaimana merancang promosi untuk meningkatkan dan memajukan Objek Wisata Stone Garden sebagai contoh objek wisata alam yang berada di Kabupaten Bandung pada masyarakat?
2. Bagaimana perancangan media dan visual banner, poster, dan fotografi?

1.3 Ruang Lingkup

Ruang lingkup penelitian ini berfokus pada wisata Stone Garden terdapat fenomena alam yang bersejarah. Pendiri dari Stone Garden ini didirikan dan dikelola oleh kelompok pokdarwis. Lokasi Stone Garden ini terletak di kawasan Gunung Masigit, Citatah, Kec. Cipatat, Kabupaten Bandung Barat, Indonesia. Fasilitas penunjang seperti parkir, mushola, tempat makan, toilet, dan gazebo. Penelitian ini dilakukan selama masa tugas akhir selama satu semester.

1.4 Tujuan Perancangan

Adapun tujuan yang dicapai yaitu :

1. Merancang strategi promosi destinasi wisata Stone Garden dengan tepat sehingga dapat meningkatkan brand awareness.

2. Memperkuat Identitas Visual dalam perancangan wisata untuk membantu memperkuat identitas visual destinasi wisata Stone Garden. Melalui pemilihan gaya desain, palet warna, dan elemen visual yang konsisten, media visual dapat menciptakan identitas yang kuat sehingga wisata Stone Garden ini mudah dikenali.

1.5 Manfaat Perancangan

Keuntungan yang dapat dicapai melalui proses perencanaan adalah pengenalan yang lebih baik terhadap Objek Wisata Stone Garden oleh masyarakat. Ini juga berkontribusi pada peningkatan pendapatan dari Destinasi Wisata Stone Garden serta pada saat yang sama, meningkatkan daya tariknya di kalangan masyarakat. Lebih banyak pengetahuan akan suasana dan fasilitas yang ditawarkan oleh Objek Wisata Stone Garden dapat tersebar ke masyarakat secara lebih luas.

1.6 Metodologi Pengumpulan Data dan Analisis

Peneliti memanfaatkan pendekatan kualitatif dalam penelitiannya. Sesuai dengan Moloeng (2007:6), metode kualitatif merujuk pada jenis penelitian yang bertujuan untuk menggali pemahaman mendalam mengenai suatu fenomena, melibatkan pengalaman yang dialami oleh subjek penelitian secara komprehensif. Pendekatan ini menggambarkan fenomena dengan menggunakan kata-kata dan bahasa, terfokus pada konteks khusus yang tengah diinvestigasi, dan melibatkan penerapan prinsip-prinsip metode ilmiah.

1.6.1 Pengumpulan data

Dalam melakukan observasi penulis terlebih dahulu melakukan kunjungan ke lokasi wisata Stone Garden yang berada di Gunung Masigit, Citatah, Kec. Cipatat, Kabupaten Bandung Barat, Jawa Barat 40554. Setelah itu mempersiapkan peralatan untuk mendokumentasikan seperti mengambil foto, dan mencatat informasi observasi dan melakukan wawancara dengan bapak Yadi sebagai pengelola untuk mencari data terkait wisata Stone Garden. Setelah itu penulis mengamati data demografis, seperti usia, jenis kelamin, asal, dan kelompok mereka, lalu penulis melakukan observasi pengunjung bagaimana mereka berinteraksi dengan lingkungan, apakah mereka mengikuti aturan yang ditetapkan, dan sejauh mana mereka menghargai keberlanjutan.

Metode pengumpulan data yang digunakan ada 3 berikut yaitu :

a. Metode kuisioner

Metode ini merupakan salah satu metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi pertanyaan kepada responden yang dituju. Dalam penelitian ini metode dilakukan secara daring (online) untuk mengetahui beberapa pendapat serta opini yang jawab oleh responden serta target konsumen lainnya (remaja,dewasa) terkait destinasi wisata stone garden ini. Setelah itu penulis membuat kuisioner di google forms yang bertujuan untuk survey kepada target audiens terkait wisata Stone Garden, seperti point-point penting tentang wisata yang berada di Bandung.

b. Metode Wawancara

Metode ini salah satu metode informasi dan data yang dilakukan dengan adanya sesi tanya jawab melalui daring dan luring (online dan offline) baik secara langsung dalam bentuk conference meet atau tanya jawab dalam bentuk tatap muka secara langsung. Wawancara dilakukan secara langsung kepada pengurus wisata untuk mendapatkan informasi terkait stone garden. Setelah itu penulis mendapatkan informasi dari bapak Yadi bahwa wisata Stone Garden ini perlu adanya peningkatan pengunjung karena wisata Stone Garden memiliki promosi yang kurang efektif seperti, media sosial, informasi, dan iklan. Maka wisata Stone Garden perlu adanya peningkatan promosi yang lebih baik.

c. Metode Studi Pustaka

Metode ini salah satu metode mengumpulkan informasi dan data terbaru terkait destinasi wisata stone garden di era saat ini dan berbagai metode promosi yang mempunyai attention yang tinggi dari target konsumen dengan cara membaca referensi baik buku, jurnal, atau artikel.

1.6.2 Metode Analisis

Dalam hal ini yaitu pengguna menggunakan beberapa metode yaitu :

a. AISAS

AISAS merupakan pendekatan pemasaran yang digunakan sebagai kerangka analisis dan pegangan dalam merencanakan kampanye iklan. Dalam perencanaan iklan, segala aspek tercakup, termasuk tahapan persiapan sebelum produksi, proses produksi iklan, dan langkah-langkah pasca-produksi. Konsep AISAS bisa diartikan sebagai urutan interaksi antara produk atau jasa yang ditawarkan dengan konsumen. Dimulai dari bagaimana minat calon konsumen tertarik terhadap merek tertentu, hingga konsumen mengambil tindakan untuk membeli produk atau jasa yang ditawarkan oleh merek tersebut (Khairil, 2019).

b. AOI

Metode AOI digunakan demi mendapatkan pendekatan terhadap target audiens, dengan cara mengetahui mengenai karakteristik *lifestyle* mereka. AOI merupakan singkatan dari activities (aktivitas), opinions (opini), dan interest (ketertarikan) (Moriarty, dkk., 2011: 179).

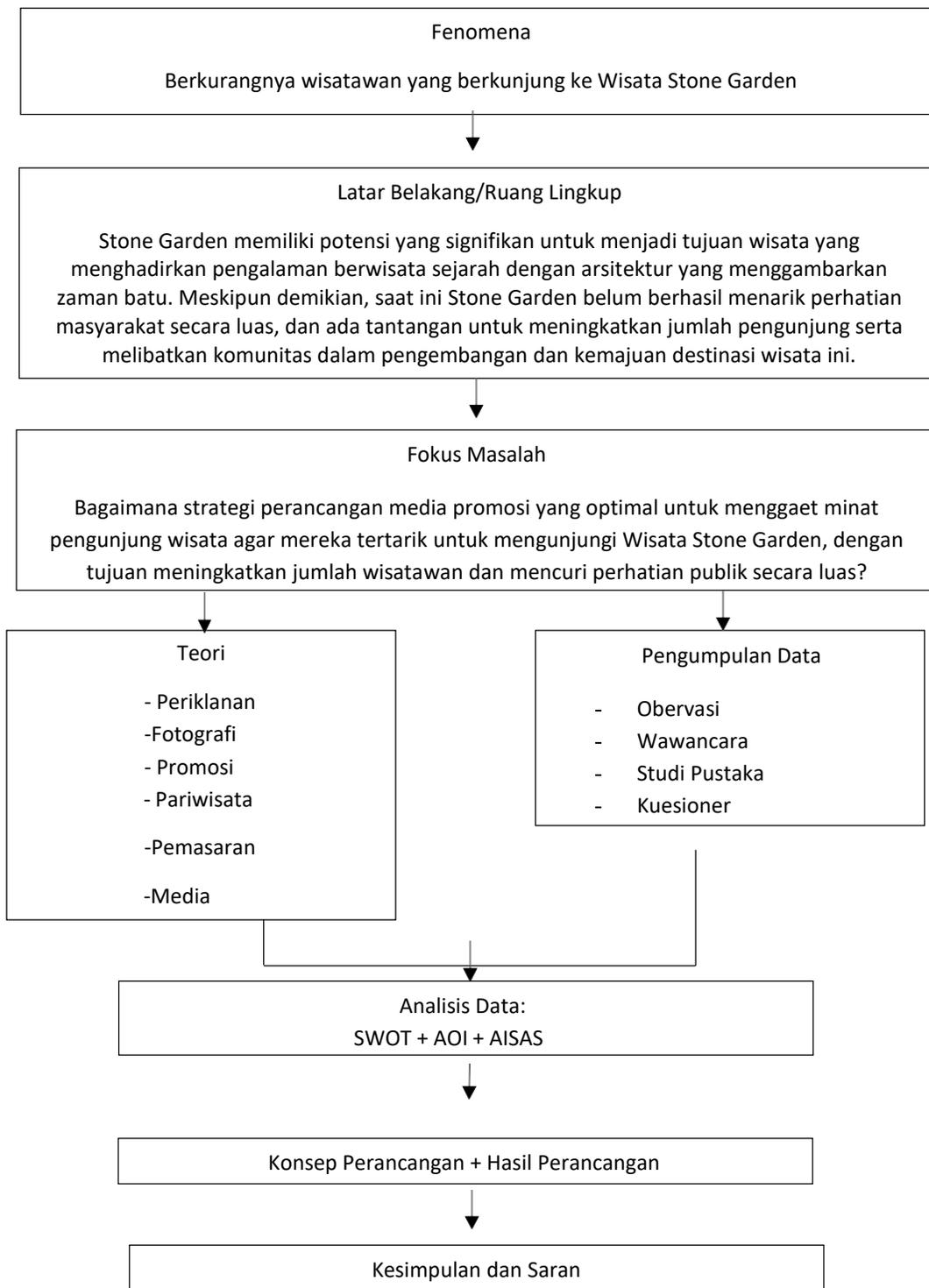
c. SWOT

Analisis SWOT biasanya digunakan untuk menilai dan menganalisis suatu perusahaan dengan memerhatikan faktor-faktor internal yaitu strength (kekuatan), weakness (kelemahan), serta faktor eksternal atau faktor dari luar yaitu opportunity (peluang) & threat (ancaman). Menurut Jogiyanto (4), analisis SWOT mengukur kekuatan dan kelemahan sumber daya perusahaan, serta peluang dan tantangan eksternal.

1.7 Kerangka Penelitian

Stone Garden adalah jenis wisata yang populer di beberapa tempat. Konsep taman batu ini adalah membuat taman atau ruang yang dirancang dengan menggunakan batu alam atau objek batu sebagai elemen utamanya. Batu-batu tersebut ditata dengan apik untuk menciptakan pemandangan yang indah dan menarik pengunjung. Beberapa jenis taman batu bisa berupa taman batu kecil atau taman kota sederhana, sementara yang lain bisa lebih rumit dan menjadi daya tarik wisata. Tujuan penelitian Stone Garden ini untuk merancang strategi promosi destinasi wisata Stone Garden dengan tepat sehingga dapat meningkatkan brand awareness, selain itu, meningkatkan kesadaran dan minat wisatawan terhadap objek wisata atau daya tarik Stone Garden. Promosi pariwisata bertujuan untuk menarik perhatian calon wisatawan dan memikat mereka untuk mengunjungi destinasi tersebut.

Dalam pandangan masyarakat, manfaat wisata peningkatan pendapatan dan penciptaan lapangan kerja. Pariwisata menawarkan penduduk setempat kesempatan untuk bekerja di berbagai bidang terkait, restoran, transportasi, dan kerajinan. Ini meningkatkan pendapatan pribadi dan mengurangi pengangguran. Pembangunan Infrastruktur dengan industri pariwisata, pemerintah dan pengelola destinasi cenderung meningkatkan infrastruktur dan fasilitas publik seperti jalan, bandara, fasilitas kesehatan dan hiburan taman hiburan untuk memenuhi kebutuhan wisatawan. Peningkatan pendapatan daerah Wisatawan yang datang akan mengeluarkan uang untuk akomodasi, makan, transportasi dan berbagai kegiatan wisata, sehingga memberikan kontribusi terhadap perekonomian lokal. Melestarikan Budaya dan Tradisi Wisatawan sering tertarik untuk belajar tentang budaya, seni, dan tradisi setempat. Oleh karena itu, pariwisata membantu menjaga dan melestarikan warisan budaya suatu masyarakat. Pendidikan dan pertukaran budaya Turis membawa keanekaragaman budaya dan pengalaman mereka ke destinasi, dan penduduk setempat dapat belajar darinya. Pertukaran budaya ini meningkatkan pemahaman dan toleransi antar budaya.



Tabel 1. 1 Kerangka Perancangan

(Sumber: Dokumen Pribadi tahun 2022)

1.8 Pembabakan

BAB I PENDAHULUAN

Menjelaskan mengenai latar belakang dalam latar belakang menjelaskan tentang fenomena serta pengenalan objek penelitian. Identifikasi masalah menjelaskan tentang inti permasalahan dalam penelitian. Rumusan masalah menjelaskan tentang pernyataan yang jelas dan terperinci tentang masalah yang ingin dipecahkan atau diteliti. Ruang lingkup menjelaskan tentang batasan atau area yang ditetapkan untuk suatu proyek, penelitian, atau kegiatan. Tujuan perancangan menjelaskan tentang untuk menciptakan solusi yang efektif, fungsional, dan estetik yang memenuhi kebutuhan pengguna dan memecahkan masalah. Pengumpulan data informasi dan fakta-fakta yang relevan untuk digunakan dalam analisis, penelitian, pengambilan keputusan, atau pemecahan masalah. Kerangka perancangan perancangan untuk membantu merencanakan, mengorganisir, dan mengarahkan proses perancangan. Pembabakan proses membagi atau memecah suatu keseluruhan menjadi bagian-bagian yang lebih kecil atau lebih rinci.

BAB II KAJIAN TEORI

Menjelaskan beberapa teori dasar yang dikutip secara relevan yang bertujuan menganalisis permasalahan dalam perancangan. Teori-teori yang digunakan adalah teori desain komunikasi visual, pariwisata, pemasaran dan periklanan.

BAB III URAIAN DATA HASIL SURVEY & ANALISIS

Bab tiga mengumpulkan beberapa data dan survey melalui metode kuisioner, wawancara, dan studi pustaka.

BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN

Hasil atau temuan yang diperoleh dari suatu kegiatan, penelitian, atau proses perancangan. Hasil dapat berupa data, informasi, fakta, atau kesimpulan yang ditemukan selama proses perancangan.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Menyimpulkan rangkuman singkat dari temuan atau hasil yang telah diperoleh dari suatu studi, penelitian, atau analisis. Saran rekomendasi atau petunjuk yang diberikan berdasarkan temuan atau hasil penelitian yang telah dilakukan.