

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Manusia sebagai makhluk hidup dengan berbagai macam aktivitasnya, memerlukan sebagian waktunya untuk beristirahat dan hiburan. Salah satu hiburan yang dapat dilakukan adalah dengan berwisata. Pariwisata merupakan suatu perjalanan yang dilakukan untuk sementara waktu, yang diselenggarakan dari suatu tempat ke tempat lain, dengan maksud bukan untuk berusaha (*bussiness*) atau mencari nafkah ditempat yang dikunjungi, tetapi semata – mata untuk menikmati perjalanan tersebut guna pertamasyaan dan rekreasi atau untuk memenuhi keinginan yang beraneka ragam (Yoeti O.A, 1996 : 119). Pengertian Pariwisata sendiri menurut WTO (*World Tourism Organization*) 1999 yang saat ini telah berganti nama menjadi *United Nations World Tourism Organization* menyatakan bahwa pariwisata adalah kegiatan manusia yang melakukan perjalanan ke dan tinggal di daerah tujuan di luar lingkungan kesehariannya, salah satu tempat berwisata yang cukup ramai dikunjungi adalah wisata Pantai. Ada berbagai macam Pantai wisata yang terdapat di Indonesia, khususnya daerah Jawa Barat, contohnya adalah Pantai Garut Selatan.

Kabupaten Garut sendiri terletak di Provinsi Jawa Barat bagian Selatan pada koordinat 6°56'49" - 7 °45'00" Lintang Selatan dan 107°25'8" - 108°7'30" Bujur Timur. Kabupaten Garut memiliki luas wilayah sebesar 306.519 Ha (3.065,19 km²) dan berbatasan langsung dengan Kabupaten Bandung dan Kabupaten Sumedang di bagian utara, Kabupaten Tasikmalaya di bagian timur, dan Kabupaten Bandung dan Kabupaten Cianjur di bagian barat, serta berbatasan langsung dengan Samudera Hindia pada bagian selatan.

Berdasarkan informasi yang didapatkan dari *website* pemerintahan Kabupaten Garut, bentang alam Kabupaten Garut terbagi menjadi 2 bagian, yaitu

bentang utara dan bentang selatan. Bentang utara Kabupaten Garut terdiri dari dataran dan cekungan antar gunung berbentuk tepal kuda, serta dikelilingi oleh rangkaian gunung api aktif, mulai dari Gunung Guntur, Gunung Papandayan serta Gunung Galunggung.

Sedangkan Bentang selatan terdiri dari dataran dan hamparan pasir pantai dengan garis pantai sepanjang 80km. dengan panjang pantai yang cukup luas, Kabupaten Garut memiliki potensi perikanan yang besar jumlahnya, diantaranya Ikan Tuna, Ikan Tongkol, Cumi-cumi, Ikan hias, dan yang lainnya.

Berdasar pada panjang garis pantai Kabupaten Garut Selatan sepanjang 80km yang terbentang di 7 (tujuh) wilayah kecamatan. Garut juga memiliki potensi yang besar untuk dikembangkan sebagai daerah tujuan wisata pantai dengan beragam objek wisata, pantai-pantai wisata yang terdapat di Kabupaten Garut Selatan antara lain Taman Ranca Buaya, Pantai Cijayana, Taman Laut Manalusu, Pantai Santolo, Pantai Sayang Heulang, Pantai Karang Paranje, Pantai Cijeruk Indah, dan Leweung Sancang.

Dibalik potensi wisata pantai yang besar, wisata pantai daerah Kabupaten Garut Selatan belum dikembangkan secara optimal, padahal pariwisata merupakan salah satu cara yang dapat menambah pendapatan perkapita penduduk daerah tersebut. Namun kurangnya informasi dan transportasi umum yang tersedia menyebabkan kurangnya wisatawan yang datang berlibur ke wilayah Pantai Garut Selatan.

Terbukti dari data tentang jumlah kunjungan wisata pada tahun 2013 yang dipublikasikan oleh dinas pariwisata Garut melalui *website* garutkab.go.id, hanya Pantai Santolo dan Pantai Sayang Heulang yang menembus angka seratus ribu wisatawan lokal, yaitu 205.595 wisatawan lokal berwisata ke Pantai Santolo, serta 150.377 wisatawan lokal datang berwisata ke Pantai Sayang Heulang. Sedangkan ke 5 wisata pantai lainnya jauh tertinggal dibandingkan kedua pantai tersebut. Namun jumlah wisatawan yang berkunjung ke Pantai Santolo sendiri, tidak mencapai setengahnya dibandingkan dengan tempat wisata Cipanas Garut yang merupakan Objek Wisata paling ramai dikunjungi oleh wisatawan, yaitu 545.476

wisatawan. Hal ini dikarenakan kurangnya promosi yang dilakukan oleh pihak pemerintah ataupun pihak-pihak terkait lainnya serta kurangnya sarana dan prasarana yang tersedia untuk mencapai pantai Garut Selatan.

Perlunya identitas wisata Pantai Garut Selatan ditunjang dengan akan dibentuknya Kabupaten Garut Selatan seperti dikutip dari koran Pikiran Rakyat edisi Selasa, 24 Maret 2015 halaman 22 memuat berita tentang pengesahan daerah otonomi Kabupaten Garut Selatan. Disana dicantumkan bahwa pengesahan daerah otonomi baru Garut Selatan hanya tinggal menunggu pengesahaan dalam sidang pleno DPR, target pengesahan Kabupaten Garut Selatan paling cepat adalah pertengahan tahun ini (2015). Berita tentang pembentukan Kabupaten baru ini mencuat pada tahun 2014.

Kecamatan yang akan menjadi bagian dari Kabupaten Garut Selatan adalah Banjarwangi, Bungbulang, Caringin, Cibalong, Cihurip, Cikajang, Cikelet, Cisewu, Cisompet, Mekarmukti, Pamengpeuk, Peundeuy, Singajaya, dan Talegong. Dukungan pembentukan Kabupaten baru ini disampaikan oleh perwakilan DPR yaitu Wakil Ketua DPR RI Fadli Zon. Ia menyatakan, dukungan diberikan atas pertimbangan banyaknya jumlah penduduk dan wilayah yang terlalu luas. Faktor penguatan pertahanan dan keamanan juga diperhitungkan karena lokasi Garut Selatan yang berbatasan langsung dengan Samudra Hindia.

Dalam waktu dekat, Bupati Garut, DPRD Garut, dan perwakilan Presidium Garut Selatan akan menggelar ekspos dan dengar pendapat dengan Komisi II DPR.

Dari permasalahan dan pemberitaan mengenai pembentukan Kabupaten Garut Selatan makin semakin jelas bahwa pantai – pantai di Garut Selatan memerlukan identitas visual dan media promosi agar pantai Garut Selatan dapat lebih dikenal dan menjadi tujuan wisata sehingga dapat berimbas pada meningkatnya pendapatan masyarakat daerah Pantai Garut Selatan.

1.2 Permasalahan

1.2.1 Identifikasi Masalah

1. Potensi wisata pantai Garut selatan yang belum dikembangkan secara optimal.
2. Kurangnya informasi yang dimiliki oleh calon wisatawan mengenai pantai-pantai wisata yang berada di Garut.
3. Kurangnya promosi yang dilakukan oleh dinas terkait mengenai wisata Pantai selatan Garut.
4. Garut Selatan akan menjadi Kabupaten baru, sehingga memerlukan pendapatan yang cukup, salah satunya dari bidang pariwisata Pantai.
5. Perlunya identitas visual dan media promosi untuk mengembangkan sektor wisata pantai Garut.

1.2.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana merancang identitas wisata pantai Garut Selatan, dan menerapkannya pada media promosi yang sesuai?

1.3 Ruang Lingkup

Perancangan identitas visual dan media promosi untuk wisata Pantai Kabupaten Garut Selatan. Perancangan tersebut akan berfokus pada 7 wisata pantai yang terletak di 7 sektor wisata yaitu Pantai Ranca Buaya, Pantai Cijayana, Pantai Manalusu, Pantai Santolo, Pantai Sayang Heulang, Pantai Karang Pranje, Pantai Cijeruk Indah, dan Leweung Sancang. Fokus pemasaran identitas visual dan media promosi akan berfokus pada wisatawan domestik, karena menurut data kunjungan wisata yang dipublikasikan oleh pemerintah, potensi wisatawan yang paling besar terdapat pada wisatawan domestik.

Perancangan visual identitiy dan media promosi dilakukan pada awal 2015 hingga pertengahan 2015, agar hasil perancangan dapat digunakan dan dikembangkan paling lambat pada awal tahun 2016.

1.4 Tujuan Perancangan

1. Untuk memperkenalkan wisata Pantai Selatan Kabupaten Garut kepada masyarakat
2. Agar wisata pantai garut memiliki identitas visual yang berbeda dibanding wisata pantai ditempat lain dan diharapkan dapat menambah jumlah kunjungan wisata pada tahun berikutnya.

1.5 Cara Pengumpulan Data dan Cara Analisis

1.5.1 Cara Pengumpulan Data

a. Studi Pustaka

Teknik pengumpulan data dengan mengadakan studi penelaahan terhadap buku-buku, literatur-literatur, catatan-catatan, dan laporan-laporan yang ada hubungannya dengan masalah yang dipecahkan. (M. Nasir, 1988:111).

Data yang diperoleh dari buku atau literatur yang berhubungan dengan proses perancangan identitas visual dan media promosi untuk pantai selatan Kabupaten . Garut seperti teori-teori *place branding*, media promosi, dan lainnnya.

b. Wawancara

Merupakan percakapan yang memiliki suatu tujuan dimana narasumber menggali apa yang ada dipikirkannya, menguraikan konsep serta menceritakan pengalaman atau pandangan dari individu yang diwawancara mengenai topic atau arah pembicaraan sesuai keinginan pewawancara yang dilakukan secara kolaboratif (Soewardikoen, 2013: 20).

Wawancara dilakukan kepada pihak terkait, yaitu dinas pariwisata Kabupaten Garut, Wisatawan yang berkunjung serta warga sekitar Pantai selatan Kabupaten Garut untuk mengetahui latar belakang para wisatawan.

c. Observasi

Metode observasi merupakan teknik pengumpulan data, dimana peneliti melakukan pengamatan secara langsung ke objek penelitian untuk melihat dari dekat kegiatan yang dilakukan (Ridwan, 2004 : 104)

Observasi akan dilakukan terhadap kegiatan wisatawan dan masyarakat yang beraktifitas dikawasan Pantai Selatan Garut, serta observasi tempat.

1.5.2 Cara Analisis

a. Analisis Matriks

Pada prinsipnya analisis matriks adalah *juxtaposition* atau membandingkan dengan cara menjajarkan. Obyek visual apabila dijajarkan dan dinilai menggunakan satu tolak ukur yang sama maka akan terlihat perbedaannya. Ketika menyajikan hasil analisis melalui sebuah matriks dapat ditambahkan kolom dan baris berisi gambar yang dianalisis dan informasi-informasi ringkas (Soewardikoen, 2013 : 251).

Analisis matriks akan dilakukan terhadap *place branding* dari tempat wisata lainnya, agar dapat menganalisa apa saja yang diperlukan dalam membuat suatu identitas dan media apa saja yang cocok digunakan dalam mempromosikan suatu tempat.

b. Analisis SWOT

Soewardikoen (2013 : 52) Analisis SWOT memperhitungkan faktor internal yang terdiri dari *Strength* dan *Weakness* serta faktor luar yang terdiri dari *Opportunity* dan *Threat*.

Strength atau kekuatan (Ku) merupakan faktor internal yang mendukung perusahaan untuk mencapai tujuannya, dapat berupa lokasi yang strategis, keahlian teknis personil, fasilitas yang lengkap.

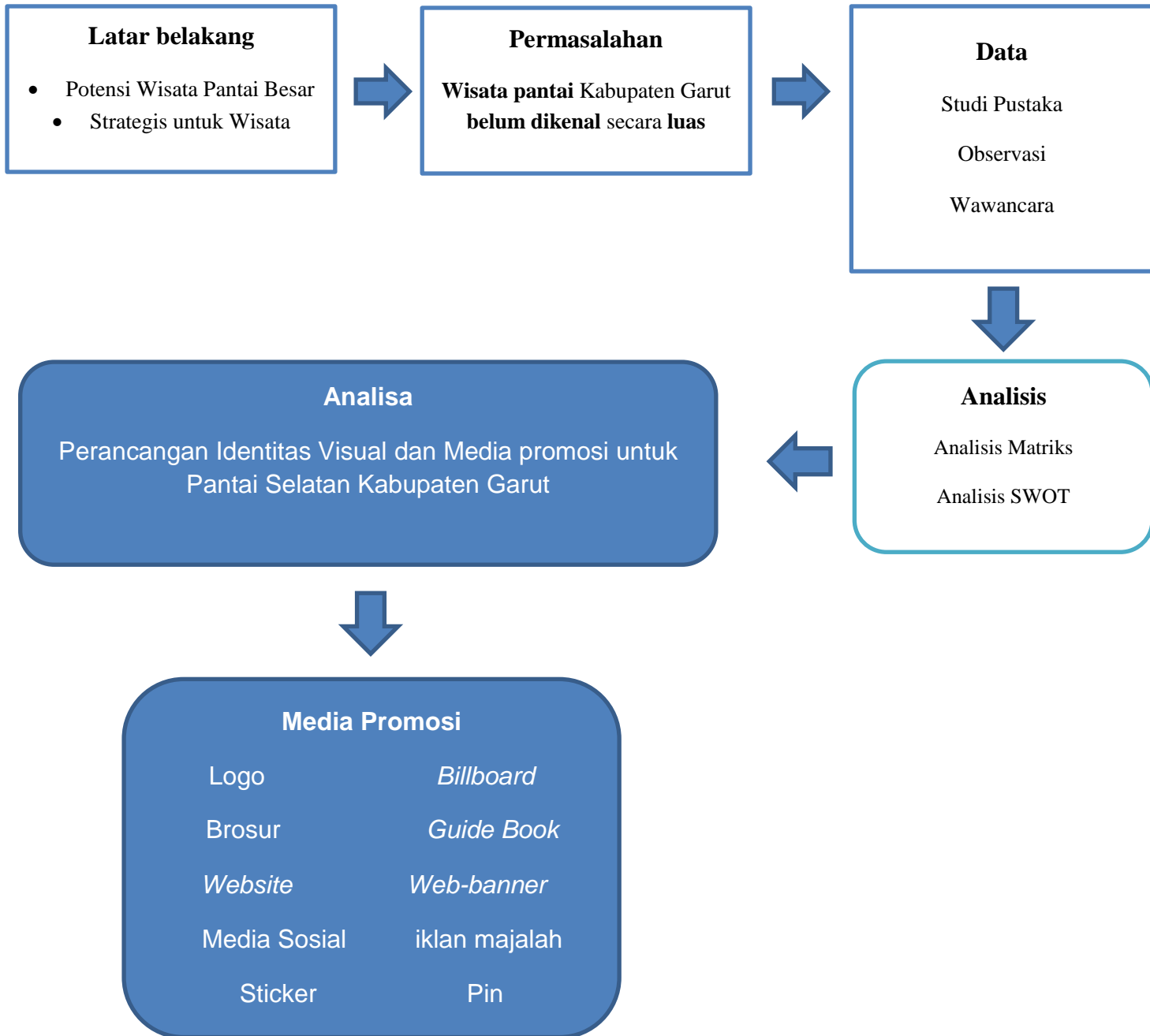
Weakness atau kelemahan (Le) merupakan faktor internal yang menghambat perusahaan mencapai tujuannya, seperti modal kerja dan keahlian pemasaran yang kurang.

Opportunity atau peluang (Pe) merupakan faktor eksternal yang mendukung perusahaan mencapai tujuannya, seperti calon-calon pelanggan potensial, kebijakan baru yang menguntungkan.

Threat atau ancaman (An) merupakan faktor eksternal yang menghambat perusahaan mencapai tujuan, berupa meningkatnya persaingan dan semakin sulitnya mencari pemasok bahan baku.

Analisis SWOT biasanya digunakan dalam menilai suatu perusahaan, caranya dengan membuat matriks antara faktor luar. Faktor luar yaitu peluang dan ancaman di sisi vertical. Faktor dalam yaitu kekuatan dan kelemahan pada sisi horizontal. Sehingga, pada perpotongan kolom dan baris terjadi empat kotak hasil campuran faktor luar dan faktor dalam, yakni Pe-Ku (Peluang – Kekuatan) yakni memanfaatkan peluang dengan kekuatan yang dimiliki. Pe – Lem (peluang – kelemahan) menggunakan peluang untuk mengatasi kelemahan. An – Ku (ancaman – kekuatan) menggunakan kekuatan untuk menghadapi ancaman. An – Lem (ancaman – kelemahan) menghindari ancaman dengan memperbaiki kelemahan yang ada. Masing- masing kotak hasil kombinasi ini merupakan strategi yang memiliki ciri khusus.

1.6 Kerangka Perancangan



Gambar 1.1 Kerangka Penelitian

(sumber : Dokumentasi Penulis)

1.7 Pembabakan

Sistematika penulisan tugas akhir ini adalah sebagai berikut

Bab 1. Pendahuluan

Bab ini meliputi latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, ruang lingkup atau batasan masalah, tujuan perancangan tugas akhir, metodologi penelitian atau cara pengumpulan data, kerangka perancangan dan pembabakan.

Bab 2. Dasar Pemikiran

Bab ini menjelaskan dasar pemikiran dan teori-teori yang relevan untuk digunakan sebagai pijakan untuk merancang identitas visual dan media promosi untuk pantai selatan Garut.

Bab 3. Data dan Analisis Masalah

Bab ini berisikan data-data serta hasil analisa masalah yang penulis dapatkan selama perancangan tugas akhir identitas visual *and* media promosi untuk pantai selatan Kab . Garut seperti data pemberi proyek, data hasil observasi, wawancara, dan analisis matriks atau tabel, analisis SWOT, analisis perbandingan atau cara lainnya untuk mendapatkan konsep perancangan.

Bab 4. Konsep & Hasil Perancangan

Berisikan konsep-konsep atau ide besar, konsep kreatif (pendegkatan), konsep media, konsep visual, dan konsep lainnya, serta hasil perancangan, mulai dari sketsa hingga penerapan visual pada media.

Bab 5. Penutup

Berisi kesimpulan serta saran yang penulis peroleh setelah melaksanakan siding akhir.