

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pariwisata merupakan salah satu penggerak perekonomian Indonesia yang berhasil meningkatkan pendapatan daerah, sehingga pendapatannya dapat mendorong sektor lainnya untuk berkembang. Sudibya (dalam Utama, 2017: 156) menyatakan bahwa pariwisata internasional saat ini telah mengalami pergeseran yang cenderung pada pariwisata yang berwawasan lingkungan, konservasi alam, dan pemanfaatan alam serta lingkungan yang bertanggung jawab (*ecotourism* dan *agrotourism*). Didalam Undang-Undang RI Nomor 18 tahun 2004 tentang perkebunan dinyatakan “Bahwa untuk mewujudkan kesejahteraan dan kemakmuran rakyat secara berkeadilan, maka perkebunan perlu dijamin keberlanjutannya serta ditingkatkan fungsi dan perannya”, maka dapat disimpulkan bahwa kelestarian pengetahuan tentang kebun teh pun harus tersebarluaskan. Agrowisata dengan tujuan edukatif adalah jawaban dari problematika tersebut.

Didalam agrowisata, selain meningkatkan kesejahteraan petani, juga meningkatkan apresiasi wisatawan terhadap kehidupan tani, sehingga dapat diharapkan sebagai hunian yang berkualitas (Utama, 2017: 154). Hal tersebut salah satunya terjadi karena pada prosesnya wisatawan dapat melakukan interaksi langsung dengan penduduk lokal dimana objek tersebut dikembangkan. Agrowisata umumnya memberikan pengalaman bertani kepada wisatawan, baik bercocok tanam maupun beternak. Karena Indonesia merupakan salah satu dari sepuluh negara penghasil teh terbesar di dunia, maka ada baiknya masyarakat sekitar pusat produksi tanaman tersebut ikut melestarikannya dengan cara beragrowisata.

Berdasarkan catatan dari Kementerian Pertanian (melalui Harian Ekonomi Neraca, 3 Desember 2017) Jawa Barat memiliki hamparan perkebunan teh paling luas dibandingkan dengan provinsi penghasil teh lain di Indonesia, dengan luas areal 95.496 ha. Luas area tersebut dikarenakan Provinsi Jawa Barat merupakan penghasil terbesar rata-rata teh di Indonesia, khususnya perkebunan teh di Kabupaten Bandung Selatan yang menjadi daerah penyumbang utama negara

Indonesia. Karena hal tersebut, kabupaten tersebut memiliki keterkaitan kuat antara keindahan panorama beserta nilai historis yang terkandung didalamnya, khususnya di daerah Ciwidey.

Kawasan kebun teh Ciwidey memiliki beberapa agrowisata, diantaranya adalah agrowisata Gamboeng dan Rancabali. Masing-masing agrowisata memiliki potensi yang dijadikan keunggulan bagi tiap destinasi. Biasanya, tiap agrowisata kebun teh memiliki wisata edukasi dan berlomba-lomba melengkapinya dengan fasilitas, begitupun agrowisata kebun teh Gamboeng dan Rancabali. Namun, Agrowisata Gamboeng memiliki nilai historis yang kuat terkait sejarah perkebunan teh di Indonesia, sehingga keberadaannya merupakan salah satu kunci dari kesuksesan produksi teh di negara tersebut.

PPTK Gambung dikenal oleh para pecinta historis teh dengan produksi teh hijau, teh hitam, dan teh putih. Didalamnya, wisatawan mempelajari banyak hal; mulai dari bagaimana cara pemilihan benih yang baik, penanaman, pemeliharaan, pemetikan, hingga pada tahap proses produksi teh, bahkan transaksi jual beli. Selain itu, Karyudi selaku direktur PPTK Gambung mengemukakan melalui Detik Finance pada 25 Maret 2015 bahwa pengelola Gamboeng, yaitu Pusat Penelitian Teh dan Kina (PPTK) merupakan pelaksana riset terhadap pengembangan teknologi teh dan kina terbesar di Asia Tenggara.

Agrowisata pada PPTK Gambung memiliki nama dagang “Gamboeng. Sektor tersebut masih menggunakan *ticketing* dengan sifat reservasi. Berdasarkan hasil riset penulis dengan pengumpulan data dan wawancara kepada bagian Kepala Biro Umum & SDM, Januar Budhi M.P. menunjukkan bahwa target pengunjung dan pemasukan relatif tercapai, walau standarnya tidak tinggi dan sifatnya fluktuatif. Hal tersebut diperkuat dengan paparan data dari bagian pemasaran, Dedi, pada rekapitulasi penjualan PPTK Gambung pada bulan Januari hingga Juli 2016 yang jumlahnya cenderung menurun. Penyebab hal tersebut menurut Januar Budhi merupakan promosi yang sebelumnya telah dilakukan belum efektif, dikarenakan sifat penyebarannya terbatas, medianya pun hanya berupa *leaflet* yang didistribusikan dari mulut ke mulut. Hal tersebut menyebabkan belum seluruh *target audience*, khususnya warga Kota Bandung mengetahui Agrowisata kebun teh Gamboeng.

Mengusung dari berbagai permasalahan dari riset berupa wawancara dan observasi, penulis memutuskan untuk mengangkat topik urgen ini menjadi Tugas Akhir. Penulis berencana untuk menyelesaikan masalah-masalah terkait Agrowisata Gamboeng dengan solusi promosi. Seperti menurut Swastha (2000:222), juga Kismono (2001:374), promosi bertujuan mempersuasi dan mempengaruhi keputusan pembelian, sehingga meningkatkan, menstabilkan dan memposisikan penjualan, serta membentuk citra produk. Oleh karena itu, harapannya Tugas Akhir penulis dengan judul **“PERANCANGAN PROMOSI AGROWISATA KEBUN TEH GAMBOENG”** dapat memberikan solusi terhadap masalah yang sedang dihadapi oleh PPTK Gambung, khususnya pada sektor Agrowisata dengan merek dagang “Gamboeng”.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian Latar Belakang diatas, dapat disimpulkann identifikasi masalah sebagaii berikut:

1. Menurut rekapitulasi penjualan PPTK Gambung pada bulan Januari hingga Juli 2017, Target pengunjung Agrowisata kebun teh Gamboeng masih bersifat skeptis dan fluktuatif, cenderung menurun.
2. Kepala Biro Umum & SDM, Januar Budhi M.P. mengatakan bahwa promosi Agrowisata kebun teh Gamboeng belum efektif, dikarenakan sifat penyebarannya terbatas, sehingga informasi keunggulan belum tersebar sesuai kepada audiens dengan baik.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian Identifikasi Masalah diatas, maka rumusan masalah yang dapat disimpulkan adalah:

1. Bagaimana merancang Strategi Promosi Agrowisata kebun teh Gamboeng untuk menarik minat sesuai dengan target audiens?
2. Bagaimana merancang media dan visual yang sesuai target audiens promosi Agrowisata kebun teh Gamboeng?

1.4 Ruang Lingkup

Adapun ruang lingkup dari pembahasan Tugas Akhir ini, dimana penulis melaksanakan strategi promosi destinasi wisata sektor Agrowisata kebun teh Gamboeng. Kebun teh tersebut berada di Gambung Kecamatan Pasirjambu, Kabupaten Bandung 40972. Wilayah dengan status milik negara, dan dikelola oleh Pusat Penelitian Teh dan Kina.

Sektor Agrowisata Gamboeng diominasi oleh (Pengelompokan umur menurut DEPKES RI tahun 2009) 26,6% pengunjung remaja awal tahun (usia 13-17 tahun); diikuti oleh 26,0% remaja akhir tahun (usia 17-25 tahun), hingga 23,3% dewasa awal tahun (usia 26-35); lalu disusul oleh 16,6% umur kanak-kanak (5-12); dan 6,7% Lansia, dengan perbandingan jenis kelamin 60% pria dan 40% wanita (berdasarkan wawancara dan data dari pihak PPTK). Walaupun target audiens sudah tergambar, namun pencapaian target pengunjung dan pemasukan masih relatif statis dan bersifat fluktuatif (berdasarkan wawancara pihak PPTK).

Menurut Badan Pusat Statistik Kota Bandung, kota besar terdekat dengan Agrowisata kebun teh Gambung tersebut memiliki jumlah penduduk remaja akhir tahun sebanyak 481.950 jiwa, dengan total penduduk keseluruhan 2.490.622. Dalam sumber tersebut juga dapat disimpulkan bahwa jumlah remaja akhir tahun di Ibu Kota Jawa Barat tersebut merupakan jumlah penduduk terbanyak dibandingkan dengan kategori umur lainnya, begitu pula perbandingannya dengan Kabupaten Bandung.

Berdasarkan wawancara yang dilakukan penulis kepada beberapa remaja akhir tahun di Kota Bandung menunjukkan bahwa semua responden memiliki tingkat kesibukan yang tinggi, namun tetap memaksakan waktu untuk berekreasi. Ismayanti (2010:55) mengatakan pula bahwa remaja akhir tahun pada usia transisi ini aktif dan enerjik, beberapanya sudah memasuki usia kerja karena tergolong kelompok produktif, sehingga waktu liburan sangat ditunggu-tunggu. Pada usia tersebut juga disebutkan bahwa mereka sangat memanfaatkan kesempatan berlibur untuk berinteraksi dengan masyarakat setempat dan menambah wawasan, mengabadikannya, bahkan untuk menunjukkan suatu pencapaian diri. Oleh karena itu promosi ini akan disasar untuk target audiens Remaja Akhir Tahun (17-25) yang

bertempat tinggal atau berdomisili di kota Bandung, dengan pola hidup masyarakat perkotaan.

1.5 Tujuan Perancangan

Setelah dipaparkan rumusan masalah beserta ruang lingkup diatas, maka muncullah harapan untuk dicapainya tujuan sebagai berikut:

1. Terancangnya Strategi Promosi Agrowisata kebun teh Gamboeng untuk menarik minat sesuai dengan target audiens.
2. Terancangnya media dan visual yang sesuai target audiens promosi Agrowisata kebun teh Gamboeng.

1.6 Manfaat Perancangan

Harapannya, hasil perancangan yang dilakukan oleh penulis dapat memberi manfaat bagi penulis pribadi, Fakultas Industri Kreatif Universitas Telkom, Pihak terkait, dan masyarakat luas, diantaranya:

1. Bagi Penulis
 - a. Dapat memenuhi salah satu syarat kelulusan S1 program studi Desain Komunikasi Visual Fakultas Industri Kreatif Universitas Telkom.
 - b. Menambah pengalaman bagi penulis dalam membuat promosi sebuah destinasi wisata.
 - c. Membantu Pusat Penelitian Teh dan Kina dalam membuat rancangan, strategi, setra konsep baru dalam promosi destinasi sektor Agrowisata kebun teh Gamboeng.
2. Bagi Fakultas Industri Kreatif Universitas Telkom
 - a. Dapat menghasilkan *output* bermanfaat, sebaagai referensi bagi para akademisi apabila melakukan riset atau perancangan serupa.
 - b. Berkontribusi dalam meningkatkan kualitas kegiatan tugas akhir setiap mahasiswa sebelum mahasiswa meraih gelar sarjana.
3. Bagi Pihak Terkait
 - a. Dengan adanya perancangan ini, diharapkan mampu membantu memecahkan masalah pihak pengelola (PPTK) bagi sektor Agrowisata Gamboeng.

- b. Membantu Pusat Penelitian Teh dan Kina untuk memiliki alternatif strategi promosi yang baik dan efektif.

1.7 Metode Penelitian

Metodologi menurut Arikunto (2010) “Metode penelitian adalah cara yang digunakan oleh peneliti dalam pengumpulan dan penelitiannya”. Berdasarkan pengertian tersebut, dapat disimpulkan bahwa metode penelitian merupakan cara yang digunakan untuk pengumpulan data yang diperlukan di dalam penelitian.

Penulis menggunakan metode kualitatif dalam penyusunan pembuatan Tugas Akhir ini. Penelitian kualitatif merupakan suatu pendekatan yang juga disebut sebagai pendekatan investigasi, karena biasanya peneliti mengumpulkan data dengan cara bertatap muka langsung dan berinteraksi dengan orang di tempat penelitian (McMillan dan Schumacher: 2003). Penulis melakukan pengumpulan data untuk mempermudah penulisan maupun penyusunan laporan ini. Sementara Sugiyono (2016: 1-11) mengatakan bahwa metode ini digunakan untuk mendapat data mendalam bersifat induktif berdasarkan fakta-fakta yang ditemukan saat di lapangan. Data yang terkumpul dari metode kualitatif berupa kata-kata dalam kalimat dan sifatnya subjektif, peneliti harus turun ke lapangan untuk melakukan wawancara, observasi lapangan, mencari sumber data, melakukan analisis, kemudian menyusun laporan.

1.7.1 Cara Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, penulis melakukan beberapa metode pengumpulan data, antara lain adalah sebagai berikut:

1. Wawancara

Penulis bertanya secara langsung ke PPTK Gambung, warga sekitar areal Agrowisata kebun teh Gamboeng, dan warga berdomisili kota Bandung mengenai pengetahuan dan permasalahan yang terjadi di lapangan, sehingga dapat mengetahui lebih dalam secara langsung tentang kebutuhan informasi dalam membuat rancangan.

2. Observasi

Observasi merupakan cara dimana penulis mencatat dan mengamati ruang lingkup aktivitas yang terjadi di areal Agrowisata kebun teh Gamboeng.

3. Tinjauan Pustaka

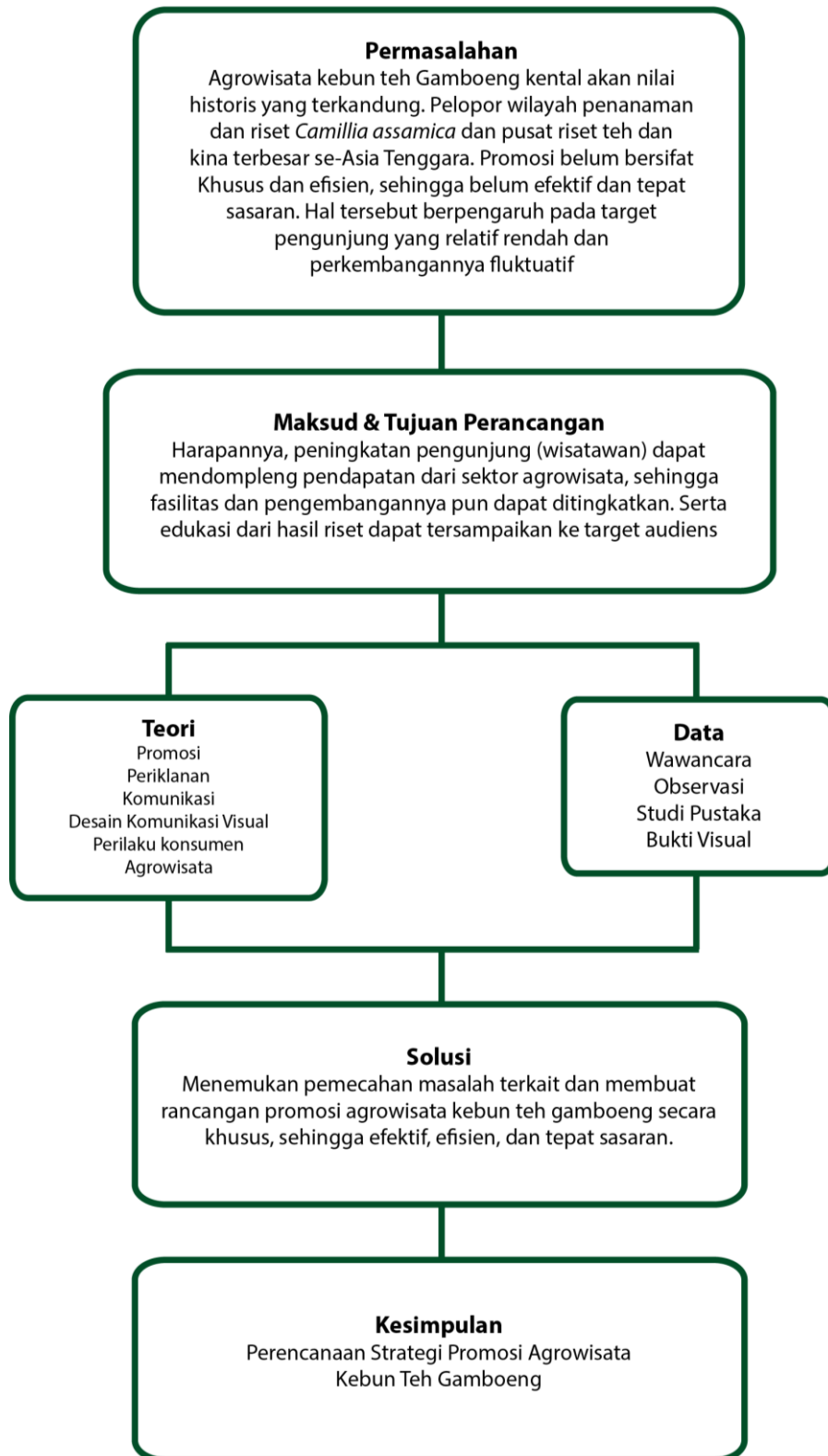
Tinjauan pustaka merupakan cara dimana penulis mendapatkan informasi-informasi tentang perusahaan maupun informasi lainnya yang berkaitan dengan proses pembuatan strategi perancangan promosi terkait, yaitu didapatkan melalui website yang disediakan oleh perusahaan resmi, maupun website-website pendukung lainnya; referensi dari beberapa buku, diantaranya “**Pemasaran Pariwisata**” karya Dr. I Gusti Bagus Rai Utama, M.A. ; “**Periklanan**” karya Morrison, M.A. ; “**Advertising**” karya Sandra Moriarty; “**Pengantar Desain Komunikasi Visual**” karya Adi Kusrianto; “**Perilaku Konsumen**” karya Dr. Etta Mamang Sangadji, M.Si. dan Dr. Sopiha, MM., M.Pd. ; dan “**Agrowisata Sebagai Pariwisata Alternatif Indonesia**” karya Dr. I Gusti Bagus Rai Utama, M.A.

1.7.2 Metode Analisis

Penulis dalam perancangan promosi ini menggunakan tiga metode analisis, yang harapannya dapat membantu keberlangsungan pdalam proses penelitian. Ketiga metode tersebut adalah:

1. SWOT (*strength* [kekuatan], *weakness* [kelemahan], *opportunity* [peluang], dan *threat* [ancaman]);
2. AISAS, yaitu model penelitian untuk mendeskripsikan perilaku konsumen era internet (Moriarty, 2009:373), juga sebagai tolak ukur penentuan tujuan pencapaian perencanaan kegiatan promosi;
3. AOI, yaitu pengukuran *Activity*/aktivitas, *Opinion*/pendapat, dan *Interest*/ketertarikan konsumen. Harapannya dengan ketiga metode tersebut penulis dapat terbantu dalam merancang promosi Agrowisata kebun teh Gamboeng.

1.8 Bagan Penelitian



Gambar 1.1 Kerangka Perancangan

Sumber: Data Penulis

1.9 Sistematika Penulisan

Dalam menyusun laporan tugas akhir, penulis menggunakan susunan terencana berupa sistematika penulisan. Hal yang dimaksudkan tersebut antara lain:

BAB I Pendahuluan

Pada pendahuluan, penulis menguraikan informasi umum seperti latar belakang masalah, permasalahan terkait, ruang lingkup, tujuan dan manfaat, metode pengumpulan data, metode analisis, bagan penelitian, serta sistematika penulisan rancangan Promosi Agrowisata Kebun Teh Gamboeng.

BAB II Dasar Pemikiran

Bagian Dasar Pemikiran berisi mengenai teori dari literasi yang ada. Digunakan sebagai acuan dalam membuat perancangan promosi.

BAB III Data dan Analisis Masalah

Bab ini memaparkan data-data yang diperoleh dari teknik pengumpulan data. Pengumpulan data tersebut antara lain adalah studi pustaka, wawancara, dan observasi yang telah dilakukan oleh penulis.

BAB IV Konsep dan Hasil Perancangan

Pada bagian ini penulis menguraikan konsep, strategi dan perancangan promosi dimulai dari ide besar, strategi kreatif, pemilihan media, dan rancangan visual sesuai dengan target audiens. Dalam bab ini akan dijelaskan pula proses pengerjaan media dari awal sketsa hingga penerapan visual.

BAB V Penutup

Bagian ini berisikan kesimpulan dan saran berkaitan dengan pelaksanaan penelitian dan perancangan tugas akhir berupa jawaban dari rumusan masalah yang telah diuraikan pada bab-bab sebelumnya.