

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Sampai hari ini, banyak masyarakat yang melakukan ritual keagamaan seperti ziarah ke makam atau kubur. Masyarakat Indonesia banyak yang percaya akan keberkahan jika mengunjungi makam wali, beberapa faktor pendorongnya yaitu frustrasi akibat penantian panjang untuk bergiliran naik haji, bisnis wisata spiritual, dan upaya mengurangi rasa kebosanan dalam melakukan ziarah di masjid. Dalam jurnal “Fenomena Ziarah Masyarakat Makam Wali Dalam Masyarakat Mandar”, Latif (2023) menjelaskan bahwa pada umumnya, masyarakat Islam yang biasanya dari luar kota melakukan ziarah ke makam wali pada waktu tertentu yang penting secara agama, seperti Maulid Nabi, bulan Sya'ban, dan menjelang bulan Ramadan.

Bandung adalah salah satu dari banyak kota yang populer sebagai tempat wisata religius karena memiliki banyak makam dan masjid. Kampung Mahmud, yang terletak di Kabupaten Bandung, adalah salah satunya. Situs tersebut terletak di Desa Mekar Rahayu, RW 04, Kecamatan Margaasih, Kabupaten Bandung bagian selatan. Jaraknya kira-kira 6 km dari ibu kota kabupaten, Soreang. Tempatnya sangat strategis karena berada di pusat Kota Bandung dan Soreang. Berada di pinggir Sungai Citarum dan dikelilingi oleh hamparan sawah yang luas, kampung ini memiliki lingkungan alam yang cukup indah. Tradisi turun temurun yang kuat di kampung ini termasuk membangun rumah tanpa semen dan kaca, dan kebanyakan rumah dibuat dengan kayu. Banyak peziarah yang datang ke Kampung Mahmud karena mereka mengikuti paket wisata religi yang diadakan oleh komunitasnya, selain wisata religi Kampung Mahmud juga terdapat berbagai oleh-oleh khas Bandung. Kampung Mahmud ini terdapat banyak makam para wali dan pusat penyebaran Islam pertama di Bandung, sehingga kaya akan budaya Islam.

Dengan keterbatasan promosi di Kampung Mahmud dan upaya untuk meningkatkan daya tarik wisata religi serta pengenalan lebih mendalam tentang Kampung Mahmud, Dilakukan kolaborasi dengan Traveloka sebagai situs perjalanan terkemuka di Asia Tenggara yang memungkinkan orang untuk menemukan dan membeli berbagai jenis kebutuhan perjalanan dan atraksi lokal. Kolaborasi ini bertujuan memperluas promosi dan meningkatkan ketersediaan infrastruktur transportasi yang mendukung para pengunjung untuk berkunjung ke Kampung Mahmud. Selain membantu memenuhi lebih banyak keinginan perjalanan, Traveloka juga menawarkan berbagai aktivitas yang dapat meningkatkan daya tarik wisata religi di area tersebut sehingga membantu kemajuan ekonomi masyarakat lokal.

Permasalahan yang dialami Kampung Mahmud berdasarkan observasi yang dilakukan adalah kurangnya promosi untuk pengenalan Desa Mekarrahayu. Hal ini dilihat dari tidak adanya pengelolaan paket wisata yang di khusus kan di Kampung Mahmud tersendiri. Biasanya pengunjung hanya kegiatan melayat sebentar. Kurangnya pengenalan tentang siapa,sejarah dari Mahmud itu sendiri. Tidak ada kesan pengalaman yang unik dirasakan pengunjung dan kurangnya informasi yang lengkap mengenai kampung Mahmud.

1.2 Permasalahan

1.2.1 Identifikasi Masalah

Dari hasil pemaparan latar belakang diatas, timbul beberapa identifikasi masalah yaitu :

- a) Tidak ada informasi yang memadai mengenai Kampung Mahmud sehingga pengunjung mendapatkan info yang kurang memuaskan.
- b) Kurangnya promosi untuk pengenalan Kampung Mahmud.
- c) Kegiatan acara di Kampung Mahmud belum dimanfaatkan secara optimal untuk menarik minat pengunjung.

1.2.2 Rumusan Masalah

Setelah mengidentifikasi permasalahan terkait latar belakang, muncul rumusan masalah berupa pertanyaan sebagai berikut :

- a) Bagaimana merancang strategi komunikasi Kampung Mahmud, Desa Mekarrahayu bersama Traveloka dalam meningkatkan *Awareness* untuk gen x di kota Bandung?
- b) Bagaimana merancang visualisasi dan media kreatif dalam bentuk tur religi wisata Kampung Mahmud, Desa Mekarrahayu bersama Traveloka dalam meningkatkan *awareness* untuk gen x di kota Bandung?

1.3 Ruang Lingkup

Perancangan ini dibatasi pada ruang lingkup desain komunikasi visual terutama peminatan advertising. Yaitu berupa perancangan promosi Kampung Mahmud, yang dijelaskan dalam format 5W1H, sebagai berikut :

Perancangan promosi Kampung Mahmud dengan pemilihan metode promosi yang sesuai. Kampung Mahmud berlokasi di Desa Mekar Rahayu, RW 04, Kecamatan Margaasih, Kabupaten Bandung bagian selatan. Promosi akan dilakukan bertepatan pada bulan puasa 2024. Promosi yang dilakukan masih belum maksimal dalam penggunaan sosial media untuk mengenalkan kampung Mahmud serta tokohnya, Kampung Mahmud juga masih belum memiliki sosial media sendiri. Perancangan promosi bertujuan untuk menargetkan target audiens yang berada di Bandung dengan rentan usia 44-59 tahun. Solusi dari permasalahan dirancang dalam lingkup Advertising, yang akan berfokus pada pembuatan media promosi, untuk mengenalkan kampung Mahmud.

1.4 Tujuan Penelitian

Dalam perancangan ini diharapkan terciptanya hal-hal sebagai berikut :

- a) Terancangnya strategi komunikasi Kampung Mahmud, Desa Mekarrahayu bersama Traveloka dalam meningkatkan *Awareness* untuk gen x di kota Bandung

- b) Terancangnya visualisasi dan media kreatif dalam bentuk tur religi wisata Kampung Mahmud, Desa Mekarrahayu bersama Traveloka dalam meningkatkan *awareness* untuk gen x di kota Bandung

1.5 Manfaat Penelitian

Perancangan ini memiliki beberapa manfaat, baik manfaat untuk mahasiswa, masyarakat, dan pihak lain:

1. Mahasiswa

Hasil dari penelitian ini diharapkan untuk memberi manfaat dalam merancang strategi kreatif promosi untuk memperkenalkan Kampung Mahmud kepada masyarakat.

2. Masyarakat

Memberikan informasi mengenai potensi wisata religi yang ada di Kampung Mahmud sehingga menjadi salah satu pilihan tempat wisata.

3. Pihak lain

Penelitian ini dapat memberikan data dan masukan kepada pihak terkait di Kampung Mahmud dan berfungsi sebagai sumber informasi yang berguna untuk tujuan pariwisata yang dimiliki. Semoga penelitian ini dapat berpotensi menghasilkan perkembangan inovatif dan peningkatan jumlah pengunjung ke Kampung Mahmud.

1.6 Metodologi Penelitian

Pada penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian kualitatif, menurut Saryono dalam Noor (2020:104) menjelaskan bahwa penelitian kualitatif melibatkan penyelidikan, penemuan, penggambaran, dan penjelasan kualitas atau keunggulan pengaruh sosial yang tidak dapat diukur, dijelaskan, atau digambarkan dengan metode kuantitatif. Teks paragraf merupakan bentuk *output* data yang dihasilkan.

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

Metode yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

A. Observasi

Observasi adalah aktivitas untuk mengamati suatu objek dengan melakukan kunjungan langsung ke lokasi penelitian. Selama penelitian ini dilaksanakan, penulis melakukan kunjungan secara langsung ke Kampung Mahmud, kunjungan ini dilakukan sebanyak 4x kunjungan. Untuk mengetahui fasilitas, pengunjung, dan keadaan di Kampung Mahmud. Observasi dilakukan :

- Kantor desa Mekarrahayu pada tanggal 27 September 2023, untuk mendapatkan data sejarah mengenai potensi wisata yang dimiliki desa Mekarrahayu.
- Ke desa Mekarrahayu pada tanggal 4 Oktober 2023, melakukan observasi lanjutan sejarah desa.
- Kantor desa Mekarrahayu pada tanggal 31 Oktober 2023, Untuk meminta perizinan melakukan observasi.
- Ke Kampung Mahmud pada tanggal 23 November 2023, melakukan observasi tambahan.

B. Wawancara

Penulis melakukan wawancara kepada pihak desa dan kepala dusun Kampung Mahmud, untuk mengetahui sejarah dan target audience pengunjung yang datang ke Kampung Mahmud. Wawancara dilakukan kepada :

- Pak haji Iim, warga asli Kampung Mahmud, untuk mengetahui sejarah Kampung Mahmud dan potensi wisata di Kampung Mahmud.
- Pak Joko Kusanto, warga asli Kampung Mahmud, untuk mengetahui tentang desa Mekarrahayu dan meminta perizinan untuk observasi.
- A Jujum, kepala dusun desa Mekarrahayu, untuk mengetahui potensi Kampung Mahmud lebih dalam.

- Pengunjung Kampung Mahmud, untuk mengetahui kegiatan dan data pengalaman serta kesan yang dirasakan karena berkunjung ke Kampung Mahmud.

C. Kuisisioner

Kuisisioner adalah merupakan suatu metode yang melibatkan penyusunan dan penyampaian serangkaian pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden, yang kemudian diharapkan untuk dijawab dengan baik. Langkah-langkah yang terstruktur secara sistematis, mulai dari perencanaan penyusunan pertanyaan hingga pengolahan data yang diperoleh dari respons responden. Dengan demikian, kuisisioner menjadi salah satu instrumen penting dalam penelitian dan survei untuk mengumpulkan informasi yang relevan dari sampel populasi yang dituju. Sugiyono (2017:142)

penulis sebarakan secara online melalui berbagai sosial media dengan jumlah 100 responden, untuk menyelidiki masalah-masalah di lapangan dan memastikan adanya permasalahan di masyarakat pada penelitian ini kuisisioner diberikan kepada rentang usia 44-59 sebagai usia target audience primer dan 25-30 sebagai target audience sekunder serta mengetahui seberapa ketertarikan akan wisata religi berziarah ke makam Kampung Mahmud.

D. Studi Pustaka

Dalam penelitian ini, penulis memilih pendekatan tinjauan literatur, mengumpulkan referensi buku atau jurnal yang terkait dengan topik penelitian yang sedang dijalani.

1.6.2 Metode Analisis Data

Pada penelitian ini penulis menggunakan beberapa alat analisis data agar menghasilkan data yang akurat dan relevan, alat yang digunakan adalah sebagai berikut :

- a) AOI

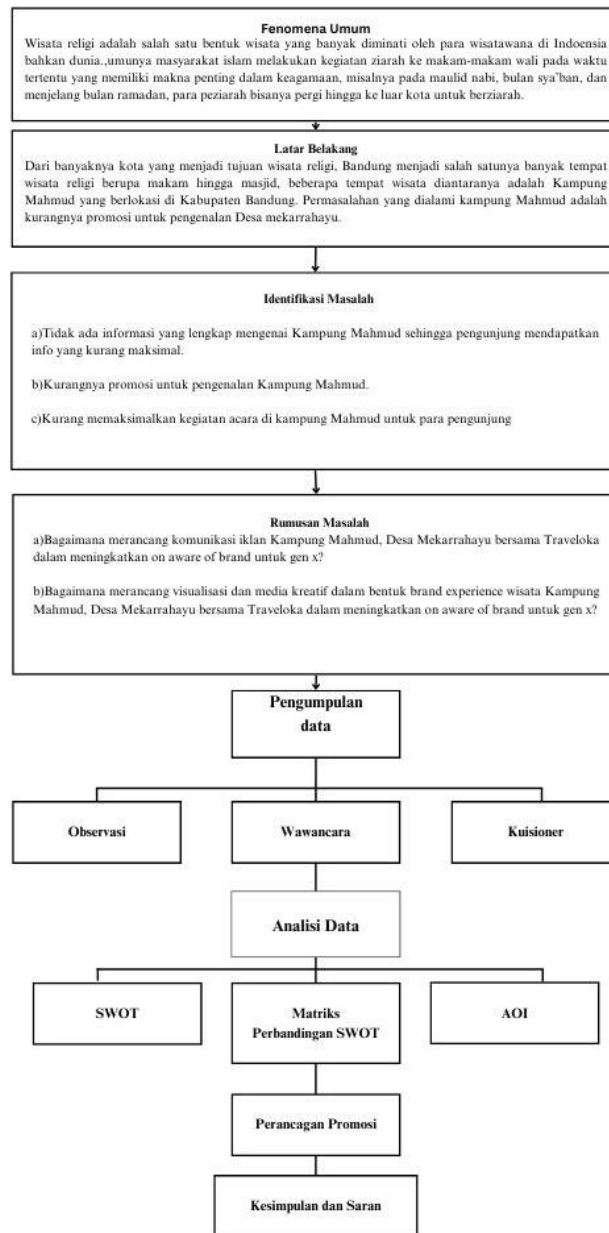
Analisis ini penulis gunakan untuk mengetahui bagaimana gaya hidup serta karakteristik dari target audience, sehingga penulis dapat mengetahui media yang sesuai.

b) Analisis SWOT

Analisis ini penulis gunakan untuk mengetahui :

- *Strenght* yaitu untuk mengetahui keunggulan dari Kampung Mahmud.
- *Weakness* untuk mengetahui kekurangan dari Kampung Mahmud.
- *Oportunity* agar mengetahui kesempatan yang dapat membantu Kampung Mahmud dalam melakukan promosi.
- *Threat* untuk mengetahui ancaman yang dapat menghambat Kampung Mahmud dalam berpromosi

1.7 Kerangka Penelitian



Gambar 1.1 Kerangka penelitian
(Sumber: Prayoga, 2024)

1.8 Pembabakan

Bab 1 : Pendahuluan

Pada bab ini berisi pendahuluan yang memberi penjelasan tentang latar belakang masalah, setelah itu mengidentifikasi masalah dan ditemukan rumusan masalah yang akan diteliti, kemudian dilanjut dengan menjelaskan ruang lingkup perancangan, tujuan perancangan, metodologi penelitian, cara pengumpulan data dan analisis data, kerangka perancangan, serta pembabakan.

Bab 2 : Landasan Teori

Pada bab ini berisi landasan teori yang memberi penjelasan tentang teori dan dasar pemikiran yang digunakan dalam melakukan perancangan, dalam hal ini penulis menggunakan teori yang berkaitan dengan bauran pemasaran, seputar promosi, strategi promosi, dan periklanan.

Bab 3 : Data dan Analisis Data

Pada bab ini berisi penguraian data hasil survey yang telah dilakukan melalui observasi, kuesioner, metode wawancara dan studi pustaka, serta melakukan analisis masalah menggunakan metode analisis SWOT dan AOI, setelah itu hasil data dan analisis akan ditarik kesimpulan.