

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1. 1 Latar Belakang**

Indonesia memiliki banyak potensi dan sumber daya alam yang belum dikembangkan secara maksimal, termasuk didalamnya di sektor pariwisata. Untuk lebih memantapkan pertumbuhan sektor pariwisata dalam rangka mendukung pencapaian sasaran pembangunan, perlu diupayakan pengembangan produk-produk yang mempunyai keterkaitan dengan sektor pariwisata. Pengembangan kepariwisataan berkaitan erat dengan pelestarian nilai-nilai kepribadian, karakter dan pengembangan budaya bangsa, dengan memanfaatkan seluruh potensi keindahan dan kekayaan alam Indonesia. Pemanfaatan disini bukan berarti merubah secara total, tetapi lebih berarti mengelola, memanfaatkan dan melestarikan setiap potensi yang ada, dimana potensi tersebut dirangkaikan menjadi salah satu daya tarik wisata.

Jawa Barat merupakan sebuah daerah yang memiliki keindahan alam luar biasa. Tidak dapat dipungkiri jika Jawa Barat menjadi salah satu tujuan favorit para wisatawan lokal maupun asing, karena terdapat tempat-tempat objek wisata alam yang jadi unggulan, antara lain Gunung Tangkuban Perahu, Kawah putih, Pemandian Air Panas Ciater, Puncrut, atau Maribaya. Namun objek wisata alam pada umumnya banyak didapati di daerah sekitar ibu kota Jawa Barat dan sekitarnya, yaitu Kota Bandung hingga Kabupaten Bandung

Kabupaten Bandung salah satu kota tujuan wisata di Jawa Barat, yang memiliki kondisi alam yang sangat indah dan memiliki tempat tujuan wisata yang menarik. Dari mulai wisata alam, wisata kuliner, wisata belanja, sampai dengan agro wisata. Jika dilihat dari kondisi alamnya yang dikelilingi oleh pegunungan, tentu menambah kesan adalah sebagai tempat tujuan wisata alam yang sangat menarik untuk dikunjungi.

Kabupaten Bandung juga memiliki beberapa alternatif tempat tujuan wisata, salah satunya adalah Wana Wisata Situ Cisanti yang terletak di desa Tarumajaya, Kecamatan Kertasari, Kabupaten Bandung, Wana Wisata Situ Cisanti salah satu objek wisata alam yang terletak di selatan Kota Bandung. Wana Wisata Situ Cisanti yang menampilkan wisata alam dengan daya tarik bersumber

pada keindahan alam dan lingkungan. Objek Wana Wisata Situ Cisanti terdapat di Kabupaten Bandung diharapkan untuk dikembangkan karena memiliki keindahan alam, sejarah, dan keunikan yang terdapat didalamnya. Sehingga Objek Wana Wisata Situ Cisanti dapat memberikan suatu tempat wisata yang berbeda dengan tempat wisata yang lainnya

Selain memiliki udara yang sejuk, kondisi alam Wana Wisata Situ Cisanti memiliki berbagai macam keindahan alam diantaranya di kelilingi oleh hutan pinus, memiliki perkebunan teh yang sangat luas, sehingga berkunjung ke tempat Objek Wana Wisata Situ Cisanti menjadi hal yang sangat menyenangkan, selain mendekati diri dengan alam, serta dapat menikmati aneka ragam tempat wisata alternatif di tengah kesibukan kota besar.

Target sasaran Wana Wisata Situ Cisanti adalah pelajar, mahasiswa, dan wisatawan lokal maupun luar kota yang berkunjung ke Wana Wisata Situ Cisanti. Tetapi Wana Wisata Situ Cisanti belum begitu dikenal masyarakat pada umumnya, khususnya masyarakat Kota Bandung. Hal ini disebabkan karena tidak adanya promosi dari pihak terkait, sehingga masyarakat belum banyak yang mengenal lokasi Situ tersebut. Menurut Wana Wisata Situ Cisanti, Pemerintah Kabupaten Bandung sudah mengadakan promosi, tetapi promosi tersebut tidak efisien dan efektif, hal ini disebabkan promosi kurang menarik dan terjadi dualisme pengelola dan kurangnya perhatian dari pemerintah telah membuat objek wisata yang indah ini kurang terdengar.

Sangat disayangkan sampai saat ini masyarakat masih kurang mengetahui akan keberadaan Wana Wisata Situ Cisanti. Kurangnya pengembangan yang dilakukan oleh pengelola, Objek Wana Wisata Situ Cisanti perlu adanya suatu perancangan yang dapat dilakukan agar dapat dikenal lebih luas, sekaligus dapat menarik minat pengunjung untuk berkunjung ke Objek Wana Wisata Situ Cisanti. Salah satu upaya yang harus dilakukan oleh Wana Wisata Situ Cisanti adalah menciptakan dan membangun sebuah *brand*. *Brand* sebagai suatu identitas dan pemabeda dengan kompetitornya akan lebih mudah dikenal oleh masyarakat. Dengan merencanakan *branding* sebagai langkah awal, dimana *brand* yang dihasilkan akan diaplikasikan pada media informasi sebagai salah satu upaya

untuk membantu dalam kegiatan promosi Wana Wisata Situ Cisanti yang lebih efektif. Selain itu kurang kontribusinya dari pihak terkait untuk mengelola, memanfaatkan, menjaga dan melestarikan Objek Wana Wisata Situ Cisanti sebagai tempat wisata alam. Dimana seharusnya tempat ini memerlukan sentuhan dari pihak terkait sebagai konservasi alam untuk dapat dikenalkan kepada masyarakat luas, sehingga adanya kontribusi untuk dapat mengelola, memanfaatkan, menjaga dan melestarikan Objek Wana Wisata Situ Cisanti

Setelah melakukan pengamatan dengan observasi terhadap Objek Wana Wisata Situ Cisanti, terdapat beberapa permasalahan diantaranya, Pertama : belum terdapatnya perancangan yang tepat bagi Objek Wana Wisata Situ Cisanti, Kedua : belum ada media informasi yang cukup efektif, Ketiga : belum adanya media informasi pendukung pengembangan Objek Wana Wisata Situ Cisanti. Hal tersebut sangat berpengaruh dan berguna untuk masyarakat luas agar dapat mengetahui Objek Wana Wisata Situ Cisanti. Dengan media informasi cukup efektif masyarakat luas dapat mengetahui informasi tentang Objek Wana Wisata Situ Cisanti.

## **1.2 Ruang Lingkup Masalah**

### **1.2.1 Identifikasi Masalah**

1. Belum adanya *brand*/identitas pada Objek Wana Wisata Situ Cisanti.
2. Belum ada media informasi yang cukup efektif untuk Wana Wisata Situ Cisanti.

### **1.2.2 Pembatasan Masalah**

Batasan masalah tertuju pada perancangan *brand* yang bertujuan memberi identitas bagi Objek Wana Wisata Situ Cisanti yang kemudian diaplikasikan kepada sebuah media informasi.

### 1.2.3 Perumusan Masalah

1. Bagaimana merancang sebuah *brand* untuk Objek Wana Wisata Situ Cisanti ?
2. Bagaimana merancang *brand* yang cukup efektif pada sebuah media Informasi untuk Wana Wisata Situ Cisanti ?

### 1.3 Ruang Lingkup

#### 1. Apa

Perancangan *brand* Objek Wana Wisata Situ Cisanti untuk proses pengembangan dan sebuah identitas agar dapat dikenali oleh masyarakat luas.

#### 2. Bagian Mana

Perancangan *brand* Situ Cisanti dilakukan untuk mendapatkan rancangan yang tepat bagi proses pengembangan wisata, sehingga menciptakan sebuah identitas yang dapat dikenali oleh masyarakat luas dengan cara membuat sebuah pengaplikasian media informasi yang cukup efektif dalam proses mengenalkan Objek Wana Wisata Situ Cisanti.

#### 3. Siapa

Target *Audience* dari perancangan brand ini adalah semua kalangan, masyarakat sekitar wisata hingga masyarakat luas. Dengan target audiens yang mengutamakan keluarga diupayakan agar target dapat ikut andil dalam mengelola, memanfaatkan, menjaga dan melestarikan lingkungan yang bekerjasama dengan pengelola wisata sehingga menciptakan semangat dan kepedualian yang positif bagi lingkungan.

#### 4. Dimana

*Brand* Objek Wana Wisata Situ Cisanti akan dikenalkan dan di aplikasikan sebagai media Informasi yang akan disampaikan kepada masyarakat luas. Bekerjasama dengan Dinas Pemuda Olahraga dan Pariwisata (DISPOPAPAR) dan pengelola dari Objek Wana Wisata Situ Cisanti,

informasi ini akan ditempatkan pada lokasi Objek Wana Wisata Situ Cisanti sehingga dimana masyarakat dapat melihat informasi ini dengan tepat sasaran.

#### 5. Kapan

Pengumpulan data dilakukan sejak Februari – Maret 2014, sedangkan untuk perancangan brand ini dilakukan mulai April – Juni 2014.

### **1.4 Tujuan Perancangan**

Tujuan perancangan brand Objek Wana Wisata Situ Cisanti adalah :

1. Dapat membuat *brand* untuk Objek Wana Wisata Situ Cisanti.
2. Dapat merancang yang akan diaplikasikan kepada sebuah media informasi.
3. Menjadikan Wana Wisata Situ Cisanti dapat dikenali oleh masyarakat luas dan mendapatkan sebuah rancangan *brand* yang tepat, yang nantinya akan menjadi sebuah proses pengembangan pada Wana Wisata Situ Cisanti. Dengan maksud masyarakat dan pihak terkait dapat ikut ambil dalam menjaga dan melestarikan lingkungan Wana Wisata Situ Cisanti.

### **1.5 Manfaat Perancangan**

Dan manfaat yang dapat dihasilkan Masyarakat luas dapat mengenal dan merasakan keindahan Objek Wana Wisata Situ Cisanti, meningkatkan kunjungan wisatawan untuk datang dengan ikut andil mengelola, memanfaatkan, menjaga dan melestarikan lingkungan Objek Wana Wisata Situ Cisanti.

1. Manfaat bagi ilmu Desain Komunikasi Visual adalah sebagai kontribusi dalam wadah yang mencakup pengetahuan dalam pembentukan dan perancangan sebuah brand.
2. Untuk penulis sendiri perancangan karya akan menambahkan wawasan dan pengalaman dalam menciptakan ide dan karya baru untuk lebih baik lagi.
3. Untuk pihak terkait, menghasilkan perancangan diharapkan menjadikan upaya dalam pengembangan dan dapat membantu meningkatkan wisatawan yang berkunjung ke Lokasi Objek Wana Wisata Situ Cisanti.

## 1.6 Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam perancangan menggunakan metode kualitatif interpretative, dimana penulis melakukan observasi langsung objek kemudian menganalisis dan mengimperfesitasikan hasil analisa terhadap sebuah karya. Dengan pendekatan etnografi sebagai salah satu dalam penelitian kualitatif.

**Etnografi**, merupakan salah satu strategi penelitian kualitatif yang didalamnya penelitian menyelidiki suatu kelompok kebudayaan di lingkungan yang alamiah dalam periode waktu yang cukup lama dalam pengumpulan data utama, data observasi, dan data wawancara (creswell, 2007b). Proses penelitiannya fleksibel dan biasanya berkembang sesuai kondisi dalam merespons kenyataan kenyataan hidup yang dijumpai dilapangan (LeCompte & Schensul, 1999).

Metode Pengumpulan data :

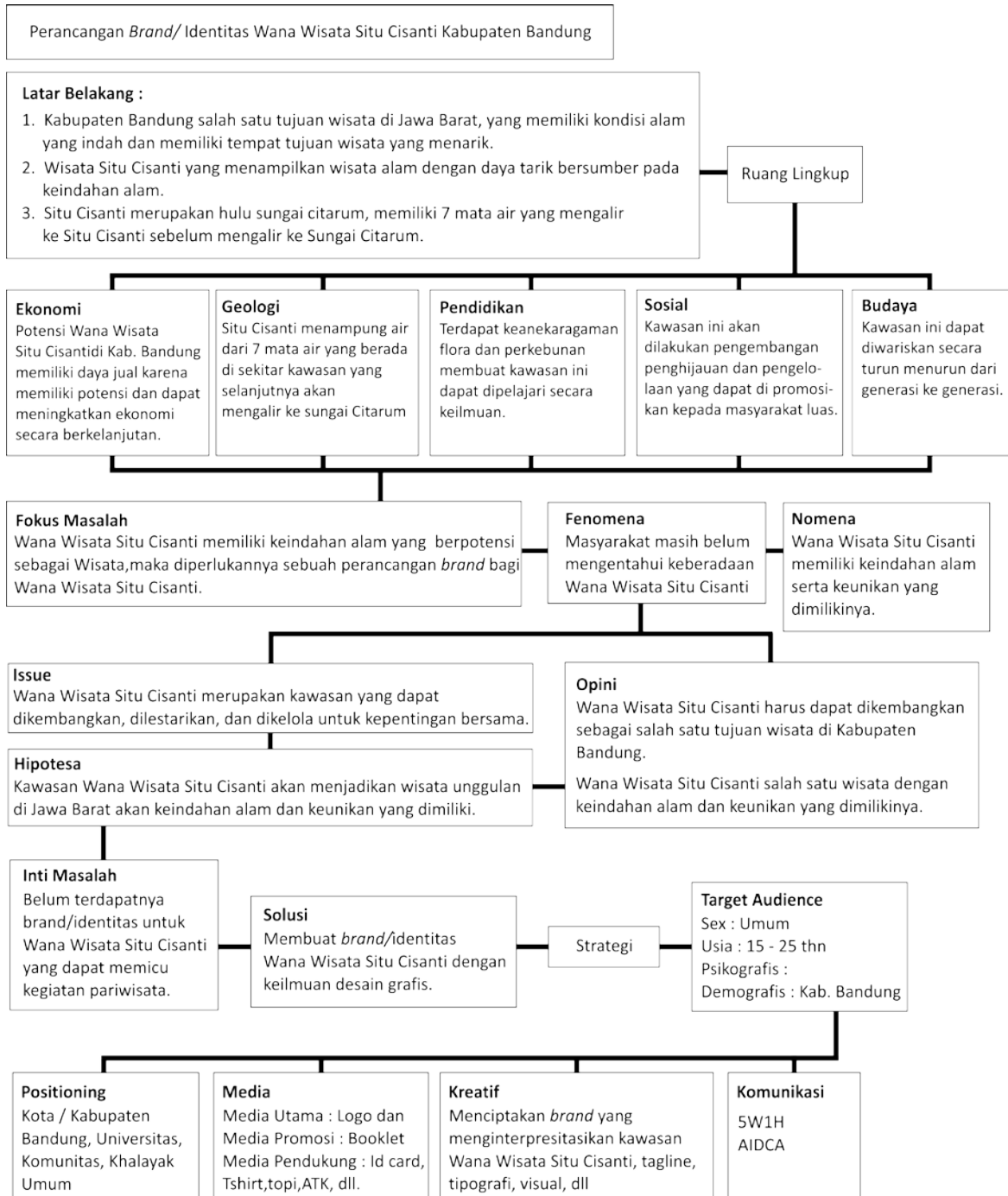
**Wawancara**, proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan informan atau orang yang diwawancarai, dengan atau tanpa menggunakan pedoman (*guide*) wawancara, di mana pewawancara dan informan terlibat dalam kehidupan social yang relatif lama (Sutopo 2006:72). Wawancara dilakukan dengan pihak pengelola Situ Cisanti, untuk mendapatkan informasi tentang Situ Cisanti.

**Observasi**, metode pengumpulan data yang digunakan untuk menghimpun data penelitian melalui pengamatan dan pengindraan. Proses peneliti ini melihat situasi penelitian, pengamatan dapat dilakukan secara bebas dan terstruktur. Beberapa informasi yang diperoleh dari hasil observasi adalah ruang (tempat), pelaku, kegiatan, objek, perbuatan, kejadian atau peristiwa, waktu. Alasan peneliti melakukan observasi adalah untuk menyajikan gambaran realistik perilaku atau kejadian, untuk menjawab pertanyaan. Metode pengumpulan data yang digunakan untuk menghimpun data penelitian melalui pengamatan langsung ke Situ Cisanti.

**Kuesioner**, merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya, dimana peneliti tidak langsung bertanya jawab dengan responden (Sutopo, 2006: 87)

**Literatur**, Merupakan metode pengumpulan data dengan cara membaca referensi buku di perpustakaan dan media elektronik internet yang mendukung dan menunjang dalam pembuatan dan penyusunan laporan.

### 1.7 Skema Perancangan



Tabel 1.1 Kerangka Perancangan

Sumber : Dokumentasi Pribadi 2014

## **1.8 Sistematika Penulisan**

### **BAB I PENDAHULUAN,**

Bab ini menjelaskan tentang informasi umum yaitu Latar Belakang Penelitian, Identifikasi Masalah, Pembatasan Masalah, Perumusan Masalah, Tujuan dan Manfaat Penelitian, Ruang Lingkup Penelitian, Metode Penelitian, Kerangka Perancangan dan Sistematika Penelitian.

### **BAB II LANDASAN PERANCANGAN,**

Bab ini berisikan teori yang diambil dari beberapa kutipan buku, yang berupa pengertian dan definisi. Menjelaskan dasar pemikiran untuk dari teori – teori yang relevan untuk digunakan sebagai pijakan untuk merancang.

### **BAB III DATA DAN ANALISIS**

Bab ini berisikan data-data dan analisis masalah yang akan dijelaskan

### **BAB IV KONSEP PERANCANGAN DAN VISUALISASI KARYA**

Bab ini berisikan proses perancangan yang dilakukan dengan konsep perancangan, konsep kreatif, dan konsep pesan yang akan disampaikan.

### **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini berisikan kesimpulan dan saran yang akan disampaikan setelah melakukan proses perancangan.

### **DAFTAR PUSTAKA**

### **LAMPIRAN**