

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG MASALAH

Masyarakat Indonesia merupakan masyarakat majemuk yang memiliki keanekaragaman di dalam aspek kehidupan. Bukti adanya kemajemukan di dalam masyarakat Indonesia terlihat dalam beragamnya kebudayaan Indonesia. Tidak ada satu masyarakat pun yang tidak memiliki kebudayaan. Begitupun sebaliknya, tidak akan adanya kebudayaan tanpa adanya masyarakat. Semua ini berarti begitu besarnya kaitan antara budaya dan masyarakat.

Tiap suku bangsa di Indonesia memiliki ciri khas yang berbeda-beda. Suku Sunda adalah kelompok Etnis yang berasal dari bagian Barat pulau Jawa, Indonesia, dari Ujung Kulon di Ujung Barat pulau Jawa hingga sekutar Brebes (mencakup wilayah administrasi propinsi Jawa Barat, Banten, sebagian DKI Jakarta, dan sebagian Jawa Tengah). Jawa Barat merupakan propinsi dengan jumlah penduduk terbanyak di Indonesia. Karena letaknya yang berdekatan dengan ibukota Negara, maka hampir seluruh suku bangsa yang ada di Indonesia terdapat di provinsi ini. 65% penduduk Jawa Barat adalah suku Sunda yang merupakan penduduk asli Jawa Barat.

Kebudayaan Sunda merupakan salah satu kebudayaan yang menjadi sumber kekayaan bagi bangsa Indonesia, dan termasuk salah satu bentuk kebudayaan suku bangsa di Indonesia yang berusia tua. Bahkan, dibandingkan dengan kebudayaan Jawa sekalipun. Pada saat ini, berbagai unsur kebudayaan Sunda yang sebenarnya sangat potensial untuk dikembangkan, selain itu makin sedikit masyarakat yang memiliki keinginan dan kesadaran untuk melestarikan kebudayaan Sunda, terutama generasi muda saat ini yang lebih menyukai kebudayaan asing dibandingkan dengan

kebudayaan Sunda, karena dianggap kolot dan sudah ketinggalan zaman. Kondisi seperti ini dapat menyebabkan semakin berkembangnya kebudayaan asing di Indonesia, dan menyebabkan semakin terpuruknya budaya Sunda. Tidaklah mengherankan bila semakin lama semakin banyak unsur kebudayaan Sunda yang tergilas oleh pengaruh kebudayaan asing. Untuk menangani kekhawatiran tersebut, serta untuk mengembangkan dan melestarikan kebudayaan Sunda, telah dilakukan berbagai macam usaha, salah satunya adalah dengan dibangunnya suatu tempat wisata seni budaya yang disebut Kampung Seni dan Wisata Manglayang.

Kampung Seni dan Wisata Manglayang merupakan salah satu kawasan wisata seni dan budaya yang berada di kota Bandung, terletak di Bukit Cinunuk Indah, Jalan Cijambe, Kampung Ciborelang, dan memiliki Luas 1,8 hektar. Kampung Seni dan Manglayang ini sendiri dirintis oleh Kawi dan istrinya sejak tahun 2005. Pada 29 Agustus 2007 lalu, kampung seni ini diresmikan oleh Gubernur Jawa Barat sebagai sarana wisata seni budaya. Kampung Seni dan Wisata Manglayang merupakan wadah bagi masyarakat sekitar untuk melestarikan dan mengembangkan kesenian asli sunda. Di tempat wisata inilah secara terbuka diperlihatkan kekayaan budaya masyarakat Manglayang. Sebagai bentuk penjagaan atas akar tradisi yang pernah ada dan sudah membaaur dalam keseharian masyarakatnya. Namun, keberadaan Kampung Seni dan Wisata Manglayang kurang diketahui dan dikenal oleh masyarakat sekitar, sehingga sedikitnya pengunjung yang datang, hal ini disebabkan karena kurangnya promosi. Padahal, tempat wisata yang memiliki konsep wisata budaya ini, memiliki potensi untuk berkembang bila diiringi dengan strategi promosi yang tepat, kuat, dan efektif.

Karena itu, penulis ingin mempromosikan Kampung Seni dan Wisata Manglayang untuk melestarikan dan mengembangkan nilai-nilai budaya Sunda yang ada di Kampung Seni dan Wisata Manglayang agar masyarakat mengetahui dan ingin mengunjunginya.

1.2 PERMASALAHAN DAN RUANG LINGKUP

Berdasarkan hasil survey yang dilakukan di daerah Bandung dengan segmentasi anak sekolah, berumur antara 12 tahun- 18 tahun, maka diperoleh rumusan masalah sebagai berikut :

- Bagaimana cara mempromosikan Kampung Seni Dan Wisata Manglayang agar masyarakat mengetahui tentang acara yang digelar di KSWM dan ingin datang ke sana?

1.3 TUJUAN PERANCANGAN

Perancangan “Promosi Pelestarian Kampung Seni dan Wisata Manglayang” ini dilatarbelakangi tujuan sebagai berikut:

- Perancangan promosi bertujuan agar masyarakat mengetahui tentang acara yang digelar di Kampung Seni dan Wisata Manglayang sehingga tertarik untuk mengunjunginya.
- Perancangan promosi ini bertujuan untuk melestarikan dan mengembangkan nilai budaya yang ada di Kampung Seni dan Wisata Manglayang agar masyarakat tertarik untuk mengunjunginya.

1.4 SUMBER DAN TEKNIK PENGUMPULAN DATA

Pada sumber dan teknik pengumpulan data ini secara garis besar akan dijabarkan tentang beberapa metode pemecahan masalah:

1. Wawancara

Wawancara merupakan cara pengumpulan data dengan jalan tanya-jawab sepihak yang dikerjakan dengan sistematis

- Wawancara dilakukan kepada Bapak Kawi selaku pemilik kampung seni dan wisata Manglayang untuk mengetahui tentang kampung seni dan wisata Manglayang, serta sejauh mana promosi yang sudah dilakukan.
- Wawancara dilakukan kepada penduduk sekitar kampung seni dan wisata Manglayang.
- Wawancara dilakukan kepada beberapa orang pengunjung kampung seni dan wisata Manglayang untuk mengetahui ketertarikan pengunjung terhadap kampung seni dan wisata Manglayang.
- Wawancara dilakukan kepada beberapa orang bandung dan orang jakarta untuk mengetahui seberapa banyak orang yang mengetahui kampung seni dan wisata Manglayang.

2. Observasi

Data yang digunakan diperoleh dari pengamatan, artikel, dan foto-foto seputar Kampung Seni dan Wisata Manglayang. Observasi yang dilakukan untuk mengetahui target market yang dituju, serta produk wisata seni dan budaya yang ada di kampung seni dan wisata Manglayang.

3. Studi pustaka

Studi pustaka merupakan cara pengumpulan data yang diperoleh melalui buku, dan internet.

Data-data yang digunakan diperoleh dari buku teori promosi, booklet tentang Kampung Seni dan Wisata Manglayang, internet (www.detik.com, <http://plesiranyuk.blogspot.com>).