

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pariwisata merupakan suatu kegiatan perjalanan yang dilakukan untuk sementara waktu dengan mengunjungi suatu daerah untuk rekreasi. Manusia modern menjadikan pariwisata sebagai kebutuhan pokok setelah disibukkan oleh pekerjaan dan rutinitas sehari-hari. Kegiatan ini dapat meningkatkan komunikasi dan sosialisasi serta membuat pikiran menjadi segar kembali.

Salah satu tempat favorit untuk melakukan kegiatan pariwisata ini adalah kota Bandung. Kota Bandung merupakan kota metropolitan terbesar di Jawa Barat. Kota ini terletak 140 km sebelah tenggara Jakarta, dan merupakan kota terbesar ketiga di Indonesia setelah Jakarta dan Surabaya menurut jumlah penduduk. Bandung tercatat sebagai daerah terpadat di Jawa Barat. Tingkat kepadatan penduduknya mencapai 14.228 orang per kilometer persegi. Hal tersebut terungkap dalam konferensi pers Badan Pusat Statistik (BPS) Jabar, pada tahun 2010. Kepala BPS Jabar, Lukman Ismail mengatakan jumlah penduduk Kota Bandung mencapai 2.393.633 orang.

Kota Bandung merupakan kota tujuan wisata karena memiliki banyak objek wisata yang menarik untuk dikunjungi baik wisata alam, wisata kuliner, wisata sejarah maupun wisata belanja. Selain menjadi tujuan kota wisata, Bandung juga menjadi salah satu kota tujuan untuk menuntut ilmu. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya mahasiswa-mahasiswi yang berasal dari luar kota Bandung yang menuntut ilmu di universitas-universitas ternama kota Bandung.

Banyaknya wisatawan maupun mahasiswa-mahasiswi dapat menjadi peluang besar bagi penyedia jasa *tour and travel* maupun rental mobil karena usaha ini sangat menjanjikan dan memiliki prospek baik yang diiringi dengan perkembangan kota. Keinginan mahasiswa-mahasiswi untuk menjelajah dan mengenal kota Bandung lebih mendalam menjadikan salah satu fakta yang mendukung usaha ini. Jasa ini sangat menguntungkan bagi banyak pihak, yaitu penyedia jasa, masyarakat

yang tinggal di sekitar daerah wisata serta pemerintah kota Bandung karena dapat menambah pendapatan khususnya dalam hal pariwisata.

Persaingan jasa *tour and travel* semakin ketat dan sengit dikarenakan banyaknya pesaing dalam usaha ini. Penyedia jasa dituntut untuk kreatif dan inovatif dalam mengembangkan usahanya agar dapat tetap bertahan dalam persaingan dunia bisnis. Menurut data potensi usaha perjalanan wisata di kota Bandung, terdapat sejumlah 305 agen wisata yang terdaftar ke Dinas Kebudayaan dan Pariwisata.

Jabar *Tour* adalah salah satu penyedia jasa *tour* yang berada di wilayah Bandung Utara yang cukup berkembang, namun jasa ini masih kurang dikenal. Jasa ini bermula dengan layanan rental mobil dan berkembang menjadi penyedia jasa *tour* di kota Bandung. Seiring perkembangan jaman, Jabar *Tour* ingin mengembangkan usahanya lebih ke arah *tour* terutama untuk mahasiswi. Berdasarkan pemikiran dan fakta tersebut, penulis merancang sebuah promosi untuk jasa Jabar *Tour* sebagai topik tugas akhir.

1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup

1.2.1 Rumusan masalah

Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan di atas, berikut ini akan dirumuskan, pokok persoalan yang akan dibahas, diteliti dan dipecahkan yaitu: Bagaimana merancang strategi promosi Jabar *Tour* sebagai jasa *tour* yang aman, nyaman, dan ekonomis bagi mahasiswi kota Bandung?

1.2.2 Ruang lingkup kajian

Perancangan hasil karya akan meliputi promosi dan *branding*. Promosi dilakukan untuk memberitahukan citra baru jasa Jabar *Tour* yang dikhususkan untuk mahasiswi berusia 17 – 20 tahun kalangan ekonomi menengah hingga menengah ke atas yang baru saja memasuki bangku perkuliahan dan untuk menarik minat mereka serta diharapkan menggunakan jasa ini. *Branding* yang akan dirancang merupakan *sub-brand* dari jasa Jabar *Tour*. Promosi akan dilakukan di bulan Juli sampai dengan

Desember yang bertepatan dengan masuknya mahasiswi baru. Promosi akan dilaksanakan dengan membuat *event* di kampus-kampus terkenal di kota Bandung.

1.3 Tujuan Perancangan

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan perancangan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

Menghasilkan suatu strategi promosi yang komunikatif dan efektif untuk mensosialisasikan Jabar *Tour* sebagai jasa *tour* yang nyaman, aman, dan ekonomis bagi mahasiswi kota Bandung.

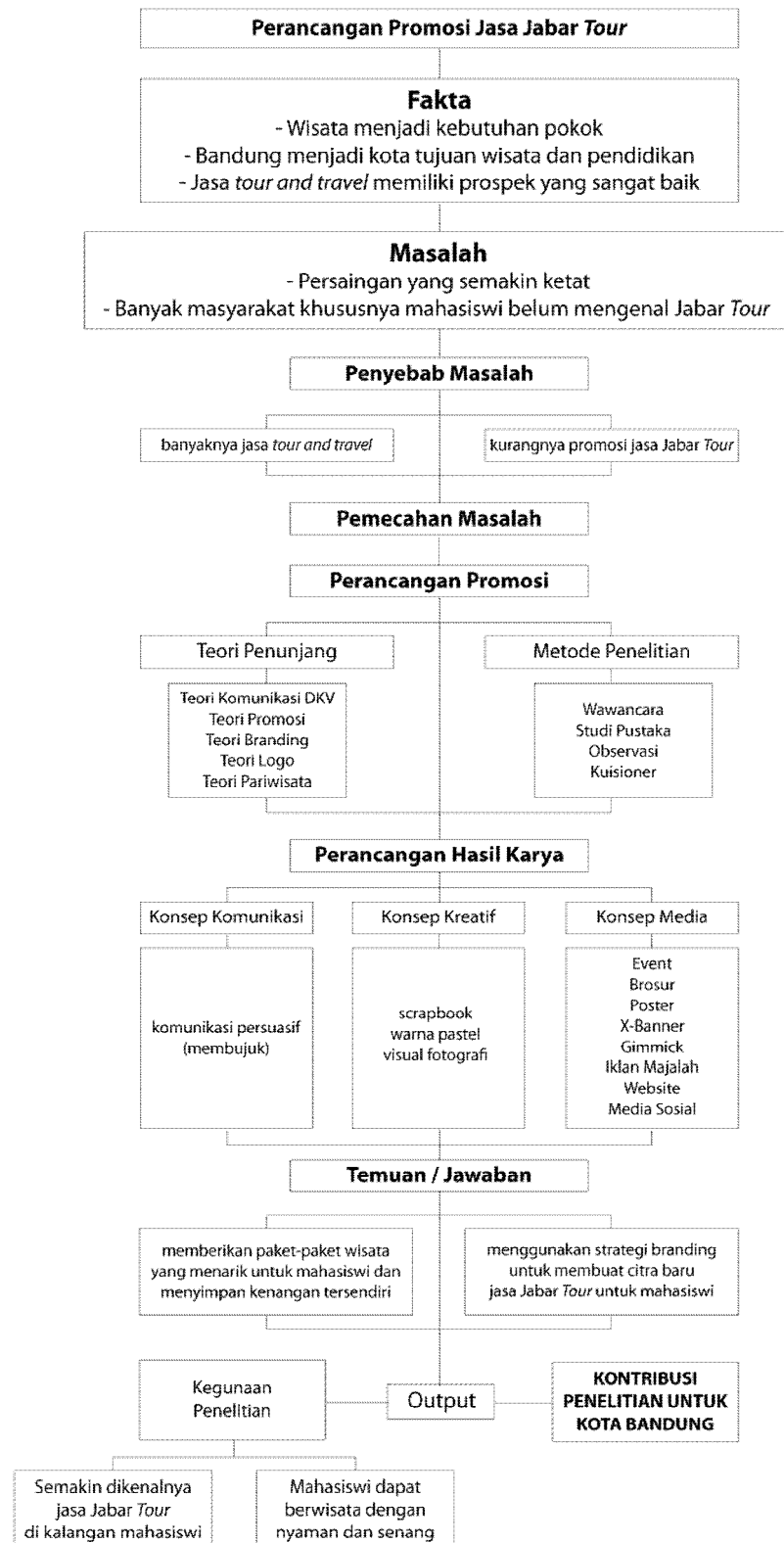
1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

Perancangan serta penelitian ini akan menggunakan sumber dan teknik pengumpulan data sebagai berikut.

- Wawancara secara terstruktur dan mendalam agar mendapatkan hasil jawaban yang akurat sesuai dengan yang dibutuhkan. Sebelumnya penulis telah menyiapkan daftar pertanyaan yang akan ditanyakan kepada narasumber, namun pedoman ini dapat berkembang sesuai dengan jawaban narasumber sehingga tidak menutup kemungkinan timbul pertanyaan baru.
- Studi pustaka untuk memperoleh data dengan menggunakan buku, koran, dan majalah sebagai referensi dan media elektronik seperti internet.
- Observasi yaitu dengan melihat dan mengamati karakteristik serta perilaku individu atau kelompok secara langsung di lapangan.
- Kuisisioner dilakukan dengan menyebarkan daftar pertanyaan kepada responden. Hasil yang didapatkan penulis dapat menentukan target market, perilaku target market, dan *output* media dari permasalahan.

1.5 Skema Perancangan

Dalam penelitian ini tahap-tahap yang dilakukan mulai dari awal penelitian sampai ditemukan temuan ilmiah berupa hasil karya perancangan yang sistematis, akan dikemukakan dalam skema di bawah ini.



Tabel 1.1 Skema Perancangan