

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kota Bandung sebagai Ibu Kota Provinsi Jawa Barat merupakan salah satu jantung bagi dunia pariwisata Indonesia, terkenal akan keindahan dan kekayaan sumber daya alamnya sehingga dijuluki *Paris van Java*. Kota Bandung juga merupakan salah satu tujuan favorit untuk berlibur dan berakhir pekan bagi para wisatawan. Selain wisata belanja di pusat kota, daerah kabupaten Bandung juga memiliki wisata alam yang tidak kalah menariknya, apalagi bagi mereka yang bosan dengan kegiatan perkotaan.

Di lokasi Bandung bagian Selatan, terdapat daerah wisata Ciwidey dengan kondisi alam yang masih asri sehingga menarik untuk dikunjungi masyarakat yang jenuh dengan kegiatan maupun rekreasi perkotaan. Ciwidey menawarkan berbagai macam wisata alam, salah satunya adalah lokasi bumi perkemahan bernama Kampung Cai Ranca Upas (dalam penulisan ini akan disebut KC Ranca Upas). Kawasan ini memiliki luas area yang dikelola sebesar 20 hektar dan masih akan dikembangkan menjadi semakin luas. Kampung Cai Ranca Upas menawarkan rekreasi pegunungan yang menyenangkan, juga menyehatkan. Dikelola dibawah badan Perhutani, pada bulan Mei 2012 lalu Ranca Upas memberikan konsep baru bagi bumi perkemahannya, yaitu dengan dibangunnya wahana bermain air dan kolam pemandian air panas yang melengkapi kawasan ekowisata tersebut, yang sebelumnya juga sudah memiliki fasilitas lainnya seperti wahana *outbond*, tegal kawani dan penangkaran rusa.

Berdasarkan data pengunjung yang didapat dari kantor pusat yaitu *Ecotourism Center*, pengunjung KC Ranca Upas masih belum begitu banyak, terutama bila dibandingkan dengan tempat-tempat wisata di sekitarnya. Dari hasil kuesioner yang dibagikan kepada dewasa muda di area Kota Bandung, diketahui

bahwa sebagian masyarakat Kota Bandung sempat mengetahui atau pernah mendengar soal Ranca Upas, namun hanya sedikit yang pernah mengunjunginya. Setelah tinjauan observasi, terlihat bahwa media promosi yang diusahakan oleh pihak KC Ranca Upas sendiri tidak konsisten, kurang efektif, dan kurang menarik sehingga belum menarik masyarakat untuk datang.

Oleh karena itu, diperlukan sebuah perancangan Desain Komunikasi Visual yang bertujuan untuk menarik wisatawan khususnya dari dalam kota datang berkunjung ke KC Ranca Upas, sekaligus untuk memajukan sumber daya pariwisata kota Bandung.

1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup

Permasalahan dan ruang lingkup perancangan ini adalah sebagai berikut :

Bagaimana cara meningkatkan pengunjung yang datang ke KC Ranca Upas.

Ruang lingkup perancangan ini dibatasi untuk masyarakat atau wisatawan yang bertempat di Kota Bandung, khususnya untuk remaja hingga dewasa muda yang berusia 20-25 tahun.

1.3 Tujuan Perancangan

Berdasarkan permasalahan yang diuraikan dalam rumusan masalah diatas, berikut penulis uraikan juga hasil-hasil yang ingin dicapai:

Memperkenalkan Ranca Upas lewat media promosi yang tepat dan informatif sehingga menarik wisatawan untuk berkunjung

1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

1. Observasi

Dengan melihat sarana dan prasarana yang berada di lokasi sebagai penunjang promosi. Selain itu, pengamatan juga dilakukan pada obyek wisata alam sekitar dan bumi perkemahan di area kota Bandung sebagai pembanding.

2. Wawancara

Tanya jawab dilakukan dengan pihak-pihak terkait yang antara lain adalah Bpk. Cecep selaku Duty Manager dan Ibu Irva selaku bagian marketing KC Ranca Upas, untuk lebih mengetahui kondisi lokasi dan pemasarannya.

3. Studi Pustaka

Dilakukan untuk menambah pengetahuan tentang pariwisata, promosi, desain, dan teori-teori yang mendukung penelitian. Studi pustaka dilakukan lewat buku-buku desain dan pariwisata dan artikel-artikel terkait pada internet.

4. Kuesioner

Penulis membuat dan menyebarkan 111 kuesioner kepada dewasa muda di Kota Bandung untuk mengetahui minat target konsumen soal wisata alam di pegunungan seperti berkemping, hiking, dan lainnya. Juga untuk melihat apakah Ranca Upas sudah menarik masyarakat atau belum, dan menentukan media promosi yang tepat.

1.5 Skema Perancangan

