

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Memasuki musim liburan banyak wisatawan datang berlibur ke tempat-tempat menarik untuk *refreshing* ataupun menghilangkan kejenuhan dan kepenatan dari segala aktivitas sehari-hari. Mulai dari wisata alam, wisata kuliner, wisata budaya sampai wisata keagamaan banyak digemari oleh para wisatawan. Terdapat salah satu objek wisata alam yang berbeda daripada objek wisata lainnya dan menarik untuk dicoba terutama untuk para wisatawan yang masih berjiwa muda dan pemberani, yaitu objek wisata alam arung jeram.

Arung Jeram merupakan salah satu rekreasi olah raga air ekstrim beranggotakan 5-6 orang yang membutuhkan kemampuan fisik dan mental serta menuntut keterampilan karena adanya tantangan alam dan juga menuntut kekompakan regu dalam pelaksanaannya. Biasanya, olah raga Arung Jeram dilakukan di lokasi arung jeram atau sungai yang arus airnya cukup deras. Dalam pelaksanaannya, olah raga Arung Jeram ini harus memiliki pemandu yang sudah profesional dimana semua anggota kelompok harus mengikuti segala perintah yang harus dilaksanakan, demi menjaga kekompakan dan keselamatan anggota masing-masing kelompok. Dalam kegiatan ini selain diajak bermain dialam bebas kita belajar pula poin poin positif dari setiap kegiatan yang dilakukan, misalnya unsur kerjasama, leadership, kepercayaan, pembentukan karakter, dan lain-lain dimana semuanya dilakukan secara santai dan fun sehingga jauh dari rasa jenuh.

Arung Jeram sebagai Wisata Arung Jeram mulai dikenal di Indonesia pada pertengahan dekade 90-an. Sebelumnya kegiatan ini lebih banyak dilakukan para

pencinta alam. Tak heran, muncul kesan bahwa arung jeram hanya bisa dilakukan oleh orang yang sudah ahli dan berpengalaman, namun Arung Jeram dewasa ini bukan lagi olahraga air yang asing bagi masyarakat. Pada dasarnya olahraga arung jeram bisa dilakukan siapa saja mulai dari umur 8 tahun sampai umur 60 tahun tentu saja dengan persyaratan tertentu untuk menjaga keselamatan orang itu sendiri. Berawal dari kenekatan segelintir para pecinta arung jeram, wisata pemicu adrenalin ini terus meningkat. Operator-operator baru bermunculan sehingga persaingan pun semakin tajam. Agar dapat bertahan memerlukan kejelian melihat kebutuhan pasar, maka dari itu para operator membuat berbagai macam paket menarik untuk merayu konsumen.

Rekreasi olah raga air ini memiliki aspek rekreasi karena lokasinya yang berada di daerah yang masih hijau dan asri dan sangat baik jika ditinjau dari segi kesehatan. Berarung jeram dapat meningkatkan kemampuan atau kapasitas jantung dan paru-paru, kekuatan dan daya tahan otot, serta fleksibilitas sendi bahu dan pinggang. Ketika melintasi jeram, pemain akan berteriak keras, seolah-olah terlepas dari semua masalah dan stres yang membebani pikiran pun akan hilang. Maka dari itu rekreasi Arung Jeram membuat tubuh terasa lebih bugar.

Di daerah Jawa Barat objek wisata arung jeram ini dapat dilakukan di Sungai Citarik daerah Sukabumi. Namun perihal kurangnya promosi dan informasi mengenai akses menuju objek wisata arung jeram ini, juga menjadi masalah yang menghambat banyaknya masyarakat kota Bandung, terutama mahasiswa tidak banyak yang mengetahui tentang objek wisata ini, sangat disayangkan karena arung jeram merupakan olahraga air yang beda daripada olahraga lainnya karena selain menghibur, olahraga ini dapat memacu adrenalin dan sangat menyenangkan apalagi jika dilakukan beramai-ramai. Kegiatan arung jeram pun sempat bercitra buruk di mata masyarakat karena merupakan olahraga alam yang berisiko mencabut nyawa. Hal ini juga menjadi permasalahan kurangnya minat mahasiswa terhadap olahraga menantang ini.

Dalam hal ini promosi yang berkaitan dengan desain komunikasi visual sangat diperlukan mengingat orang-orang mulai memandang desain sebagai salah satu komunikasi yang informatif. Maka berdasarkan latar belakang, data dan fakta yang diperoleh, penulis memilih untuk memanfaatkan media DKV untuk merancang branding dan promosi mengenai objek wisata Arung Jeram di Sungai Citarik, Sukabumi Jawa Barat.

1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup

Perihal terbatasnya promosi dan informasi mengenai akses menuju objek wisata air arung jeram yang terdapat di Sungai Citarik, Sukabumi untuk masyarakat di Kota Bandung ini menjadi permasalahan dalam topik mengenai Perancangan Visual Branding dan Promosi Objek Wisata Arung Jeram di Sungai Citarum. Segmentasi ditujukan pada golongan anak muda sampai dewasa muda dengan kisaran umur antara 17 tahun sampai 30 tahun, mengingat olahraga ini merupakan rekreasi olahraga yang benar-benar membutuhkan mentalitas fisik yang sehat, kuat dan berjiwa muda. Adapun rumusan masalah yang akan penulis bahas sebagai berikut :

1. Bagaimana mengangkat objek wisata arung jeram Sungai Citarik-Sukabumi sebagai salah satu objek wisata yang dikenal oleh mahasiswa kota Bandung?
2. Bagaimana membuat rancangan media visual yang mendukung promosi objek wisata arung jeram Sungai Citarik-Sukabumi untuk menarik minat mahasiswa di Kota Bandung?

1.3 Tujuan Perancangan

Tujuan dari Perancangan Visual Branding dan Promosi Objek Wisata Arung Jeram di Sungai Citarik-Sukabumi yaitu

1. Mengangkat objek wisata arung jeram Sungai Citarik-Sukabumi sebagai salah satu objek wisata yang dikenal oleh mahasiswa di kota Bandung

2. Mempromosikan objek wisata arung jeram Sungai Citarik-Sukabumi untuk menarik minat mahasiswa di kota Bandung

Dalam hal ini penulis akan membuat sebuah branding untuk objek wisata tersebut, mulai dari logo untuk memberi identitas dari objek wisata itu sendiri, gimmick sebagai cinderamata, informasi lengkap akses menuju tempat objek wisata seperti arah penunjuk jalan dan peta , kemudian promosi yang dibuat secara unik, kreatif dan informatif berupa brosur, poster, iklan majalah dan website.

1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

Penulis mengumpulkan data dalam penelitian mengenai Perancangan Visual Branding dan Promosi Objek Wisata Arung Jeram di Sungai Citarik-Sukabumi melalui

- a. Observasi

Penulis meneliti langsung dengan ikut berpartisipasi dalam kegiatan arung jeram di Sungai Citarik-Sukabumi ini

- b. Wawancara

Penulis langsung mewawancarai pengelola objek wisata Arung jeram tersebut untuk mendapatkan informasi yang lengkap dan mendetail serta akurat.

- c. Studi Pustaka

Data-data seperti landasan teori, penulis mengambil sebagian dari internet dan sebagian dari buku-buku yang sesuai dengan tema yang sedang penulis bahas

- d. Kuisisioner

Untuk semakin melengkapi data yang ada, penulis juga akan melakukan survey dengan menggunakan kuisisioner untuk memperkuat data yang ada.

1.5 Skema Perancangan

