

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Kabupaten Garut merupakan salah satu kabupaten di Jawa Barat yang memiliki potensi-potensi pariwisata yang menarik. Berada sekitar 63 km dari kota Bandung, Kabupaten Garut merupakan salah satu tempat strategis untuk dijadikan alternatif tempat wisata.

Kabupaten Garut juga memiliki sentra penyamakan kulit terbaik di Jawa Barat yang memasok kebutuhan kulit ke kota-kota lain. Kini sentra penyamakan kulit tersebut mengembangkan usahanya menjadi sentra kerajinan. Kerajinan berbahan dasar kulit yang berkualitas dan memiliki harga yang kompetitif. Sentra industri kulit yang terkenal di Kabupaten Garut adalah Sentra Industri Kulit Sukaregang yang juga merupakan tempat wisata belanja produk-produk olahan kulit.

Produk-produk olahan kulit di kota Garut memiliki kualitas berstandar ekspor. Kualitas produknya sangat potensial untuk menarik wisatawan baik untuk berbelanja kebutuhan *fashion* atau membeli *souvenir* sebagai oleh-oleh. Namun potensi-potensi yang ada di Sentra Industri Kulit di Sukaregang ini perlu dimaksimalkan. Menurut informasi dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Garut, ada tiga kawasan favorit yang paling banyak dikunjungi wisatawan yaitu Cipanas, Papandayan dan Cangkuang.

Dibandingkan tempat wisata belanja sejenis di kota lain, yaitu Cibaduyut Bandung, Sentra Industri Kulit Sukaregang ini kurang terkenal. Meskipun sebenarnya jika dilihat dari jenis dan kualitas produknya Sentra Industri Kulit Sukaregang ini dapat bersaing dengan Cibaduyut. Apabila Sentra Industri Kulit ini dikenal masyarakat luas dan menjadi salah satu tempat wisata favorit di Kabupaten Garut hal tersebut dapat menambah pemasukan daerah di bidang pariwisata, yang secara umum akan membuat Garut lebih maju.

Berdasarkan hasil survey juga diketahui bahwa pengunjung lebih tertarik mengunjungi suatu kawasan pariwisata karena popularitas dan keunikan tempatnya.

Sayangnya potensi-potensi yang dimiliki Sukaregang yang dapat menjadi suatu belum dieksplorasi menjadi sebuah keunikan berwisata. Ditambah minimnya informasi menyebabkan Sukaregang kurang populer sebagai kawasan pariwisata di Garut.

Oleh karena itu diperlukan perancangan desain komunikasi visual yang tepat diharapkan akan menjadikan Sentra Industri Kulit Sukaregang sebagai kawasan wisata yang menjadi kawasan wisata favorit Kabupaten Garut.

## **1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup**

### **1.2.1 Permasalahan**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka dapat dirumuskan pokok permasalahan yaitu : Bagaimana cara menjadikan Sentra Industri Kulit Sukaregang menjadi salah satu destinasi berwisata favorit di Kabupaten Garut melalui perancangan DKV?

### **1.2.2 Ruang Lingkup**

Perancangan DKV Sukaregang ditujukan kepada konsumen di Jawa Barat.

## **1.3 Tujuan Perancangan**

Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan di atas, tujuan dari perancangan yang ingin dicapai antara lain adalah menjadikan Sukaregang sebagai salah satu tujuan wisata favorit di Kabupaten Garut.

## **1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data**

Dalam proses pengumpulan data, digunakan teknik observasi, wawancara terstruktur, kuesioner, dan studi pustaka.

### **1. Observasi**

Observasi merupakan pengamatan langsung, berikut lingkungan fisiknya dan pengamatan terhadap suatu kegiatan yang sedang berjalan di area Sentra Industri Kulit Sukaregang. Dalam tahap ini penulis juga melakukan

pengambilan dokumentasi lokasi sebagai data untuk membantu penulis dalam perancangan desain komunikasi visual Sentra Industri Kulit Sukaregang.

## 2. Wawancara Terstruktur

Wawancara terstruktur merupakan kegiatan tanya jawab yang dilakukan dengan pihak yang dianggap kompeten guna mendapatkan data yang akurat. Menggunakan daftar pertanyaan yang sudah disiapkan sebelumnya. Pada tahap ini penulis mewawancarai langsung kepada narasumber, diantaranya :

- Bapak Agus Koswara selaku Kasi informasi & komunikasi bidang pemasaran Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Garut
- Bapak H. Yusuf Sopyan selaku pemilik toko ASTIGA di Sentra Industri Kulit Sukaregang

## 3. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data dengan cara memberikan daftar pertanyaan tertulis kepada responden. Kuesioner dibagikan kepada 100 orang responden untuk mengetahui bagaiman strategi promosi yang tepat dan perancangan desain komunikasi visual yang akan dilakukan di Sentra Industri Kulit Sukaregang.

## 4. Studi Pustaka

Studi pustaka merupakan pengumpulan data yang dilakukan dengan mempelajari buku-buku ataupun literatur seperti buku-buku pedoman yang sudah ada, koran, media lainnya yang berhubungan dengan permasalahan perancangan. Juga dapat melalui literatur dari internet yang benar, terpadu, dan referensi yang tepat yang dapat mendukung data

## 1.5 Skema Perancangan

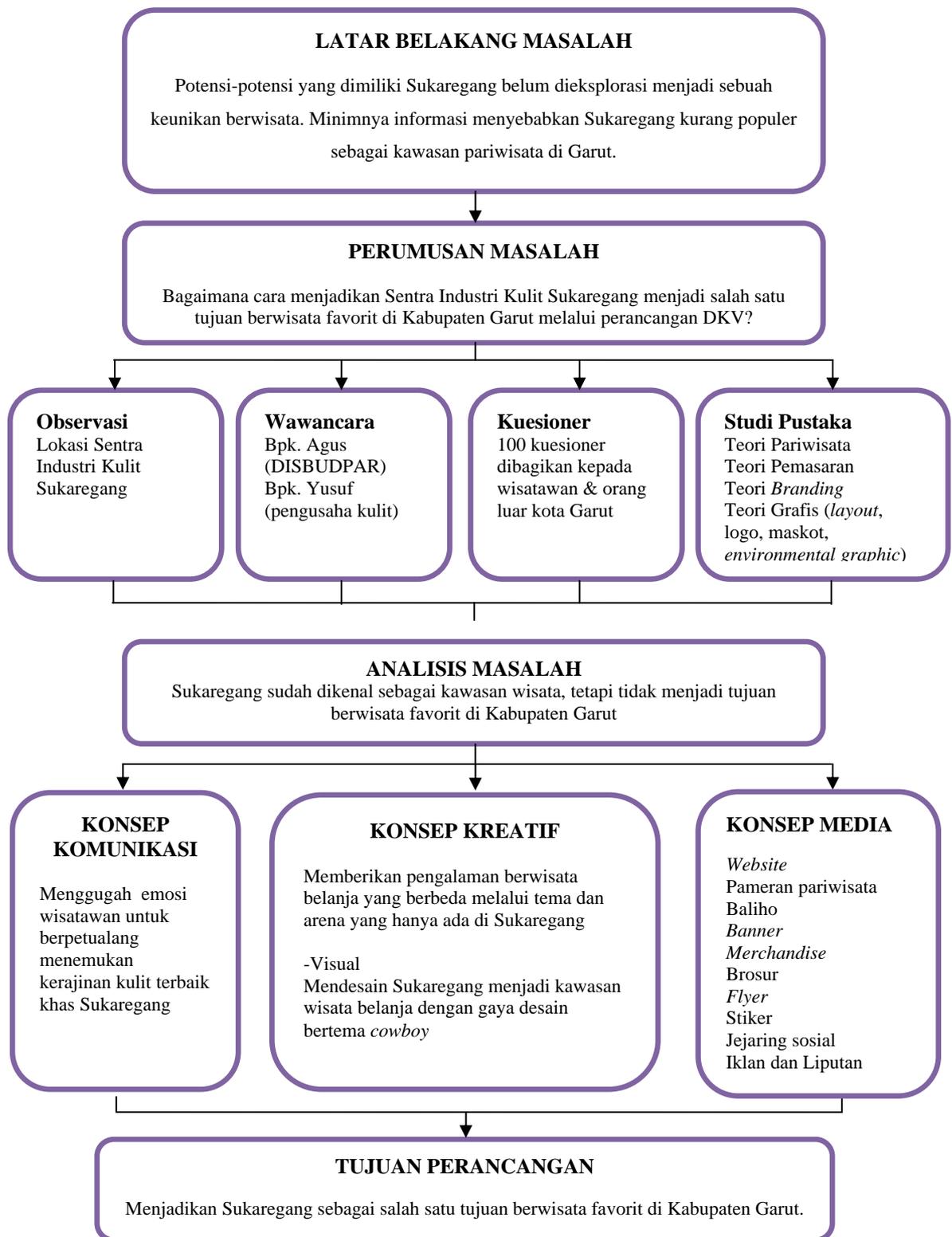


Diagram 1.1 Skema Perancangan