

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

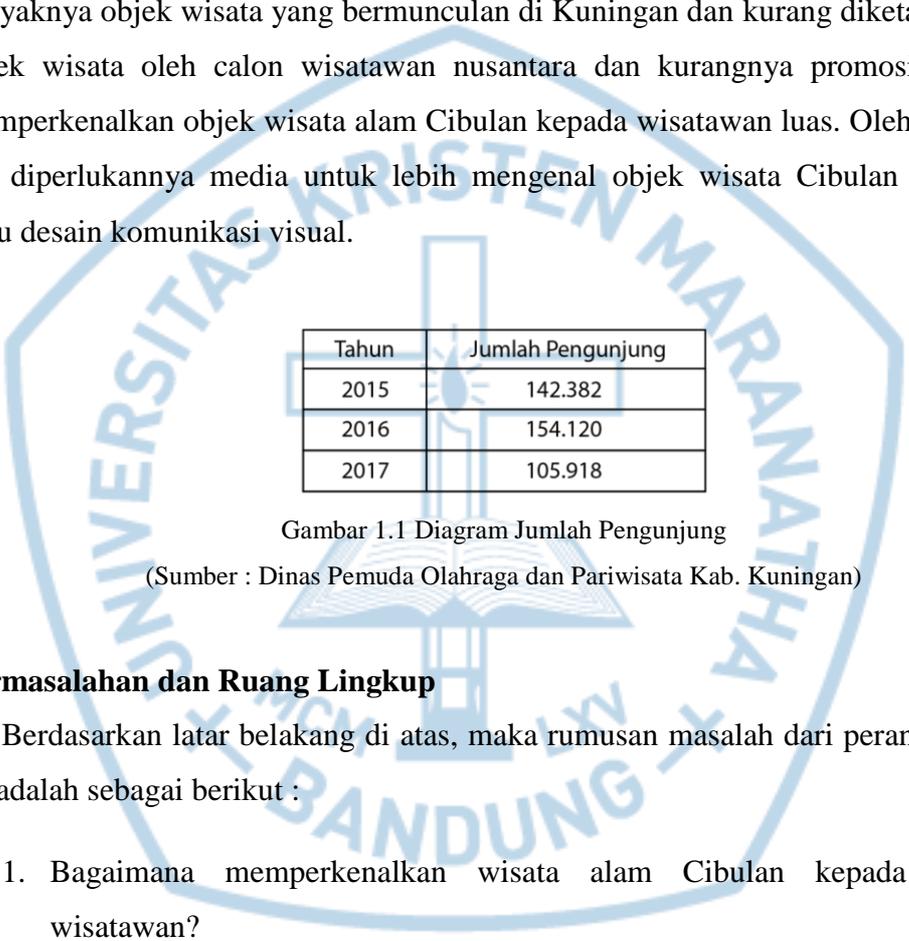
Indonesia berada di daerah garis khatulistiwa yang memiliki berbagai macam daya tarik seperti wisata alam maupun budaya. Dengan potensi alam Indonesia yang sangat indah, saat ini mulai bermunculan objek – objek wisata yang menjadikan keindahan alam yang ada sebagai salah satu modal utama mereka dalam menarik wisatawan yang datang. Jawa Barat memiliki posisi yang strategis, dan juga memiliki banyak daya tarik wisata yang dapat dikunjungi. Hal tersebut dapat dilihat dari meningkatnya jumlah wisatawan yang berkunjung ke Jawa Barat setiap tahunnya. Salah satunya adalah kabupaten Kuningan yang terdapat di Jawa Barat.

Kuningan adalah salah satu tempat tujuan pariwisata dengan jumlah pengunjung sekitar 1,4 juta orang per tahun. Akan tetapi, masih didominasi oleh pengunjung lokal. Dari data yang terdapat di Dinas Pemuda Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Kuningan secara signifikan pariwisata Kuningan telah menunjukkan kemajuan. Hal ini terlihat dengan meningkatnya pengunjung setiap tahunnya. Kuningan memiliki banyak objek wisata dengan terdapat lebih dari 33 objek wisata. Beberapa objek wisata alam yang memiliki potensi sebagai wisata unggulan diantaranya Cibulan. Cibulan merupakan objek wisata tertua dan menjadi salah satu potensi pariwisata di Kuningan. Fasilitas yang ditawarkan adalah berenang bersama ikan dewa, sumur tujuh, *aqua bucket*, *flying fox*, *teraphy* ikan, *water ball*, hutan lindung, tempat makan, cinderamata dan lainnya. Curug Sidomba memiliki ketinggian kurang lebih 3 meter dengan air yang cukup jernih, dingin, dan segar yang bersumber dari mata air Gunung Ciremai. Dikawasan curug ini didominasi oleh pohon pinus yang membuat kawasan curug ini terasa sejuk.

Saat ini sudah banyak sekali bermunculan objek wisata baru yang dibuat dengan inovasi – inovasi dengan menggunakan teknologi modern seperti,

waterboom, outbond. Hal ini membuat objek wisata alam sedikit tergeser oleh objek wisata modern yang lebih menarik. Demi mengikuti perkembangan zaman, objek wisata alam saat ini mencoba tidak hanya menawarkan keindahan alamnya saja. Tetapi mulai menawarkan fasilitas lain didalamnya agar tidak kalah dalam persaingan yang semakin ketat dalam pariwisata.

Kendala yang terjadi saat ini di objek wisata alam Kuningan Jawa Barat adalah menurunnya jumlah pengunjung objek wisata alam, dikarenakan semakin banyaknya objek wisata yang bermunculan di Kuningan dan kurang diketahuinya objek wisata oleh calon wisatawan nusantara dan kurangnya promosi untuk memperkenalkan objek wisata alam Cibulan kepada wisatawan luas. Oleh karena itu, diperlukannya media untuk lebih mengenal objek wisata Cibulan dengan ilmu desain komunikasi visual.



Tahun	Jumlah Pengunjung
2015	142.382
2016	154.120
2017	105.918

Gambar 1.1 Diagram Jumlah Pengunjung

(Sumber : Dinas Pemuda Olahraga dan Pariwisata Kab. Kuningan)

1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dari perancangan ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana memperkenalkan wisata alam Cibulan kepada calon wisatawan?
2. Media seperti apa yang tepat digunakan untuk kampanye informasi wisata Cibulan?

1.3 Tujuan Perancangan

Berdasarkan pokok permasalahan dan ruang lingkup yang telah dirumuskan diatas, maka tujuan perancangan karya adalah sebagai berikut:

1. Memperkenalkan objek wisata Cibulan kepada calon wisatawan sehingga target tertarik dan semakin mengetahui objek wisata dan dapat meningkatkan jumlah pengunjung yang berkurang.
2. Merancang media kampanye informasi objek wisata Cibulan yang menarik dan sesuai dengan *target audience* agar pesan promosi dapat tersampaikan.

1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

Dalam menyusun laporan ini, metode yang digunakan untuk memperoleh pengolahan data yang digunakan adalah:

a. Wawancara

Wawancara kepada pengurus objek wisata alam melalui pertanyaan yang sudah disiapkan sebelumnya mengenai program promosi dan seputar pengunjung dari Cibulan.

b. Kuisisioner

Pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi beberapa pertanyaan kepada 100 responden yang terdiri dari pria dan wanita yang berusia 21 – 60 tahun dengan latar belakang yang berbeda. Kuisisioner ini dapat menjadi salah satu sumber data untuk membantu merancang media kampanye informasi yang akan dipakai untuk berpromosi.

c. Studi Literatur

Pengumpulan data juga akan dilakukan dengan melalui studi literature berupa pengumpulan yang berasal dari artikel-artikel terpercaya dan melalui buku – buku tentang wisata alam, kampanye informasi, fotografi dan juga warna.

1.5 Skema Perancangan

