

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan sebuah negara di Asia Tenggara yang dilintasi oleh garis khatulistiwa dan berada di antara benua Asia dan Australia serta diantara Samudra Pasifik dan Samudra Hindia. Indonesia adalah Negara terluas di dunia yang memiliki total sebanyak 17.504 pulau dan juga 34 provinsi. Indonesia yang dikenal juga dengan sebutan Nusantara ini memiliki populasi hampir 270.054.853 jiwa pada tahun 2018 lalu. Dikarenakan negaranya yang sangat luas, Indonesia menjadi salah satu negara yang kaya akan warisan budaya seperti pakaian adat, rumah adat, bahasa daerah, kuliner, dan lain-lainnya yang beraneka ragam karena berasal dari berbagai macam daerah yang ada di Indonesia.

Menjadi negara yang berada di bagian Asia Tenggara, Indonesia telah menjadi salah satu pemain penting di dalam perdagangan dunia dan juga telah lama dikenal sebagai negara pemasok utama rempah-rempah di dunia. Hassan Wirajuda yang merupakan Dewan Pembina Yayasan Negeri Rempah pun menambahkan bahwa Indonesia terdiri atas selat-selat pulau yang merupakan titik yang memungkinkan perdagangan internasional untuk rempah-rempah pada zaman dahulu. Di dalamnya terdapat pertukaran budaya, agama, peradaban, bahasa, dan sosial (www.mediaindonesia.com:2020).

Berbagai macam rempah di Asia Tenggara seperti lada, gula, jahe, cengkeh, kayu manis khususnya pala sangat terkenal pada abad ke-12 untuk dijadikan sebagai obat-obatan. Semakin berkembangnya zaman dan maraknya perdagangan internasional menyebabkan terjadinya pertukaran pengetahuan, pengalaman dan juga budaya. Seperti halnya mulai pada abad ke-13 rempah-rempah mulai digunakan sebagai bumbu untuk daging dalam pola diet Eropa, hal inipun menjadi salah satu pengetahuan yang mempertemukan berbagai ide, konsep, gagasan dan praktis oleh Asia Tenggara dalam dunia perkulineran hingga saat ini.

Jawa Barat merupakan provinsi yang dibentuk pertama kali dan juga memiliki jumlah penduduk terbanyak di Indonesia. Jawa Barat menjadi salah satu provinsi yang memiliki banyak sekali budaya serta wisata seperti wisata alam, wisata budaya, wisata edukasi, wisata religi, wisata kuliner, dan lain sebagainya yang dapat dijadikan sebagai identitas serta mendukung sisi ekonomi dari provinsi tersebut. Provinsi ini secara geografis terletak di antara 5°50'- 7°50' Lintang Selatan dan 104° 48'- 108° 48' Bujur Timur, dengan luas wilayah daratan 3.710.061,32 hektar. Sejak tahun 2008, Provinsi Jawa Barat memiliki 17 kabupaten dan 9 kota dengan 625 kecamatan dan 5.887 desa/kelurahan.

Kota Bogor yang mendapat julukan sebagai kota hujan merupakan salah satu kota di provinsi Jawa Barat yang ramai dengan pengunjung dari luar kota serta memiliki berbagai macam wisata, salah satunya adalah wisata kuliner. Bogor memiliki begitu banyak jenis wisata kuliner, salah satunya yaitu Kawasan Kuliner Suryakencana. Kawasan Kuliner Suryakencana yang berada di bagian Bogor Tengah dan dekat dengan Kebun Raya Bogor ini memiliki berbagai macam jenis kuliner yang sudah berumur panjang (usaha tersebut sudah ada sejak berpuluh-puluh tahun yang lalu sehingga memiliki cerita dan sejarah yang unik). Kawasan wisata kuliner Suryakencana bersifat legendaris karena sudah ada sejak puluhan tahun yang lalu mulai dari yang halal maupun non halal seperti asinan Bogor, Soto Kuning Pak M. Yusuf, Ngohiang, bir kotjok Bogor, dan lain-lainnya yang memiliki cerita dan sejarahnya masing-masing selama melakukan usahanya. Selain itu, kawasan Suryakencana juga memiliki sejarah tersendiri dari sejak zaman Hindia Belanda.

Namun di balik banyaknya wisata kuliner yang menarik di wilayah Suryakencana kota Bogor, masih banyak masyarakat khususnya pengunjung dari luar kota (wisatawan) yang tidak mengetahui mengenai keberadaan dari tempat wisata tersebut dikarenakan kurangnya promosi yang dilakukan oleh pemerintah ataupun pemilik dari tempat wisata kuliner tersebut. Padahal pemerintah kota Bogor sudah melakukan penataan di Suryakencana agar tempat tersebut menjadi lebih tertata dan teratur, namun ternyata hal tersebut tidak begitu menghasilkan dampak yang cukup baik bagi para pedagang disana (masih banyak wisatawan yang tidak tau akan wilayah

tersebut, penjualan yang tidak ada peningkatan setelahnya). Selain itu, faktor luar seperti munculnya pesaing-pesaing baru juga membuat wisata kuliner lokal menjadi kalah pamor dan juga kalah saing dalam hal promosi maupun penjualan. Wisata kuliner yang datang dari luar menjadi lebih berhasil dikarenakan sistem promosinya yang berjalan dengan baik, terjadwal dan juga cocok dengan keadaan generasi muda sekarang yang sudah terbiasa hidup di lingkungan yang serba modern dan juga menggunakan teknologi yang lebih tinggi atau canggih sehingga wisata kuliner lokal pun menjadi tertutup dengan wisata kuliner dari luar tersebut.

Selain itu, dikarenakan kurangnya promosi, wisatawan yang berasal dari luar kota pun tidak tahu jika Bogor sebenarnya memiliki berbagai macam kuliner yang tidak kalah menarik sehingga biasanya kota Bogor hanya dijadikan sebagai jalur lintasan atau jalur untuk bersinggah saja tanpa terpikirkan untuk meluangkan waktu sementara untuk beristirahat sambil menikmati wisata kuliner di kota Bogor. Selain menjadi jalur lintas / singgah, para wisatawan biasanya datang untuk menikmati wisata yang lain. Padahal jika wisata kuliner lokal ini dapat dipromosikan dengan baik dan benar oleh pemiliknya dan juga dengan bantuan pemerintah, hal ini dapat menjadi salah satu potensi pemasukan bagi ekonomi kota Bogor agar dapat menarik para wisatawan yang berasal dari luar kota. Selain itu tentunya hal ini dapat menjadi hal positif yang menguntungkan para penjual kuliner karena mereka akan dapat bersaing dengan penjual kuliner asing lainnya.

Maka dari itu, dibuatlah program promosi agar wisata kuliner di wilayah Suryakencana kota Bogor dapat diperkenalkan dan diketahui oleh para masyarakat khususnya wisatawan dari luar kota. Hal ini dilakukan agar mereka dapat merasa tertarik dan juga memiliki rasa penasaran untuk mencari tahu informasi mengenai wisata kuliner di wilayah Suryakencana kota Bogor . Selain itu, program promosi ini dibuat agar wisatawan tergerak untuk mengunjungi dan juga mencoba wisata kuliner yang beragam di wilayah Suryakencana kota Bogor sehingga pemasukan yang didapatkan oleh pemilik wisata kuliner serta pemerintahan dari kota Bogor sendiri perlahan akan semakin maju dan juga meningkat. Selain itu, dengan diperkenalkannya wisata kuliner yang terdapat di wilayah Suryakencana kota Bogor,

hal ini dapat dijadikan sebagai identitas yang khas dan juga unik bagi kota Bogor agar Bogor sendiri dapat lebih dikenal oleh masyarakat luas dan dapat menjadi salah satu destinasi wisata yang tidak kalah unik dan juga menarik dengan kota-kota besar lainnya di Indonesia.

1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup

1.2.1 Permasalahan

Rumusan permasalahan yang terdapat di dalam tulisan ini yaitu :

1. Bagaimana cara memperkenalkan Wisata Kuliner di Wilayah Suryakencana Kota Bogor ke masyarakat khususnya wisatawan luar kota?
2. Media promosi apa saja yang dapat digunakan untuk mencapai target?

1.2.2 Ruang Lingkup

Berdasarkan permasalahan yang telah disebutkan di atas, berikut merupakan uraian ruang lingkup ataupun batasan dari permasalahan :

1. Membahas wisata kuliner yang berada di wilayah Suryakencana kota Bogor.
2. Mengangkat informasi mengenai wisata kuliner di wilayah Suryakencana kota Bogor yang ditujukan kepada masyarakat khususnya wisatawan luar kota (Jabodetabek) dengan penggunaan media promosi yang tepat.

1.3 Tujuan Perancangan

Setelah menuliskan permasalahan yang terdapat pada bab sebelumnya, maka penulis menyimpulkan tujuan dari perancangan promosi wisata kuliner di Suryakencana kota Bogor adalah :

1. Memperkenalkan wisata kuliner yang berada di wilayah Suryakencana kota Bogor dengan menggunakan program dan media promosi yang tepat agar masyarakat khususnya wisatawan luar kota tertarik untuk mencoba wisata kuliner di wilayah Suryakencana kota Bogor.
2. Membuat media promosi baik dalam bentuk cetak maupun digital sehingga proses promosi dapat berjalan dengan baik dan tersampaikan kepada target yang benar.

1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

Karena dibutuhkannya berbagai data mengenai wisata kuliner di wilayah Suryakencana kota Bogor, maka teknik pengumpulan data primer dan data sekunder yang dilakukan oleh penulis diperoleh dengan menggunakan :

1. Observasi

Observasi akan dilakukan dengan cara melihat dan terjun secara langsung ke lapangan dan memperhatikan keadaan serta kejadian apa saja yang terjadi di tempat wisata kuliner di wilayah Suryakencana kota Bogor untuk melihat permasalahan apa yang dapat diperbaiki agar promosi dapat berjalan dengan baik dan sesuai dengan target

2. Wawancara

Wawancara akan dilakukan untuk mengetahui daftar wisata dan permasalahan apa saja yang sedang di hadapi oleh Wisata Kuliner di Wilayah Suryakencana Kota Bogor. Kegiatan wawancara ini akan ditujukan kepada pihak-pihak yang berwenang seperti Dinas Pariwisata dan Kebudayaan kota Bogor dan juga kepada para pemilik usaha dari wisata kuliner yang berada di Suryakencana kota Bogor.

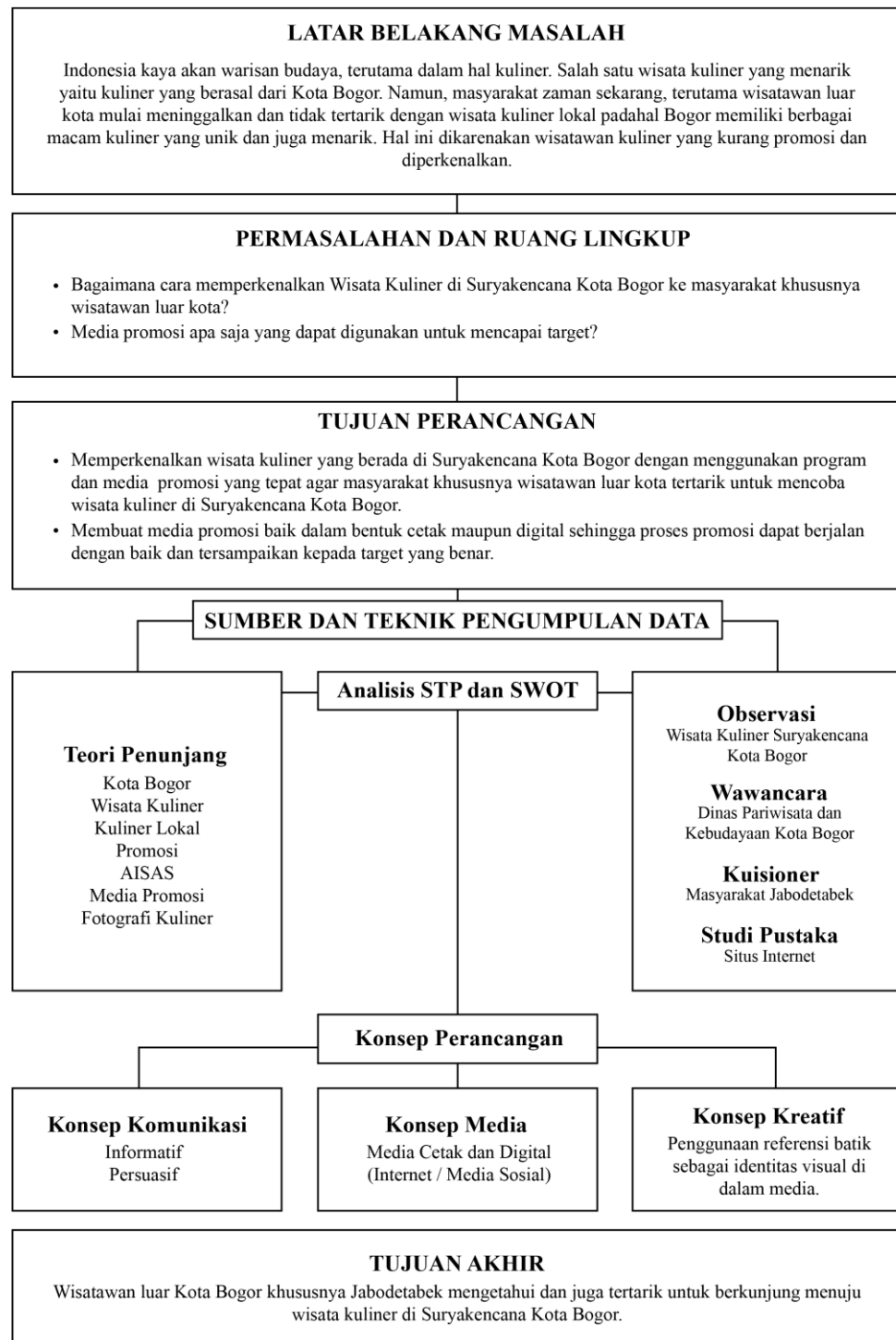
3. Kuisisioner

Kuisisioner dilakukan untuk mengetahui informasi mengenai target promosi baik yang berasal dari dalam maupun luar Kota Bogor mengenai pengetahuan dan juga kesadaran mereka mengenai wisata kuliner di wilayah Suryakencana kota Bogor. Kuisisioner akan dibuat dan disebarakan melalui media sosial sehingga dapat mencapai target yang diinginkan (kurang lebih 100 responden).

4. Studi Pustaka

Dilakukan untuk mengumpulkan informasi yang dibutuhkan melalui buku-buku maupun situs-situs di internet yang dapat mendukung penulis dalam mengetahui dan mencari informasi lebih dalam lagi mengenai wisata kuliner yang terdapat di wilayah Suryakencana kota Bogor.

1.5 Skema Perancangan



Gambar 1.1 Skema Perancangan

(Sumber : Penulis)