

# **BAB I PENDAHULUAN**

## **1.1 Latar Belakang**

Pariwisata merupakan salah satu sektor yang diandalkan oleh pemerintah untuk memperoleh devisa dari penghasilan non migas. Peranan pariwisata dalam pembangunan nasional, di samping sebagai sumber perolehan devisa juga banyak memberikan sumbangan terhadap bidang – bidang lainnya. Di antaranya menciptakan dan memperluas lapangan usaha, meningkatkan pendapatan masyarakat dan pemerintah juga mendorong pelestarian lingkungan hidup dan budaya.

Kabupaten Bandung Barat merupakan salah satu bagian dari beberapa kabupaten yang terletak di bagian barat Kota Bandung. Kabupaten Bandung Barat ini sudah banyak dikenal oleh masyarakat dengan beragam destinasi wisata alam yang menarik untuk dikunjungi, dari sekian banyak destinasi wisata alam tidak semua orang mengetahui dan mengenal secara keseluruhan, masih banyak wisata alam yang belum terjamahi dan di kenal oleh masyarakat Bandung itu sendiri. Dengan kata lain tempat wisata tersebut kurang pergerakan untuk memperkenalkan objek wisata tersebut secara meluas.

Dari latar belakang di atas, masih banyak destinasi wisata yang terletak di Kabupaten Bandung Barat ini yang belum terjamahi dan di kenal oleh masyarakat karena sebagian objek wisata di Kabupaten Bandung Barat ini tidak dikelola oleh pemerintah daerah, sehingga promosi objek wisata yang berada di Kabupaten Bandung Barat ini tidak berjalan dengan baik. Promosi objek wisata yang dilakukan oleh pemerintah daerah terkesan seadanya, hanya menggunakan pamflet dan brosur dari pameran ke pameran ditambah promosi melalui media internet dan media massa. Banyaknya media promosi seperti instgram dan web yang mempromosikan tetapi belum ada media audio visual yang belum maksimal.

## 1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah dari topik yang di angkat mengenai Wisata Alam Bandung Barat ini, mencoba untuk mengidentifikasi permasalahan dalam perancangan ini antara lain:

- Kurang nya pergerakan dari pihak pengelola wisata untuk melakukan kegiatan promosi.
- Sampai saat ini promosi Wisata Alam Bandung Barat hanya disampaikan secara tekstual dan fotografi, tidak ditemukan media promosi audio visual mengenai Wisata Alam Bandung Barat yang maksimal, padahal Wisata Alam di Kabupaten Bandung Barat sangat berpotensi untuk dikembangkan melalui media audio visual agar lebih menarik dan mendapatkan perhatian.

## 1.3 Rumusan Masalah

Permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini adalah :

Bagaimana merancang media audio visual yang menarik dan membuat rasa penasaran untuk mengunjungi destinasi wisata alam di Kabupaten Bandung Barat.

## 1.4 Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka perlu membatasi masalah pada konsep perancangan promosi menggunakan media audio visual untuk lebih tertarik dan menimbulkan rasa penasaran terhadap destinasi wisata alam di Kabupaten Bandung Barat dan hanya tiga objek wisata yang digunakan dalam perancangan video promosi ini seperti *Curug Tilu Lewi Opat*, *Wana Wisata Pasir Ipis*, dan Gunung Putri.

## 1.5 Maksud dan Tujuan Penelitian

Dalam perancangan video promosi wisata alam Kabupaten Bandung Barat ini memiliki maksud dan tujuan sebagai berikut :

### 1.5.1 Maksud penelitian

Adapun maksud dari penelitian ini yaitu menghasilkan media promosi dan media dokumentasi yang bertujuan untuk mempromosikan wisata alam

Kabupaten Bandung Barat agar objek wisata tersebut ramai dikunjungi oleh wisatawan.

### **1.5.2 Tujuan Penelitian**

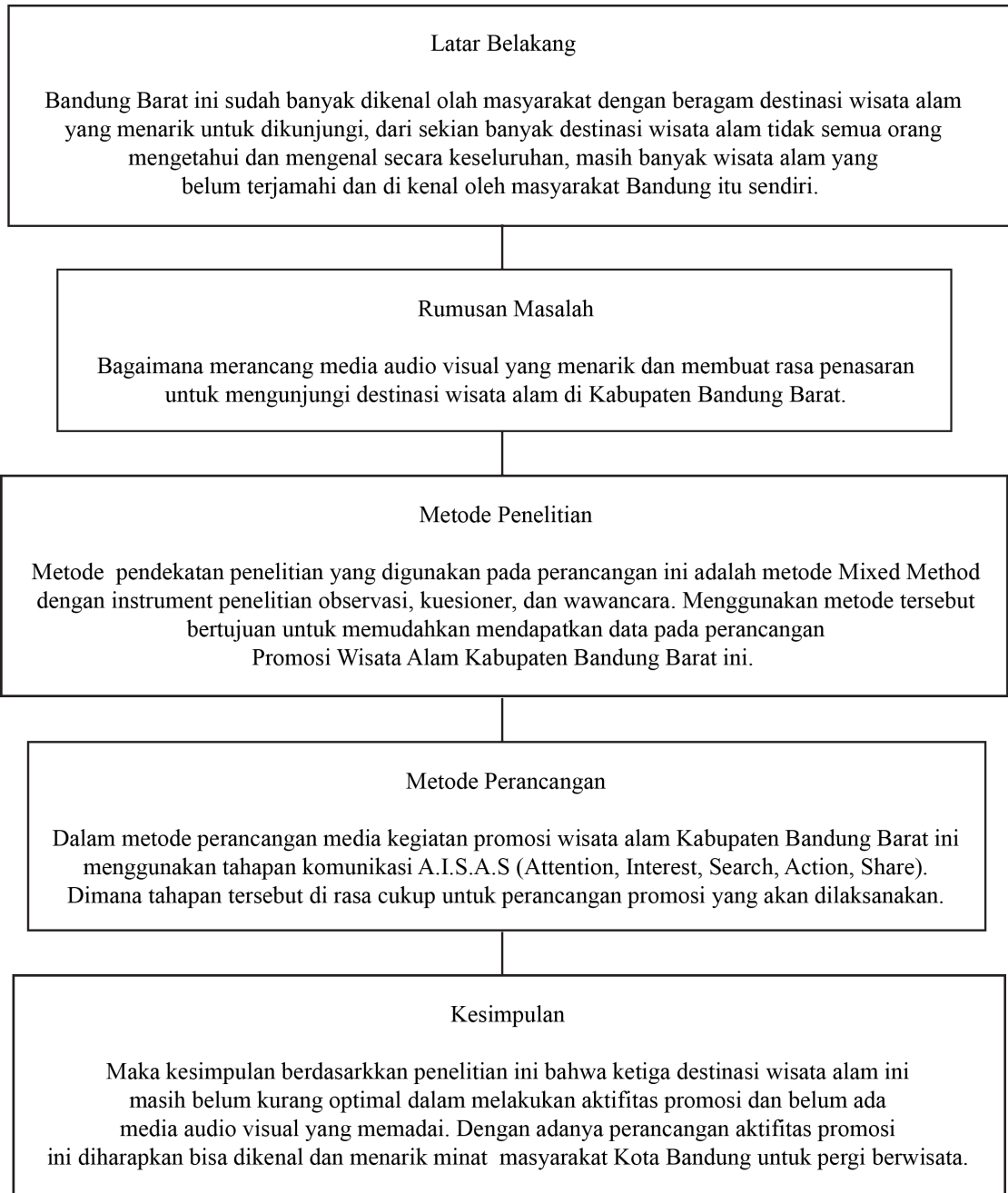
- Mempromosikan objek wisata yang ada di Kabupaten Bandung Barat agar lebih dikenal oleh masyarakat luas.
- Adanya media informasi melalui media audio visual yang dapat di akses oleh siapapun yang ingin mengetahui sebelum mengunjungi objek wisata di Kabupaten Bandung Barat ini.
- Membuktikan pada masyarakat luas bahwa Kota Bandung khususnya di Kabupaten Bandung Barat memiliki banyak destinasi wisata yang memiliki potensi alamnya yang indah dan sejuk.

### **1.6 Metode Penelitian**

Metode pendekatan penelitian yang digunakan pada perancangan ini adalah metode *Mixed Method* dengan instrument penelitian observasi, kuesioner, dan wawancara. Menggunakan metode tersebut bertujuan untuk memudahkan mendapatkan data pada perancangan Promosi Wisata Alam Kabupaten Bandung Barat ini.

### 1.7 Struktur Berfikir Penelitian

Struktur berfikir dalam penelitian adalah kumpulan konsep yang tersusun secara sistematis agar tujuan penelitian yang dilakukan menjadi baik.



## **1.8 Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan yang digunakan dalam penyusunan laporan kegiatan promosi ini adalah sebagai berikut :

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Pada bab ini menjelaskan tentang latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan penelitian, mind mapping / struktur berfikir penelitian, metode penelitian dan sistematika penulisan terkait tempat wisata alam di kabupaten Bandung Barat.

### **BAB II : LANDASAN TEORI**

Bab ini membahas tentang landasan-landasan teori yang sesuai dan dapat digunakan untuk mendukung penyelesaian masalah atau pencapaian tujuan terkait dalam promosi tempat wisata alam di kabupaten Bandung Barat.

### **BAB III : ANALISA DATA**

Bab ini membahas tentang data-data dan analisa yang dilakukan, mulai dari menganalisa target audience, analisa masalah, strategi perancangan, menentukan what to say.

### **BAB IV : KONSEP PERANCANGAN**

Menjelaskan tentang bagaimana cara untuk menyampaikan kegiatan promosi ini secara detail.

### **BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN**

Berisi mengenai kesimpulan dan saran yang didapat.