

BAB I. PENDAHULUAN

I.1. Latar Belakang Masalah

Sektor pariwisata merupakan salah satu sektor yang berperan penting dalam pembangunan suatu negara dengan memberikan dampak atau kontribusi secara langsung terhadap pemasukan suatu wilayah dimana objek wisata tersebut berada. Menurut (Pitana, 2009:1) kawasan industri pariwisata dapat dimanfaatkan sebagai salah satu sektor utama dalam usaha menaikkan perekonomian, membuat lapangan pekerjaan dan mengurangi kemiskinan.

Indonesia merupakan salah satu negara yang kaya akan sumber daya dan keberagaman jenis pariwisata di dalamnya, seperti wisata alam, wisata sosial dan wisata budaya. Berdasarkan yang tercatat pada Undang-Undang Otonomi Daerah No.32 Tahun 2004 bahwa setiap pemerintah daerah diharapkan untuk memiliki kemampuan dalam upaya mengeksplorasi setiap daerahnya masing-masing yang memiliki potensi industri pariwisata. Provinsi Jawa Barat termasuk salah satu wilayah paling maju yang berfokus menjadikan industri pariwisata menjadi bagian utama dalam upaya peningkatan perekonomian. Salah satu daerah di Jawa Barat yang memiliki potensi pariwisata adalah Kabupaten Garut. Kabupaten Garut mempunyai sumber daya alam asri dan berpotensi untuk dikembangkan, salah satu wisata alam di Garut yang berpotensi dapat berkembang ke depannya adalah objek wisata Kolong Langit.

Kolong Langit merupakan wisata alam yang diresmikan pada tanggal 5 Oktober 2021 oleh Perhutani KPH Garut yang berdiri di atas areal tanah seluas 3,3 hektar dan dikelola oleh CV Semesta Biru Kolong Langit Coffee Camp. Keindahan alam yang asri dengan hutan pinusnya menjadi daya tarik dan keunggulan tersendiri dari objek wisata Kolong Langit. Daya tarik wisata merupakan salah satu unsur penting dalam suatu kegiatan pengembangan pariwisata seperti yang dinyatakan Soekadijo (1996), Objek wisata yang baik harus mampu menarik wisatawan sebanyak-banyaknya, dan menahan wisatawan untuk tinggal dalam waktu yang lama dengan memberikan kepuasan kepada wisatawan.

Objek wisata Kolong Langit terletak di Desa Cilawu, Kecamatan Cilawu, Kabupaten Garut, Jawa Barat, berjarak 11 kilometer dari pusat kota Garut, untuk masuk Kolong Langit pengunjung membayar tiket sebesar 15.000 per orang. Objek wisata Kolong Langit memiliki banyak fasilitas seperti, tempat untuk berkemah (*camping ground*), *cabin house*, *coffee shop*, dan spot foto.



Gambar I.1 Objek Wisata Kolong Langit

Sumber: <https://www.goexplore.com/2021/08/kolong-langit-coffe.html>
(Diakses pada 15 November 2021)

Berdasarkan hasil observasi secara langsung pada Januari 2022, objek wisata Kolong Langit terlihat sepi dari para pengunjung, hal tersebut disebabkan karena berbagai faktor yang sebagaimana dijelaskan oleh Fatah Mubina (Komunikasi pribadi, November 2022) selaku pengelola Kolong Langit menjelaskan bahwa Kolong Langit hingga saat ini mengalami penurunan pengunjung secara drastis. Pada awal dibuka atau diresmikan (oktober 2021) kunjungan ke Kolong Langit per satu pekan bisa mencapai hingga 1000 sampai 1200 orang, yang kemudian sejak adanya pandemi atau covid Kolong Langit berhenti beroperasi karena himbauan dari pemerintah. Pasca covid kemudian Kolong Langit beroperasi kembali namun kunjungannya menurun drastis, 8 bulan terakhir dari sejak covid kunjungan per satu pekan hanya mencapai 100 sampai 150 orang. Dengan menurunnya kunjungan menyebabkan beberapa fasilitas wisata tidak terawat karena kurangnya pemasukan. Berbagai macam cara telah dilakukan untuk membuat Kolong Langit kembali ramai pengunjung, diantaranya dengan membuat promosi melalui media Instagram. Namun cara tersebut masih kurang efektif karena belum berhasil menaikkan kembali

kunjungan ke objek wisata Kolong Langit. Pihak pengelola mengaku belum bisa melakukan promosi dengan maksimal dan tidak terlalu memahami cara membuat media promosi yang baik dan benar.

Sementara ini informasi atau promosi yang ada hanya melalui Instagram dengan konten seadanya dan juga beberapa terdapat tulisan yang dibuat oleh pengunjung melalui situs halaman web. Pengelola objek wisata Kolong Langit membutuhkan promosi untuk mengenalkan Kolong Langit kepada masyarakat luas, dengan adanya promosi ini diharapkan dapat mencapai masyarakat luas dan dapat menaikkan kembali kunjungan ke Kolong Langit.

I.2. Identifikasi Masalah

Dari yang telah disebutkan pada latar belakang diatas, maka identifikasi permasalahan yang diperoleh yaitu:

- Sejak 8 Bulan yang lalu, objek wisata Kolong Langit mengalami penurunan pengunjung secara drastis.
- Beberapa fasilitas wisata tidak terawat akibat dari menurunnya kunjungan.
- Promosi melalui media Instagram pernah dilakukan, namun belum berhasil menaikkan kembali jumlah pengunjung.
- Pihak pengelola belum dapat melakukan promosi dengan maksimal.

I.3. Rumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan di atas, rumusan permasalahan yaitu;

“Bagaimana meningkatkan jumlah pengunjung dan meningkatkan penjualan Objek Wisata Kolong Langit melalui strategi Komunikasi Visual sebagai salah satu wisata alam yang berada di Kabupaten Garut kepada khalayak luas.

I.4. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah, masalah yang dibatasi dalam perancangan ini yaitu:

- **Objek Permasalahan:** Kurangnya usaha dalam memberikan promosi kepada khalayak, promosi merupakan peran penting yang harus dilakukan pengelola dalam memperkenalkan objek wisata Kolong Langit kepada masyarakat luas untuk dapat menaikkan kunjungan ke Kolong Langit.
- **Waktu Menyelesaikan Permasalahan:** dalam menyelesaikan permasalahan yang dihadapi oleh pengelola objek wisata Kolong Langit sebagai *mandatory*, dari penemuan masalah, pengumpulan data, analisis data, penemuan solusi dan membuat perancangan diperlukan waktu kurang lebih selama 6 Bulan.
- **Lokasi Penelitian:** dilakukan di sekitar Kota dan Kabupaten Garut terutama di alamat *mandatory* objek wisata Kolong Langit Kecamatan Cilawu, Kabupaten Garut, Provinsi Jawa Barat.

I.5. Tujuan & Manfaat Perancangan

Tujuan dan juga manfaat dari perancangan ini yaitu:

I.5.1. Tujuan Perancangan

Tujuan dari perancangan ini yaitu:

- Merancang promosi mengenai lokasi dan fasilitasnya, sebagai ajakan kepada khalayak untuk berkunjung ke Objek Wisata Kolong Langit
- Merancang promosi mengenai objek wisata Kolong Langit dengan strategi Desain Komunikasi Visual untuk menghasilkan promosi yang sesuai dengan citra perusahaan, menarik secara visual dan disukai oleh khalayak.
- Merancang promosi mengenai objek wisata Kolong Langit untuk disampaikan dalam bentuk media yang disukai oleh khalayak.
- Merancang promosi mengenai Kolong Langit dalam bentuk video.

I.5.2. Manfaat Perancangan

Manfaat Teoritis

- Perancangan promosi objek wisata Kolong Langit dapat bermanfaat terhadap kekayaan kajian terkait objek wisata.
- Perancangan promosi objek wisata Kolong Langit dapat bermanfaat bagi pengembangan keilmuan khususnya perancangan media promosi untuk objek wisata dari perspektif Desain Komunikasi Visual.

Manfaat Praktis

- Perancangan promosi objek wisata Kolong Langit dapat dijadikan sebagai referensi dan data sekunder bagi perancang komunikasi visual lainnya baik dari akademisi maupun profesi.
- Perancangan promosi objek wisata Kolong Langit dapat dijadikan sebagai rujukan kepustakaan dalam pengetahuan terkait objek wisata alam dan perancangan informasi video untuk objek wisata alam di bidang desain komunikasi visual.