

BAB I. PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang Masalah

Sektor pariwisata, yang telah berkembang pesat, kini menjadi pilar ekonomi utama di banyak negara di seluruh dunia. Dengan menarik jutaan wisatawan setiap tahun, sektor ini memberikan kontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi. Hal ini tidak hanya meningkatkan pendapatan dari sektor terkait, seperti hotel, restoran, dan transportasi, tetapi juga membantu dalam penciptaan beragam peluang kerja, baik langsung maupun tidak langsung. Dari pekerjaan di sektor jasa hingga peluang bagi usaha kecil dan menengah, pariwisata memperkuat ekonomi lokal dan nasional, seraya mempromosikan pertukaran budaya dan meningkatkan pemahaman global. Hal tersebut selaras dengan ungkapan Hermawan (2016) dan Ghani (2015), di mana pariwisata memberikan dampak positif dan signifikan, yaitu mampu menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan daerah, serta menopang perekonomian negara.

Dilansir dari data Kementerian Pariwisata 2023, jumlah pergerakan wisatawan Nusantara pada semester I-2023 mencapai 433,57 juta perjalanan, atau naik 12,57% dari 2022. Sementara itu, jumlah kunjungan wisatawan mancanegara per Juli 2023 mencapai 6,31 juta kunjungan, atau naik 196,85% dibandingkan 2022. Hal tersebut menunjukkan bahwa pergerakan pariwisata di Indonesia terus meningkat. Kementerian Pariwisata juga memprediksi bahwa angka ini akan terus meningkat seiring dengan perkembangan *globalisasi*.

Salah satu wilayah yang memiliki banyak objek wisata adalah Lembang, sebuah wilayah yang terletak di Kabupaten Bandung Barat, Jawa Barat, Indonesia. Lembang telah menjadi pusat perhatian dalam penelitian akademis mengenai pariwisata dan pengelolaan sumber daya alam. Kawasan ini terkenal dengan kekayaan alamnya yang meliputi fenomena geologi unik, seperti Kawah Putih, serta keindahan alam lainnya, seperti hutan pinus yang rindang dan danau-danau yang menawan. Para peneliti telah mengkaji dampak pariwisata terhadap lingkungan, budaya lokal, dan ekonomi masyarakat setempat. Beberapa studi menyoroti upaya-

upaya pelestarian lingkungan dan keberlanjutan dalam mengelola tempat-tempat pariwisata di sekitar Lembang. Selain itu, penelitian juga mengkaji pengalaman wisatawan, preferensi wisatawan terhadap atraksi tertentu, serta kepuasan wisatawan terhadap pelayanan dan fasilitas wisata yang tersedia. Salah satu contoh studinya adalah “Model Komunikasi Pariwisata yang Berbasis Kearifan Lokal (Studi Deskriptif Kualitatif di Wilayah Lembang Kabupaten Bandung Barat)” oleh Aat Ruchiat Nugraha, Susie Perbawasari, Feliza Zubair, dan “Membangun Kesadaran Mitigasi Bencana Melalui Sosialisasi dan Edukasi Kerawanan Wilayah dan Bangunan di Jalur Sesar Lembang Desa Kertawangi, Kecamatan Cisarua, Kabupaten Bandung Barat” oleh Try Ramadhan, Nitih Indra Komala Dewi, Restu Minggra, Tutin Aryanti, Dian Fitria, dan Irawan Surasetja.

Berdasarkan kekayaan alam dan budaya yang dimiliki oleh Lembang, terdapat banyak potensi untuk mengembangkan konsep pariwisata yang menarik dan berkesinambungan. Salah satu konsep yang dapat diadopsi adalah membangun The Great Asia Africa sebagai destinasi wisata yang menggabungkan warisan budaya dan keindahan alam Lembang dengan tema sejarah dan kekayaan budaya Asia dan Afrika. Dengan memanfaatkan nuansa alam yang memukau di sekitar Lembang, The Great Asia Africa dapat menawarkan atraksi seperti taman tematik yang menggambarkan perjalanan sejarah dan budaya dari Asia hingga Afrika. Pengunjung dapat merasakan pengalaman yang mendalam melalui replika bangunan *ikonik*, pameran artefak budaya, pertunjukan seni tradisional, dan kuliner khas dari berbagai negara di Asia dan Afrika. Selain itu, konsep ini juga dapat mempromosikan kerja sama lintas budaya antara negara-negara di Asia dan Afrika melalui berbagai acara budaya, festival seni, dan pertukaran kebudayaan. Dengan demikian, The Great Asia Africa tidak hanya menjadi destinasi wisata yang menarik bagi pengunjung lokal dan mancanegara, tetapi juga menjadi sarana untuk mempererat hubungan antara masyarakat Asia dan Afrika melalui pemahaman dan apresiasi terhadap kekayaan budaya tempat wisata tersebut.

Meski demikian, pada kenyataannya pengunjung yang datang tidak banyak, dikarenakan kurangnya strategi promosi yang dilakukan oleh pihak pengelola wisata. Promosi hanya sebatas konten *re-upload* atau mengunggah ulang konten dari profil Instagram pengunjung yang sudah datang ke tempat wisata tersebut. Selain itu, konten yang diunggah oleh pihak pengelola tidak konsisten, yang terlihat dari tanggal *upload* yang bervariasi, seperti 1 minggu, 1 bulan, bahkan lebih. Akibatnya, *engagement* atau elektabilitas yang didapat berkurang sehingga calon wisatawan yang berkunjung pun ikut berkurang.

Oleh karena itu, perlu dibuat sebuah strategi promosi yang tepat untuk menarik minat calon pengunjung yang akan berkunjung ke tempat wisata The Great Asia Africa. Salah satu poin yang perlu ditekankan terkait The Great Asia Africa adalah bahwa tempat ini merupakan destinasi wisata keluarga yang menyajikan pembelajaran tentang berbagai tempat di belahan dunia. Semuanya disajikan secara mini di atas lahan seluas 5 hektar, yang menampilkan 7 kebudayaan berbeda, mulai dari Indonesia, Thailand, Korea Selatan, Jepang, India, Timur Tengah, dan Afrika.

I.2 Identifikasi Masalah

- Kurangnya strategi promosi yang dilakukan oleh pihak pengelola tempat wisata.
- Menurunnya *engagement* atau *elektabilitas* The Great Asia Africa – Lembang di media sosial.

I.3 Rumusan Masalah

Bagaimana cara mempromosikan tempat wisata The Great Asia Africa Lembang sekaligus meningkatkan *engagement* atau *elektabilitas* nya?

I.4 Batasan Masalah

Batasan masalah berguna untuk memudahkan peneliti membatasi ruang lingkup permasalahan atau objek yang akan diteliti. Maka peneliti berfokus pada pengumpulan informasi mengenai The Great Asia Africa – Lembang, menganalisis masalah yang terkait dengan pemasaran The Great Asia Africa – Lembang, dan

dengan tujuan untuk memperkenalkan, memperluas, serta mengingatkan tentang adanya tempat wisata keluarga The Great Asia Africa – Lembang.

I.5 Tujuan dan Manfaat Perancangan

I.5.1 Tujuan Perancangan

Tujuan perancangan ini adalah untuk menarik minat calon wisatawan maupun meningkatkan *engagement* media sosial dari The Great Asia Africa – Lembang.

I.5.2 Manfaat penelitian

Manfaat perancangan ini sebagai berikut.

- Manfaat Teoritis :
Dalam bidang akademis, perancangan ini diharapkan bisa menjadi rujukan atau referensi untuk bidang keilmuan *Desain Komunikasi Visual* terkait promosi tempat wisata.
- Manfaat Praktis :
 - a. Untuk menarik minat calon pengunjung The Great Asia Africa – Lembang.
 - b. Meningkatkan *engagement* media sosial The Great Asia Africa – Lembang.
 - c. Menambahkan sumber rujukan akademik terkait The Great Asia Africa – Lembang.