BAB II

TAMAN AIR SABDA ALAM

2.1 Taman Air Sabda Alam

Taman Air Sabda alam terletak di dekat kaki Gunung Guntur, dan masuk di kawasan wisata air panas di daerah Tarogong Kidul Kabupaten Garut. Tepatnya dari arah perbatasan Tarogong dan Leles dekat dari Gapura perbatasan setelah kawasan wisata Candi Cangkuang, di Jalan Raya Cipanas No. 3 Kabupaten Garut Jawa Barat.

Taman Air Sabda Alam berdiri bulan Oktober 2007, namun pada tahun itu pembangunanya belum rampung karena masih ada fasilitas bangunan yang masih dalam tahap pengerjaan. Akan tetapi para pengunjung sudah banyak yang datang ke Taman Wisata Air itu, setelah penyelesaian bangunan sudah rampung 95%, barulah pada tanggal 9 Agustus 2008 Gubernur Jawa Barat meresmikan tempat Wisata Taman Air Sabda Alam ini. Wisata ini mempunyai keunggulan yaitu wisata taman air yang menggunakan air panas alami yang bersumber dari Gunung Guntur. Ini adalah satu terobosan baru yang menjadi alternatif dalam berwisata alam. Tempat ini mempunyai fasilitas wahana yang menarik lainnya seperti telah dituliskan di bab I, terdapat pula fasilitas baru yang menjadi unggulan, yaitu Oray - orayan berupa wahana *rollercoaster* yang bertaraf Internasional. Selain itu ada juga wahana *ATV* yang bisa memuaskan pengunjung dalam berkendara *Off Road* dan juga *Bumper Boat* yaitu salah satu permainan air perahu yang dilengkapi mesin motor untuk menggerakannya. Sehingga pengunjung akan menikmati wahana dengan praktis

2.1.1 Visi dan Misi

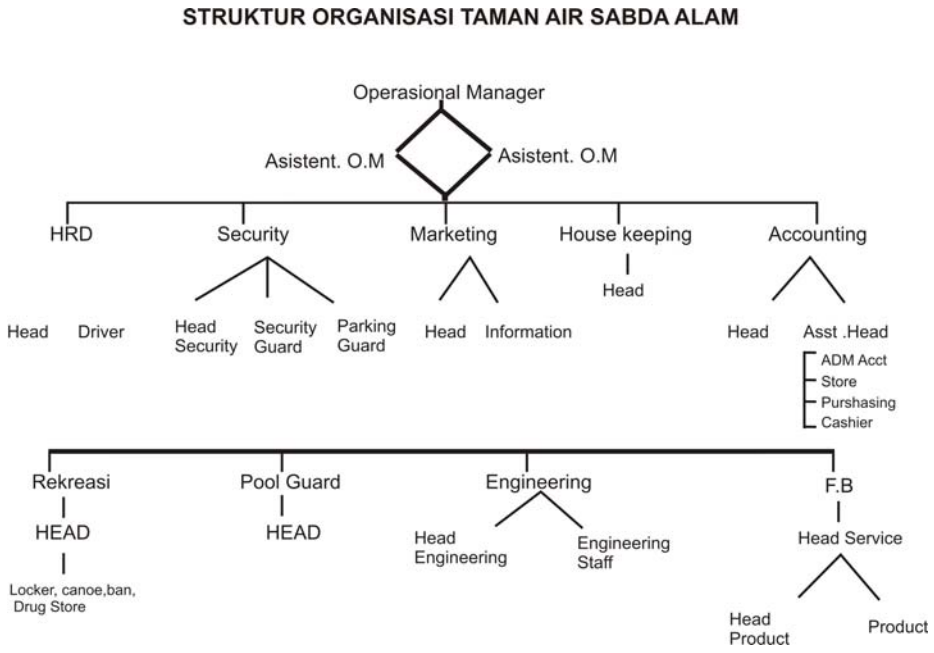
Berdasarkan wawancara dengan Lani (23/2/2010), selaku Manager Marketting Wisata Taman Air Sabda Alam

Visi:

Menjadikan Wisata Taman Air Sabda Alam menjadi wisata taman air pilihan utama konsumen dengan memberikan fasilitas yang unik dan berbeda dengan yang lainnya, juga memberikan pelayanan yang lebih baik.

Misi:

1. Membangun dan mengembangkan citra dari Sabda Alam Group
2. Mempunyai komitmen tinggi terhadap pelayanan
3. Ikut mengembangkan wisata alam
4. Ikut memajukan Pariwisata Indonesia
5. Menciptakan Lapangan Kerja Baru



Tabel 1. Struktur Organisasi

2.1.2 Fasilitas – fasilitas

Fasilitas unggulan diantaranya :

A. Nampan Tumpah

Adalah wahana untuk berenang dengan ember yang diisi air panas dari pipa besar Ember tersebut akan tumpah jika air panas itu telah terisi penuh sehingga akan menimbulkan sensasi jika cipratan air jatuh dari ember. Tinggi ember sejauh 3 meter ini, banyak menarik perhatian dan termasuk wahana yang menjadi favorit para wisatawan.



Gambar 1. Nampan Tumpah

B. Slider Boom

Slider Boom adalah wahana seluncuran air, dimana seluncuran yang tersedia mempunyai ketinggian dan jenis yang berbeda – beda, karena disesuaikan dengan umur. Terdapat 4 seluncuran yaitu

- Pertama adalah seluncuran dengan ketinggian sekitar 18 meter, berbentuk lurus, di perosotan ini setiap pengunjung dapat merasakan meluncur dengan ketinggian 14 meter.
- Kedua adalah seluncuran dengan ketinggian sekitar 18 meter, berbentuk berliku. Pengunjung dapat meluncur dengan berliku liku di ketinggian 14 meter.
- Ketiga adalah seluncuran dengan ketinggian 23 meter dengan bentuk berliku. Pengunjung dapat merasakan meluncur dari ketinggian 18 meter.
- Keempat adalah seluncuran dengan ketinggian sekitar 28 meter berbentuk lurus. Pengunjung dapat menguji adrenalin dengan meluncur di ketinggian 24 meter.

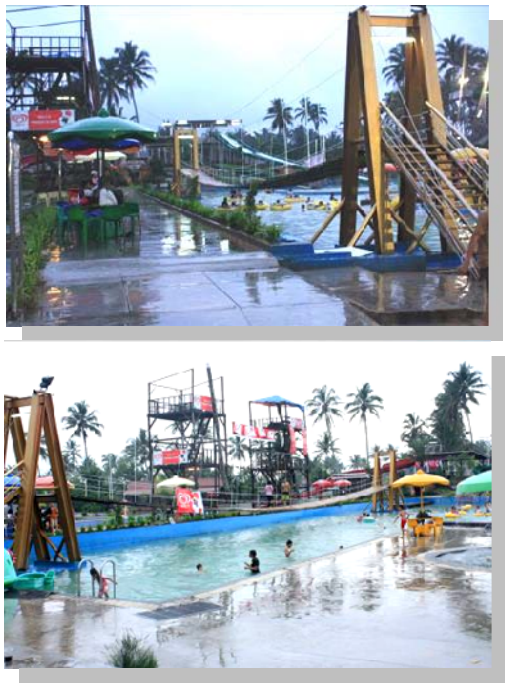


Gambar 2. *Slider Boom*

C. Sasak Rawayan

Sasak Rawayan Adalah jembatan gantung di atas air yang berayun dengan menggunakan kabel penyangga yang fleksibel dan dengan beralaskan dari bambu sehingga terkesan alami sasak rawayan ini dibuat untuk para wisatawan menyeberangi kolam.





Gambar 3. Sasak Rawayan

D. *Slider* Anak – Anak

Wahana seluncuran Ini dikhususkan bagi anak – anak dimana ketinggian hanya 4 meter dan meluncur di ketinggian 2 meter sehingga anak – anak akan aman untuk dapat menikmati wahana seluncuran.





Gambar 4. *Slider* Anak – anak

E. Kolam Arus

Kolam arus ini adalah salah satu wahana unggulan. Kolam ini berarus sehingga wisatawan dapat merasakan terbawa oleh arus untuk mengelilingi kolam.

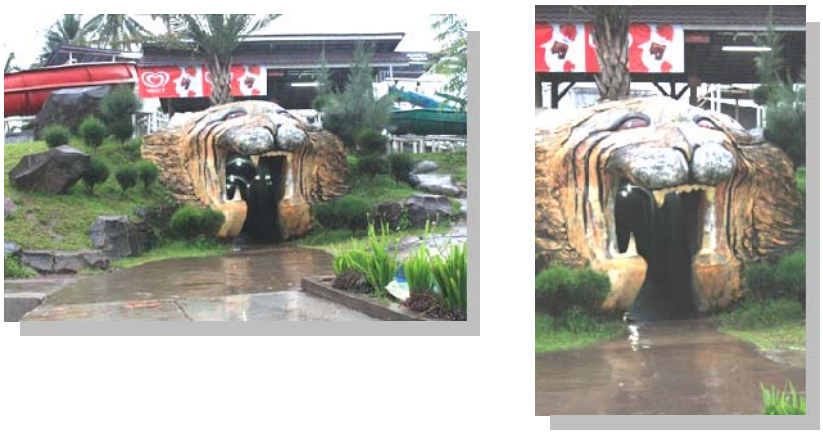


Gambar 5. Kolam Arus

F. Terowongan Macan

Salah satu keunikan dari Taman Air Sabda Alam adalah dengan adanya terowongan atau seperti gua yang berbentuk macan pada mulut gua. Terowongan yang mirip gua itu mempunyai panjang sekitar 20 meter yang itu adalah jalan pintas yang menghubungkan dengan wahana *slider boom*. Jadi ketika sudah

melewati sasak rawayan di depannya akan ada terowongan macan.



Gambar 6. Terowongan Macan

G. Payung Air

Yaitu terdapatnya payung yang di buat untuk berteduh tetapi dari atas payung itu keluar air panas unik karena itu akan menambah daya tarik wisatawan selain unik juga mempunyai fungsi yang berguna bagi wisatawan.



Gambar 7. Payung Air

2.1.3 Fasilitas Tambahan yang menjadi Ungulan

Selain dari Fasilitas – fasilitas di atas terdapat pula fasilitas lain yang sangat unik dan menarik banyak perhatian, yaitu Oray – orayan yaitu adalah wahana yang dapat menguji adrenalin. Wahana *Rollercoaster* ini di buat pada awal tahun 2010 dengan tujuan memfasilitasi pengunjung yang senang menguji adrenalin dan tantangan.



Gambar 8. *Roller Coaster.*

Selain *Roller Coaster* Wisata Taman Air Sabda Alam juga mempunyai wahana lain seperti *ATV*, *Bumper Boat, Outbound dan Flying Fox* yang dapat menguji rasa ketakutan para wisatawan terhadap ketinggian. Fasilitas –

fasilitas tersebut di buat berdasarkan keperluan dan sebagai sarana alternatif penunjang wisatawan yang tentunya dalam arena bermain diharapkan dengan dibangunnya wahana alternatif tersebut dapat memfasilitasi wisatawan dan keluarga dalam berwisata alam.



Gambar 9. *Flying Fox*

Dalam hal sarana umum untuk kenyamanan dan keselamatan dari sebuah tempat wisata Taman Wisata Air Sabda Alam tidak lupa akan membuat sarana umum seperti penitipan barang agar pengunjung dapat menitipkan barang bawaannya agar bebas untuk menikmati wahana tanpa harus membawa dan menjaga barang bawaannya. Kamar mandi, kamar bilas, fasilitas itu sangat penting dan wajib di buat dalam objek wisata air karena untuk kebersihan dan kenyamanan wisatawan dalam hal membersih kan badan setelah menikmati fasilitas dari wahana air. Tempat untuk para pengunjung untuk berteduh dari hujan dan panas. Ruang P3K untuk pertolongan pertama bagi pengunjung yang tertimpa masalah kecelakaan di arena wisata, Penjaga kolam berjumlah lebih dari 20 orang untuk menjaga di setiap wahana.

Harga Tiket Masuk Taman Air Sabda Alam :

- Rp. 25.000 Hari biasa
- Rp. 30.000 Hari libur
- Rp. 40.000 Hari libur besar

Sedangkan untuk wahana permainan lain seperti:

Outbond (*flying fox, Elvis walk, log sovelt* dan *Burma beach*)

- Rp. 15.000 *Weekday*
- Rp. 20.000 *Weekend*
- Rp.20.000/orang untuk wahana permainan *Rollercoaster*
- Rp. 20.000/ orang untuk wahana permainan *Bumperboat*
- Rp. 50.000/ orang untuk wahana permainan *ATV*

Jumlah Pengunjung	Tahun
312.491	**2008**
209.673	**2009**

Tabel 2. Jumlah pengunjung

Bedasarkan dari data diatas, bahwa menurut sumber data dari Taman Air Sabda Alam jumlah pengunjung pada tahun 2008 (312.491) berkurang di tahun 2009 menjadi (209.673) hal itu di sebabkan oleh kurangnya penyampaian informasi dengan merata, terutama pada konsumen yang berada di wilayah Bandung dan Jakarta.

2.2 Analis Permasalahan melalui SWOT

Strength (Kekuatan)

- Lokasi yang berada di kawasan Cipanas di mana kawasan Cipanas adalah kawasan wisata alam air panas yang sudah banyak dikenal oleh kalangan.
- Wisata Taman Air yang menggunakan Air panas
- Suasana Alam yang masih asri serta udara yang sejuk yang dikelilingi pegunungan salah satunya Gunung Guntur akan menjadi nilai tambah Taman Air Sabda Alam
- Satu - satunya wisata alam air panas yang mempunyai wahana bermain tambahan *Rollercoaster* di wilayah Garut
- Adanya fasilitas – fasilitas arena bermain tambahan

Weakness (Kelemahan)

- Wahana taman air masih terbatas (belum lengkap seperti di *water boom* lainnya)
- Kandungan dari air panas alami yang masih kurang untuk kulit agar bisa menyembuhkan penyakit kulit.

Opportunity (peluang)

- Menjadi Tempat wisata pilihan utama di kawasan Cipanas karena hanya Satu –satunya tempat wisata dengan keunggulan nya sebagai Wisata Alam Air Panas yang memiliki wahana bermain air yang menggunakan air panas yang tidak dimiliki oleh tempat wisata alam lainnya terutama di daerah Bandung seperti (Cimanggu, Ciwalini, dan Ciater) yang memang sudah dikenal banyak orang.
- Harga yang ditawarkan relatif murah di bandingkan dengan tempat wisata taman air lainnya yang berada di kota – kota besar

***Threats* (ancaman)**

- Anggapan memilih tempat wisata air panas lain yang mempunyai kadar air panas alami yang lebih baik untuk kesehatan kulit
- Jarak yang sangat berdekatan dengan tempat wisata pesaing

2.3 Pemecahan Masalah

- Bagaimana cara memberikan penyampaian informasi Taman Air Sabda Alam dengan tepat kepada khalayak sasaran
- Bagaimana strategi perancangan komunikasi visual yang tepat untuk memberikan informasi tentang kelebihan dari Taman Air Sabda Alam

2.3.1 Promosi

Tujuan promosi juga dapat dikategorikan sebagai efek dari komunikasi, yaitu:

i. Menumbuhkan persepsi pelanggan terhadap suatu kebutuhan (*category need*).
ii. Memperkenalkan dan memberi pemahaman tentang suatu produk kepada konsumen (*brand awareness*).
iii. Mendorong pemilihan terhadap merek (*brand attitude*).
iv. Membujuk pelanggan membeli (*brand purchase intention*).
v. Mengimbangi kelemahan unsur bauran pemasaran lain (*purchase facilitation*).
vi. Menanamkan citra produk dan perusahaan di benak konsumen (*positioning*).

Sedangkan fungsi promosi adalah agar masyarakat lebih menanggapi keberadaan suatu produk atau perusahaan, maka didalam pembuatan sebuah promosi harus memiliki beberapa fungsi antara lain untuk mempromosikan baik itu suatu produk

maupun pariwisata, untuk memberikan informasi, untuk meningkatkan atau mempertahankan penjualan.

2.4 Studi *Positioning*

Positioning adalah upaya untuk menempatkan suatu poduk, merek, dan jasa yang ditawarkan terhadap konsumen. Menurut Al Ries Jack Trout dalam bukunya yang berjudul *Positioning*, *The Beattle For Your Mind* (2002 :3) disebutkan bahwa "*Positioning* adalah suatu proses atau usaha untuk menempatkan citra suatu produk, merk, lembaga atau perusahaan dalam pikiran orang atau keluarga sosial tertentu yang dianggap sebagai sasaran".

Cara melakukan studi *positioning* adalah menghubungkan suatu objek dengan karakter produk. Harus memilih satu diantara sekian banyak karakter produk yang diangkat. Konsep *positioning* menegaskan bahwa terlalu banyak karakter produk akan sulit untuk dilaksanakan.

Karakter Taman Air Sabda Alam :

1. Sebagai satu-satunya Wisata Alam air panas yang mempunyai wahana taman air di Kawasan Garut
2. Pengunjung yang datang sebagian besar adalah keluarga
3. Sebagai tempat untuk berendam serta bermain dengan air panas
4. Berlokasi di kawasan objek wisata air panas Cipanas
5. Nuansa Gunung Guntur yang indah serta udara yang masih sejuk
6. Memberikan pelayanan yang baik demi kepuasan pengunjung.
7. Mempunyai fasilitas Wahana lain seperti *rollercoaster*,*Bumper Boat*, *ATV*, dan *Outbond*

Oleh karena itu *positioning* Taman Air Sabda Alam adalah sebagai tempat wisata alam air panas yang memberikan wahana bermain air

dan wahana bermain lainnya dengan nuansa alam Gunung Guntur bagi keluarga.

2.5 Khalayak Sasaran

Segmentasi audiens untuk media promosi Taman Air Sabda Alam Masyarakat khususnya keluarga dan Anak - anak yang berumur 3 Tahun atau minimal mempunyai tinggi badan 100 cm, yang berada di kota Bandung dan Jakarta

2.5.1 Target Primer

Untuk memilih masyarakat yang menjadi khalayak sasaran Taman Air Sabda Alam. Khalayak sasarannya adalah keluarga dan anak – anak di daerah perkotaan terutama Kota Bandung dan Jakarta

Demografis

Jenis kelamin laki-laki dan perempuan usia 26-50 tahun dengan sosial ekonomi menengah ke atas merupakan target sasaran dalam promosi ini, hal ini dikarenakan pada usia tahun idealnya sudah memiliki pekerjaan. memiliki kematangan dalam berfikir, pekerjaan dan lebih memperhatikan anak dalam usia pertumbuhannya serta di usia tersebut lebih banyak berkumpul dengan sanak saudara .

Psikografis

Keluarga yang senang berwisata alam, mempunyai sifat aktif, senang bermain, memiliki sifat ingin mencoba hal baru, suka akan tantangan.

Geografis

Kota Bandung dan Jakarta, adalah kota yang di pilih untuk promosi Wisata Taman Air Sabda Alam dengan alasan bahwa Wisata

Taman Air Sabda Alam masih belum dikenal banyak dan merata oleh Masyarakat di Kota Bandung dan Jakarta.

2.5.2 Target Sekunder

Anak-anak merupakan termasuk target sekunder pada promosi Taman Air Sabda Alam

Demografis

Target sekunder pada promosi ini adalah anak - anak usia 3-15 tahun, karena anak usia tersebut senang dengan hal-hal baru dan salah satunya adalah bermain wahana air. Pada usia tersebut juga merupakan usia dimana belajar dan bermain diseimbangkan, jadi bermain pun sangat penting bagi tumbuh kembang anak-anak.

Psikografis

Anak-anak dengan sifat aktif, agresif, rasa ingin tahu. Menginginkan hal yang baru dan senang bermain merupakan target untuk anak pada promosi ini.