BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Objek wisata yang ada di Indonesia merupakan salah satu dari kekayaan alam yang patut untuk dibanggakan. Setiap daerah di Indonesia memiliki keunikan baik dari segi keindahan alamnya maupun adat istiadat yang ada di daerah tersebut sehingga menarik minat wisatawan untuk mengunjunginya. Contohnya seperti di sekitar Jawa Barat terdapat objek-objek wisata antara lain seperti Tangkuban Perahu, Ciater, Maribaya, Lembang, Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda, Taman Nasional Gunung Ciremai, Waduk Jatiluhur, Waduk Darma, Palutungan dan sebagainya.

Walaupun objek-objek wisata tersebut menarik dan potensial untuk dikembangkan sayangnya banyak yang belum dikelola dengan baik. Masyarakat seperti di daerah Bandung, Jakarta sekitar Jawa Barat tidak asing dengan objek wisata tersebut, tetapi untuk orang-orang di luar daerah hanya mengetahui sebagian dari objek wisata tersebut. Itulah sebabnya mengapa dari segi pengelolaannya disebut masih kurang baik, hal ini dapat dilihat dari pengelolaan fasilitas wisata yang telah ada, sarana prasarana di dalamnya, pengembangan objek wisata ke depan maupun promosi yang dilakukan.

Banyak dari objek wisata yang ada saat ini pada awalnya bukan suatu tempat objek wisata, tetapi setelah mengetahui bahwa tempat tersebut memiliki potensi yang baik, maka kemudian tempat tersebut berkembang menjadi objek wisata. Seperti Taman Nasional Gunung Ciremai yang beralih fungsi dari kawasan hutan lindung menjadi Taman Nasioanl Gunung Ciremai.

Taman Nasional Gunung Ciremai memiliki potensi nilai ekonomi yang tinggi, berupa jasa lingkungan yang ada dan dihasilkan oleh pengelolaan Taman Nasional Gunung Ciremai yang mengacu pada sistem pengelolaan taman nasional yaitu sistem zonasi, terdiri dari zona inti, zona rimba dan zona pemanfaatan. Di zona pemanfaatan, kegiatan perekonomian masih bisa berjalan seperti wisata alam terbatas, penelitian, pendidikan, dan bahkan kegiatan pertanian namun dalam kondisi yang sangat khusus.

Potensi wisata alam disekitar Taman Nasional Gunung Ciremai memiliki nilai ekonomi tinggi jika dikelola dengan baik. Objek-objek wisata tersebut diantaranya obyek wisata Palutungan, Lembah Cilengkrang, Telaga Remis, Situ Cibulan, Linggarjati, Bumi Perkemahan Paniis dan Pateneun, Situ Sangiang, Balong Dalam, dan Cigugur.

Komplek Palutungan yang terletak di lereng Gunung Ciremai bagian timur keadaanya berbukit-bukit, dihiasi tanaman pinus milik Perum Perhutani yang menjulang tinggi ke langit, dan pemandangannya indah mempesona ke dataran Cirebon bagian timur.

Saat ini pengelolaan pada setiap objek wisata di komplek Palutungan belum terkelola dengan baik, seperti managemen pengelolaan masih belum professional, kurangnya aktivitas wisata, sarana dan prasarana masih kurang memadai, proses pemberian informasi belum terorganisir atau tersampaikan dengan baik.

Namun di komplek Palutungan saat ini masih terjaga kealamiannya, dan selain sebagai objek wisata Palutungan pun dijadikan salah satu tempat sentrum rehabilitasi, dan wisata edukasi.

Dengan melihat keadaan tersebut sehingga diperlukan suatu upaya untuk penyampaian informasi yang baik akan objek wisata Palutungan agar masyarakat mengenal dan dapat menikmati fasilitas yang disediakan di objek wisata Palutungan. Bentuk upaya yang dapat dilakukan antara lain dengan melakukan promosi yang lebih terencana dan teratur supaya promosi tersebut dapat mencapai hasil sesuai yang diinginkan, yaitu informasi tersampaikan dengan baik dan mudah sekaligus meningkatkan minat masyarakat untuk lebih mengenal objek wisata baik dengan cara langsung ataupun tidak.

1.2 Identifikasi Masalah

Ada beberapa hal yang dijadikan sebagai identifikasi permasalahan pada penelitian ini, antara lain :

- Informasi mengenai Pariwisata Palutungan tidak selalu dapat diperoleh di setiap tempat, sehingga jumlah kunjungan ke objek wisata tersebut setiap tahunnya semakin menurun.
- Wisatawan yang berkunjung kebanyakan hanya berasal dari daerah sekitar tempat pariwisata saja dan kalangan terbatas.

1.3 Fokus Masalah

Fokus permasalahan kepada upaya bagaimana meningkatan jumlah kunjungan ke objek wisata Palutungan. Upaya yang dilakukan seperti promosi tentang keberadaan objek wisata tersebut, kemudian pemberian informasi tentang fasilitas wisata menarik yang ada di Palutungan, yang dapat diwujudkan dengan cara promosi melalui media elektronik seperti media *online* serta media pendukung lainnya.

1.4 Tujuan Perancangan

Tujuan dari perancangan untuk Palutungan ini yaitu :

- Mempromosikan Palutungan supaya dapat menjangkau sasaran dengan lebih luas.
- Membantu terlaksananya dalam kinerja Dinas Pariwisata Kabupaten Kuningan.

1.5 Definisi Kata Kunci

Terdapat beberapa kata kunci yang dapat digunakan sebagai upaya untuk menyelesaikan permasalahan yang ada, yaitu promosi, objek wisata, Palutungan.

Promosi adalah upaya untuk memberitahukan atau menawarkan produk atau jasa pada dengan tujuan menarik calon konsumen untuk membeli atau mengkonsumsinya. Dengan adanya promosi produsen atau distributor mengharapkan kenaikannya angka penjualan. (Fred E. Hahn dan Kenneth G. Mangun, 1999)

Objek wisata atau Tempat wisata adalah sebuah tempat rekreasi atau tempat berwisata. Obyek wisata dapat berupa obyek wisata alam seperti gunung, danau, sungai, pantai, laut, atau berupa obyek wisata bangunan seperti museum, benteng, situs peninggalan sejarah, dan lain-lain. (S. Nyoman Pendit, 2002)

Palutungan adalah tempat objek wisata alam yang terdapat di kaki gunung ciremai. (Wawan Hermawan, 2000)