BAB I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Sejarah berdirinya Pemerintahan Kota Tasikmalaya sebagai daerah Otonom tidak terlepas dari sejarah berdirinya Kabupaten Tasikmalaya sebagai Daerah Kabupaten induknya. Berkat perjuangan unsur pimpinan Pemerintah Kabupaten Tasikmalaya yang dipimpin Bupati saat itu, beserta tokoh masyarakat Kabupaten Tasikmalaya, maka dirintislah pembentukan Kota Tasikmalaya.

Setelah menjadi Kota Tasikmalaya maka Pemerintahan Kabupaten Tasikmalaya segera di pindahkan. Sedangkan Pemerintah Kota Tasikmalaya harus membangun sarana-sarana penting seperti pembangunan Bale kota, Polresta, kantor-kantor, dan yang mendukung bagi kelangsungan Kota Tasikmalaya. semua aset yang dimiliki Kota Tasikmalaya dibagi dua dengan Kabupaten Tasikmalaya, termasuk tempat wisata seperti Gunung Galunggung dan Pantai Cipatujah yang terkenal itu, sekarang pendapatannya masuk ke Kabupaten Tasikmalaya. Selain itu, beberapa hal yang menarik diantaranya adalah Kota Tasikmalaya tidak terlalu jauh dengan Ibu kota Jawa Barat yaitu Kota Bandung. Tak heran jika Kota Tasikmalaya selalu menjadi tempat persinggahan orang-orang yang akan bepergian ke Bandung atau kota-kota lainnya di Jawa Barat, Jakarta maupun Pulau Sumatera, dari arah Jawa Tengah yang menggunakan jalur selatan begitu juga sebaliknya. Di Kota Tasikmalaya terdapat beberapa tempat penting diantaranya yaitu, Bale Kota, Polresta, Pasar, Selain itu Komplek Olahraga Dadaha, juga Mesjid Agung Tasikmalaya, serta salah satu objek wisata andalan Kota Tasikmalaya yaitu Situ Gede, dan beberapa Pesantren terkenal. Hal itulah yang

menjadikan Kota Tasikmalaya dikenal dengan sebutan kota Santri dan sebagai kota Persinggahan.

Seiring dengan perkembangan jaman dan perubahan gaya hidup di Kota Tasikmalaya yang dihuni oleh penduduk yang beragam, membuat Kota Tasikmalaya mempunyai daya tarik tersendiri bagi orang luar Kota Tasikmalaya baik itu domestik atau dari mancanegara untuk menjelajahi Kota Tasikmalaya. Situ Gede adalah merupakan salah satu objek wisata andalan yang saat ini memberikan pendapatan kepada Pemerintahan Kota Tasikmalaya di bidang pariwisata.

Kota Tasikmalaya merupakan salah satu kota di Priangan Timur yang menawarkan berbagai macam kegiatan wisata diantaranya adalah, wisata perbelanjaan, wisata kuliner yang khas, dan Kesenian Tradisional. Pada bidang Kesenian Tradisional terdapat beberapa Objek dan Daya tarik wisata, selain itu untuk wisata berbelanja terdapat beberapa produk unggulan seperti Bordir, Payung Geulis, juga Anyaman Mendong, Kelom Geulis, dan lain-lain, untuk wisata Kuliner terdapat makanan yang khas seperti Tutug Oncom Tasik, Rujak dan Pecel, Kupat Tahu, dan masih banyak yang lainnya.

Perkembangan Kota Tasikmalaya yang mulai begitu pesat dan hal inilah yang membuat orang diluar Kota Tasikmalaya bahkan hingga keluar negeri sekalipun semakin tertarik untuk berkunjung ke Kota Tasikmalaya, karena Kota Tasikmalaya mempunyai daya tarik tersendiri.

Objek wisata Situ Gede merupakan salah satu primadona bagi kepariwisataan Kota Tasikmalaya, yang mana lokasinya pun terletak tidak jauh dari pusat kota, namun kondisi ini belum

terasa maksimal oleh masyarakat umum. Hal ini dapat dilihat dari kurangnya kunjungan baik dari masyarakat Kota Tasikmalaya itu sendiri ataupun wisatawan domestik bahkan mancanegara. Penulis mengindikasikan hal tersebut disebabkan oleh kurangnya pendistribusian informasi secara meluas. Oleh karena itu penulis menilai bahwa dibutuhkannya sarana serta pendistribusian informasi yang lebih akurat, meluas serta mudah didapatkan. Namun tidak terlepas dari sifatnya, informasi wisata haruslah mempunyai nilai lebih secara visual agar dapat menumbuhkan rasa antusiasme dari pihak yang menerima informasi tersebut.

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan data dan fakta yang ada dan telah dijelaskan. penulis mencoba mengidentifikasikan masalah sebagai berikut:

1. Media promosi yang dibutuhkan kurang banyak.
2. Kurangnya strategi promosi terhadap objek wisata Situ Gede.
3. Situ Gede kurang dikenal oleh masyarakat luas.

1.3. Fokus Permasalahan

Adapun fokus permasalahan yang penulis kerjakan adalah :

1. Media promosi yang dibutuhkan kurang banyak sehingga penulis mengindikasikan bahwa pentingnya sebuah media yang bisa menarik perhatian agar bisa menjadi alternatif untuk menunjang perkembangan objek wisata Situ Gede.
2. Mempromosikan Situ Gede sebagai objek wisata alam yang dapat memberikan ketenangan. Hal ini disebabkan objek wisata Situ Gede memiliki pesona alam yang masih asri dan sejuk, meski berada dekat dengan pusat kota.

3. Memperkenalkan objek wisata Situ Gede kepada masyarakat umum, hal ini sebagai sarana untuk mendukung demi terciptanya objek wisata yang berkembang dan dimanfaatkan secara baik dan maksimal.

1.4. Tujuan Perancangan

Tujuan perancangan yang penulis lakukan adalah :

1. Membuat berbagai media yang dapat menarik perhatian, sehingga orang yang melihat media tersebut akan mendapatkan informasi yang secara tidak disengaja, maka akan membuat ketertarikan untuk mengunjungi Situ Gede.
2. Mempromosikan Situ Gede yang dapat memberikan ketenangan. Dengan membuat poster sehingga promosi dapat berjalan tepat sasaran. Dengan media yang dapat memberikan informasi seputar objek wisata, juga merupakan solusi untuk meningkatkan kunjungan wisatawan.
3. Memperkenalkan Situ Gede kepada masyarakat luas, dengan pembuatan stiker dan sebagainya.

1.5. Kata Kunci

Sehubungan dengan pembahasan laporan ini adalah mengenai objek wisata Situ Gede, maka disini penulis mencoba untuk mengemukakan sekilas Situ Gede dan pariwisata itu sendiri.

Situ artinya Danau sedangkan Gede dalam bahasa Indonesia artinya besar. Jadi nama Situ Gede apabila digabungkan dalam bahasa Indonesia artinya Danau yang besar.

Situ Gede Kota Tasikmalaya selain dijadikan objek wisata juga memiliki fungsi sebagai tempat penampungan air. Tersedianya

berbagai fasilitas dan keindahan alam yang masih asri dan sejuk membuat Situ Gede menjadi tempat yang menenangkan

1.5.1. Pengertian Pariwisata

Pariwisata adalah Berdasarkan faktor-faktor tersebut diatas kita lebih cenderung menyimpulkan pariwisata itu sebagai berikut :

Pariwisata menurut UUD Republik Indonesia

"Pariwisata adalah suatu perjalanan yang dilakukan orang untuk sementara waktu, yang diselenggarakan dari suatu tempat ke tempat yang lain meninggalkan tempatnya semula, dengan suatu perencanaan dan dengan maksud bukan untuk berusaha atau mencari nafkah di tempat yang dikunjungi, tetapi semata-mata untuk menikmati kegiatan pertamasyaan dan rekreasi atau untuk memenuhi keinginan yang beraneka ragam".

1.5.2. Pengertian Promosi

William J. Stanton (1981 : 445) menyatakan "*Basically, promotion is an exercise in information, persuasion and conversely, a person who is persuaded is also being informed*".

Berdasarkan pengertian promosi diatas, dapat disimpulkan bahwa promosi itu adalah sejenis komunikasi yang memberi penjelasan yang meyakinkan calon konsumen tentang barang dan jasa.

1.5.3. Tujuan Promosi

Tujuan utama promosi adalah memberi informasi, menarik perhatian, dan memberi pengaruh terhadap audiens.

"*Promotions objectives are to gain attention, to each, to remind, to persuade, and to reassure*". (Schoell, 1993 : 424). Tujuan promosi ialah memperoleh perhatian, mendidik, mengingatkan, meyakinkan

Jadi untuk promosi objek wisata Situ Gede membutuhkan tujuan promosi sama halnya dengan mendoktrin secara halus, sehingga pesan yang disampaikan bisa membujuk, mempengaruhi, dan mengubah prilaku audiens untuk mengunjungi Situ Gede.

1.5.4. Fungsi Promosi

Fungsi Promosi Situ Gede adalah agar masyarakat lebih menanggapi keberadaan Situ Gede, maka di dalam pembuatan sebuah promosi harus memiliki beberapa fungsi antara lain adalah untuk mempromosikan suatu pariwisata, untuk memberikan informasi, dan untuk meningkatkan atau mempertahankan kelestarian alam.

1.5.5. Media Promosi

Seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi bahwa masyarakat membutuhkan suatu media yang berinteraksi langsung, mudah dan efisien. Media adalah salah satu sarana pendukung yang digunakan dalam penyampaian pesan, yang sifatnya memanfaatkan bentuk-bentuk media untuk menempatkan realisasi kreativitasnya.

Dalam hal ini media promosi untuk objek wisata Situ Gede yaitu dengan media seperti pembuatan billboard, poster, stiker, dan media pendukung lainnya.