BAB I

PENDAHULUAN

I.1. Latar Belakang Masalah

Kota Bandung merupakan kota terbesar di Jawa Barat sekaligus menjadi ibu kota propinsi Jawa Barat, Bandung sebagai salah satu kota tujuan wisata telah memiliki daya tarik tersendiri bagi para wisatawan domestik maupun mancanegara, hal tersebut dapat dibuktikan dengan banyaknya jumlah wisatawan yang datang ke kota Bandung itu sendiri, Berdasarkan data dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata (Disbudpar) kota Bandung yang menyatakan bahwa pada tahun 2011 tercatat sebanyak 3.917.390 wisatawan berkunjung ke kota ini. Sebagai kota pariwisata, kota Bandung memiliki berbagai macam objek wisata, contohnya; wisata belanja, kuliner, wisata seni, dan wisata-wisata yang lainnya, dan salah satu objek wisata seni yang ada di kota Bandung adalah galeri seni NuArt Sculpture Park.

Di kota Bandung sendiri terdapat 27 galeri seni yang diketahui, dan salah satunya adalah galeri seni NuArt Sculpture Park, atau yang lebih dikenal dengan NuArt. NuArt merupakan salah satu galeri seni yang ada di kota Bandung, yang memajang hasil karya seni berupa patung-patung berbahan logam, serta lukisan yang dihasilkan oleh seorang seniman yang bernama Nyoman Nuarta, yang merupakan pembuat patung Garuda Wisnu Kencana.

Galeri seni NuArt merupakan salah satu objek tujuan wisata yang akan dikunjungi oleh banyak para wisatawan, disebabkan banyaknya wisatawan yang berkunjung ke kota Bandung itu sendiri. Sesuai dengan visi misi NuArt yang menyatakan bahwa “NuArt dibangun berdasarkan gagasan untuk membangun sebuah kawasan seni yang mampu mencerminkan konstribusi seni terhadap kebutuhan sosial pembangunan

lingkungan fisik, kepariwisataan, dan pertumbuhan ekonomi", dengan adanya visi pembangunan kepariwisataan maka sudah semestinya galeri seni NuArt secara teknis bersifat aksesibel atau mudah dijangkau bagi siapa saja, dan dapat menarik minat pengunjung agar para wisatawan atau pengunjung tersebut tertarik untuk datang ke NuArt Sculpture Park itu sendiri.

Namun pada kenyataannya, galeri NuArt *Sculpture Park* ini dinilai belum dapat memenuhi visi dan misinya di bidang kepariwisataan, hal ini terlihat dari jumlah pengunjung yang cenderung mengalami penurunan jumlah pengunjung setiap tahunnya, adanya indikasi penurunan jumlah pengunjung, dapat dilihat pada tabel data jumlah pengunjung berikut:

Tahun	Jumlang Pengunjung	Target
2006	9.659	-
2007	13.605	-
2008	13.403	-
2009	13.552	15.000
2010	12.912	15.000
2011	12.503	15.000

Tabel I.1 Jumlah Pengunjung NuArt Sculpture Park tahun 2006 – 2011

Sumber: Buku Data Pengunjung NuArt (2012)

Penurunan jumlah pengunjung ini diasumsikan disebabkan oleh responden atau masyarakat umum yang berpotensi menjadi wisatawan tidak mengetahui tentang keberadaan NuArt Sculpture Park, serta paket kunjungan yang ditawarkan, seperti yang telah diakui oleh Agus Sudrajat yang merupakan seorang *Marketing* dan *Banquet Coordinator*, bahwa NuArt sendiri tidak mengadakan sebuah kegiatan pemasaran secara maksimal, melainkan hanya berupa promosi dalam bentuk *website* dan pengiriman penawaran paket kunjungan melalui *e-mail* dari NuArt sendiri yang ditujukan ke lembaga sekolah-sekolah, sehingga jumlah masyarakat atau calon wisatawan yang megetahui keberadaan NuArt hanya terbatas

pada kalangan yang mengetahui NuArt melalui *website*, *e-mail*, brosur, dan dari mulut ke mulut saja.

Hal ini sangat disayangkan karena NuArt sendiri sebenarnya memiliki potensi yang cukup sebagai sebuah objek pariwisata yang andal, hal ini dapat dilihat dari lengkapnya fasilitas umum yang ada, dan adanya kegiatan, dan program-program yang cukup menarik bagi wisatawan itu sendiri. Misalnya; adanya program paket kunjungan yang mengadakan kegiatan *workshop*, dan kursus singkat membuat patung, kegiatan semacam inilah yang sebenarnya dapat menjadi daya tarik tersendiri bagi para wisatawan, dikarenakan mereka mendapatkan sebuah manfaat jika berkunjung ke NuArt. Oleh sebab itu perlu adanya sebuah tindakan pemberitahuan, dan upaya persuasi kepada masyarakat agar keberadaan NuArt itu sendiri diketahui oleh para calon wisatawan tersebut, dan agar para calon wisatawan tertarik mengunjungi NuArt sehingga target yang ingin dicapai oleh NuArt dapat tercapai.

I.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan sebelumnya, maka dapat diidentifikasikan beberapa masalah sebagai berikut:

1. Adanya indikasi penurunan jumlah pengunjung dari tahun 2009 yang berjumlah 13.552 pengunjung, menjadi hanya 12.503 pengunjung pada tahun 2011.
2. Ada indikasi tidak diketahuinya paket kunjungan yang ada, dikarenakan kurang maksimalnya kegiatan pemasaran yang ada.
3. Adanya indikasi kurangnya pengetahuan masyarakat akan keberadaan serta letak atau lokasi dari NuArt Sculpture Park itu sendiri, karena terbatasnya usaha promosi yang dilakukan oleh pihak NuArt Sculpture Park.

I.3. Fokus Permasalahan

Berdasarkan identifikasi masalah yang ada, maka permasalahan akan dibatasi oleh upaya pemberitahukan kepada masyarakat luas tentang lokasi NuArt, serta paket kunjungan yang ada, agar calon wisatawan tertarik untuk mengunjungi NuArt sehingga target pengunjung dapat terpenuhi.

I.4. Tujuan Perancangan

Tujuan dari perancangan ini sendiri adalah sebagai berikut:

1. Menarik minat pengunjung untuk menjaga stabilitas, serta meningkatkan jumlah wisatawan yang berkunjung ke NuArt.
2. Menarik minat masyarakat atau calon wisatawan untuk berkunjung ke galeri seni NuArt Sculpture Park, agar meningkatnya jumlah pengunjung sehingga dapat memenuhi target yang ingin dicapai.
3. Memberitahukan kepada para calon wisatawan tentang letak NuArt Sculpture Park, serta paket kunjungan yang ditawarkan.