BAB II. OBJEK WISATA FLOATING MARKET LEMBANG

II.1 Pengertian Objek Wisata

Objek Wisata adalah segala sesuatu yang ada di daerah tujuan wisata yang merupakan daya tarik agar orang-orang mau datang berkunjung ke tempat tersebut. Menurut Peraturan Pemerintah No.24/1979, Objek wisata adalah perwujudan dari ciptaan manusia, tata hidup, seni budaya serta sejarah bangsa dan tempat keadaan alam yang mempunyai daya tarik untuk dikunjungi.

Menurut Yoeti (1996), suatu daerah untuk menjadi daerah tujuan wisata (DTW) yang baik, harus mengembangkan tiga hal agar daerah tersebut menarik untuk dikunjungi, yakni:

- Adanya sesuatu yang dapat dilihat (*something to see*), maksudnya adanya sesuatu yang menarik untuk dilihat, dalam hal ini obyek wisata yang berbeda dengan tempat-tempat lain (mempunyai keunikan tersendiri). Disamping itu perlu juga mendapat perhatian terhadap atraksi wisata yang dapat dijadikan sebagai *entertainment* bila orang berkunjung nantinya.
- Adanya sesuatu yang dapat dibeli (*something to buy*), yaitu terdapat sesuatu yang menarik yang khas untuk dibeli dalam hal ini dijadikan cendramata untuk dibawa pulang ke tempat masing-masing sehingga di daerah tersebut harus ada fasilitas untuk dapat berbelanja yang menyediakan souvenir maupun kerajinan tangan lainnya dan harus didukung pula oleh fasilitas lainnya seperti *money changer* dan bank.
- Adanya sesuatu yang dapat dilakukan (*something to do*), yaitu suatu aktivitas yang dapat dilakukan di tempat itu yang bisa membuat orang yang berkunjung merasa betah di tempat tersebut.

Dari keterangan di atas, dapat disimpulkan bahwa suatu objek wisata yang baik dan menarik untuk dikunjungi harus mempunyai keindahan alam dan juga harus memiliki keunikan dan daya tarik untuk dikunjungi dan juga didukung oleh fasilitas pada saat menikmatinya.

II.2 Floating Market Lembang

Floating Market Bandung merupakan wisata kota Bandung yang *booming* sejak dibuka pada bulan Desember 2012. Dengan konsep kuliner dan alam yang diusungnya cukup menarik perhatian wisatawan. Letaknya yang berada di Lembang menunjang konsep pedesaan yang diusungnya. Pasar terapung yang ada disana merupakan pasar terapung satu-satunya di Bandung sehingga cukup menarik perhatian wisatawan. Namun pasar terapung ini tidak benar-benar terapung di tengah danau karena umumnya 46 perahu disana berada di tepi danau sehingga memudahkan pengunjung membeli apa yang diinginkan. Pemandangan Situ umar dan Tangkuban perahu dari kejauhan menambah potret keindahan di Floating Market Bandung.



Gambar II.1 Pasar Terapung di Floting Market Lembang
Sumber: http://www.floating-market-bandung.com/p/album-floating-market-bandung.html
(Diakses pada 15/6/2016)

Menurut Jhon Wiyono (2015) seperti dilansir dalam situs www.floating-market-bandung.com (23 Januari 2015), semakin *booming*-nya popularitas Floating market Lembang menjadikan Floating Market sebagai tujuan wisata tahun 2015 di Bandung. Pemandangan alam dan keunikan di Floating Market ini memang terlalu sayang untuk diabaikan. Apalagi arah Floating Market Bandung ini sama dengan Tangkuban Perahu sehingga jika ingin pergi ke Tangkuban perahu tidak ada salahnya singgah ke Floating market yang ada di kota Bandung ini.

Floating Market Lembang beralamat di Jl. Grand Hotel No.33 Lembang Kabupaten Bandung Barat. Floating Market Lembang telah menunjukan kekayaan alam yang begitu indah. Sebuah lokasi yang dahulu hanya danau kecil biasa kini telah menjadi sebuah sarana rekreasi dengan konsep lain dari yang lain. Pengelola dengan jeli memilih tema pasar terapung yang memang belum ada di Bandung dan sekitarnya.

II.2.1 Wahana di Floting Market Lembang

Berikut ini merupakan wahana-wahana yang ada di Floating Market Lembang.

1. Taman Kelinci

Kelinci merupakan hewan mamalia dan umumnya dipelihara orang di rumah. Namun pengunjung yang tidak biasa dengan kelinci bisa bermain dan berinteraksi dengan kelinci di taman ini. Taman Kelinci Floating Market ini banyak dikunjungi oleh anak-anak. Harga tiket masuk taman kelinci sebesar Rp.20.000/orang. Pengunjung akan mendapatkan dua wortel sebagai makanan kelinci dengan tidak ada batasan waktu.



Gambar II.2 Taman Kelinci
Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2016

2. Taman Angsa

Selain taman kelinci di Floating Market Lembang ini juga ada taman angsa. Pengunjung bisa bebas memberi makan kepada angsa dengan membeli makanan angsa seharga Rp.5.000.



Gambar II.3 Taman Angsa
Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2016

3. Taman Batu

Taman yang berisi beberapa jenis batu yang memang sangat unik dan pastinya tidak mudah ditemukan. Saat pandangan pertama tentu akan terbawa pada nuansa taman di Jepang yang memang banyak mengandung unsur batu, tanaman dan air. Batu marmer berdiri kokoh dengan warna khas yang anggun dipadu dengan latar belakang tanaman bunga dengan penataan yang telah dirancang tinggi rendahnya agar sedap dipandang mata membuat semua pengunjung tempat wisata ini semakin betah berlama lama disini.

Terdapat pula sebuah batu yang dari bagian atas batu mengeluarkan air hingga jatuh bagaikan air terjun mini dengan gemercik airnya jatuh pada kolam kecil yang melingkupi semua bebatuan di Taman Batu Floating Market ini.



Gambar II.4 Taman Batu
Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2016

4. Taman Miniatur Kereta Api

Taman Miniatur Kereta Api Floating Market yang disajikan lengkap dengan pernak perniknya ini tampak begitu menarik karena seolah benar-benar hidup. Pengerjaan dengan detil yang baik menghasilkan karya seni yang pantas dipertontonkan khalayak umum. Apalagi untuk anak-anak ini menjadi sebuah pengalaman tersendiri yang begitu berbeda.



Gambar II.5 Taman Miniatur Kereta Api
Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2016

Didirikan didalam lokasi wisata floating market Lembang yang mencapai dua hektar, Taman Miniatur Kereta Api Floating Market sangat tepat dijadikan tujuan wisata terutama anak anak. Taman ini akan memicu daya kreatifitas pada anak serta bisa menginspirasi mereka untuk membuat permainan yang lebih baik dibandingkan dengan permainan video game yang ada di HP atau tablet. Sesungguhnya permainan seperti ini harus lebih dikembangkan dan di sosialisasikan karena aktifitasnya meliputi fisik dan pikiran. Jelas berbeda jauh efeknya bila dibandingkan dengan video game yang hanya duduk menyebabkan fisik dan pikiran tidak sehat karena tingkat ketagihannya yang tinggi. Permainan ini bisa membuat anak menjadi lebih kreatif.

Di Taman Miniatur Kereta Api Floating Market ini terdapat segala macam benda yang berhubungan dengan kereta api sungguhan. Bedanya pada ukuranya saja yang lebih kecil sekitar perbandingan 1:24 dari kereta api sungguhan. Terdapat pula ornamen pelengkap yang terdiri dari rel, lembah, gunung, stasiun kereta api, menara pengawas, pom bensin, terowongan dan lain-lain. Ketika pengunjung mengambil gambar dengan kamera maka kesan nyata dari miniatur ini semakin kuat. Untuk memasuki taman ini dikenakan harga tiket sebesar Rp.25.000/orang. Di dalam lokasi taman ini pengunjung bisa bermain sepuasnya.

Sepulang dari lokasi taman miniatur pengunjung bisa membeli oleh-oleh cindera mata yang sangat khas sebagai tanda telah berkunjung ke taman miniatur ini. Suasana mirip dengan Bandung Barat sengaja dibuat untuk menarik perhatian pengunjung karena tempat ini memiliki keindahan alam yang sangat baik.

5. Tempat Mewarnai Keramik

Tempat mewarnai keramik di Floating Market Lembang bagus untuk anak-anak dan orang dewasa. Pengunjung bisa mewarnai keramik dan hasilnya bisa dibawa pulang dengan tiket sebesar Rp.60.000/orang.



Gambar II.6 Tempat Mewarnai Keramik
Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2016

6. Kolam Ikan

Di Floating Market Lembang juga ada kolam ikan. Pengunjung bisa memberi makan ikan dengan seharga Rp.5.000. Di dalam wahana ini terdapat berbagai jenis ikan, seperti ikan mas, ikan koi, dan sebagainya.



Gambar II.7 Kolam Ikan
Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2016

7. Kampung Leuit

Leuit adalah tempat penyimpanan padi yang biasa terdapat di daerah Pasundan, merupakan bangunan sunda yang biasanya bangunan ini terdiri dari tiang-tiang kayu. Dindingnya menggunakan bilik bambu, sementara atapnya menggunakan ijuk. Wahana Kampung Leuit ini berada di dalam objek wisata buatan Floating Market Lembang yang menyuguhkan nuansa pedesaan. Leuit yang ada memang tidak difungsikan sebagaimana orang-orang Sunda zaman dulu yaitu memanfaatkan Leuit sebagai tempat menyimpan cadangan atau stok gabah, namun hanya sebuah bangunan sebagai bentuk visualisasi dari bentuk asli bangunan Leuit.

Kampung Leuit ini digagas para seniman seni Sunda asal Lembang yang tergabung dalam Paguyuban Masyarakat Peduli Seni dan Budaya (PMPSB) Lembang. Wahana ini juga merupakan bentuk kepedulian manajemen Floating Market untuk mewadahi para seniman asli Lembang dalam berkreasi.



Gambar II.8 Kampung Leuit
Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2016

8. Kereta Air

Wanaha ini maksimal hanya bisa digunakan oleh 1 orang dewasa dan 1 anak, atau 2 anak dengan berat maksimal 80kg. Selain itu ada perahu yang memuat penumpang minimal 5 orang dan kereta bisa berangkat. Waktu berangkat kurang lebih 20 menit dengan harga tiket Rp.20.000/orang.



Gambar II.9 Kereta Air
Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2016

9. Jajanan Tradisional Sunda

Floating Market Lembang terkenal dengan pasar terapungnya. Di kawasan pasar terapung ini banyak penjual makanan atau jajanan yang dijual di atas perahu. Banyak macam-macam makanan tradisional Sunda yang jual di sini. Diantaranya Siomay, Batagor, Colenak, Pekmpek, Lotek, dan masih bayak lagi. Rata-rata makanan ini dijual dengan harga sekitar Rp.10.000 sampai dengan Rp.35.000.



Gambar II.10 Jajanan Tradisional Sunda
Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2016

10. Joglo dan Gazebo

Keunikan lain dari tenpat wisata Floating Market Lembang ini adalah adanya Joglo dan Gazebo yang sengaja di tempatkan di sekeliling danau. Pengunjung akan dibuat nyaman dan serasa tidak mau beranjak meninggalkan tempat wisata tersebut yang semakin diminati wisatawan dari seluruh negeri dan juga manca negara. Sambil menikmati pemandangan, pengunjung bisa bersantai di Joglo dan Gazebo yang dirancang dengan apik sehingga membuat suasana sangat berkesan.



Gambar II.11 Joglo dan Gazebo
Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2016

II.3 Data Lapangan

Dalam perancangan ini sebelumnya dilakukan penelitian menggunakan metode observasi dengan tujuan dapat menguraikan atau memaparkan beberapa hasil dari pegumpulan data penelitian. Selain itu juga dilakukan metode wawancara yang digunakan untuk mendapatkan keterangan tentang Floating Market Lembang dengan cara lisan.

II.3.1 Jenis dan Sumber Data

- Data Primer

Data primer adalah informasi yang diperoleh dari sumber-sumber, yakni yang asli, informasi langsung dari tangan pertama atau responden. Dalam penelitian ini, data primer didapatkan berupa hasil observasi berupa hasil orservasi langsung di kawasan Floating Market Lembang yaitu, kondisi alam, zona kawasan dan wahana di kawasan Floating Market Lembang.

- Data sekunder

Data sekunder adalah informasi atau data-data yang diperoleh tidak secara langsung dari responden. Sumber-sumber lain yang mempunyai yang sama dan mendukung penelitian, yang diperoleh dari berbagai sumber dari catatan maupun jurnal ilmiah yang berkaitan dan mendukung dalam penelitian.

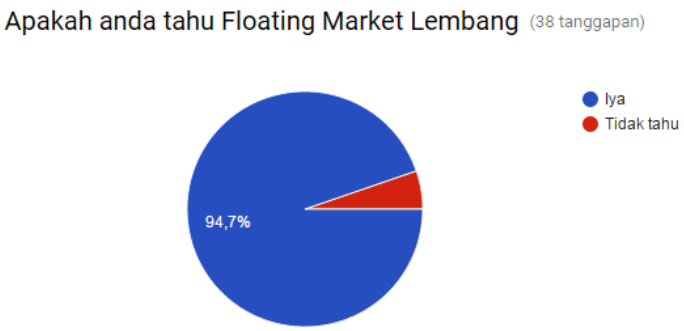
II.3.2 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

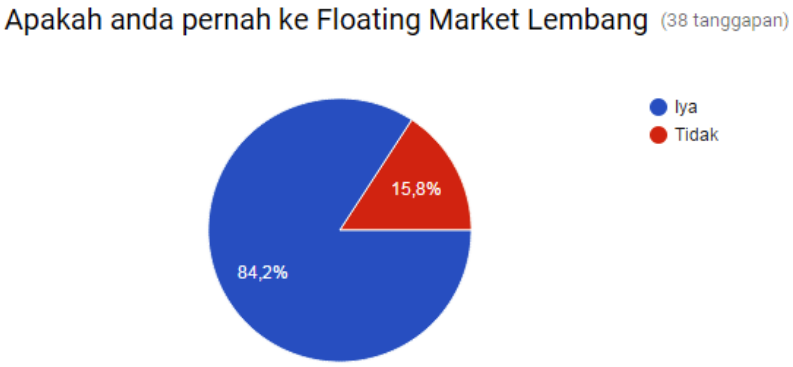
1. Observasi lapangan suatu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengunjungi tempat yang menjadi objek penelitian. Fokus dalam penelitian adalah daya dukung pariwisata berdasarkan luasan yang di butuhkan wisatawan.
2. Studi dokumentasi, adalah suatu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan mengambil foto kemudian mengarsipkan objek penelitian.
3. Pengumpulan data bersumber dari website dan dari pihak Floating Market Lembang.

II.3.3 Data Kuisioner

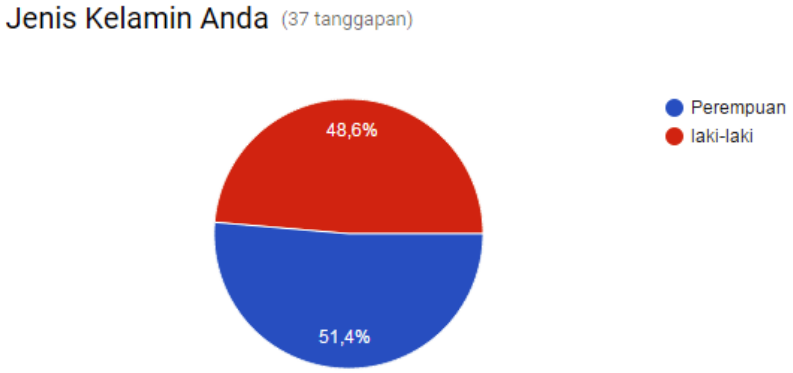
Hasil penelitian terhadap 38 responden.



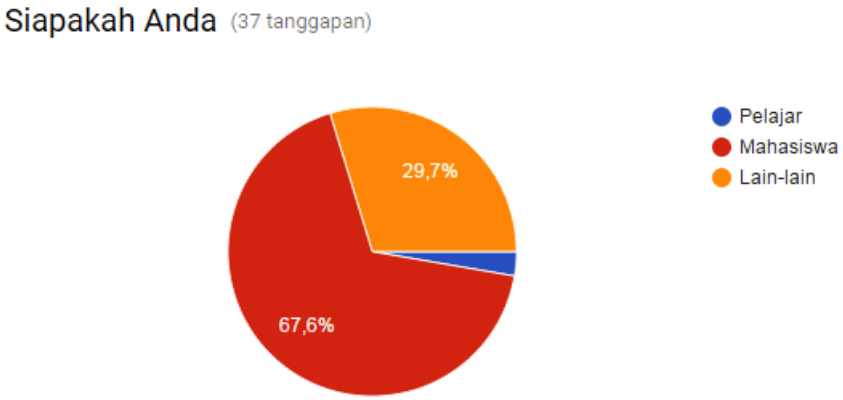
Gambar II.12 Hasil Kuisioner Pengetahuan Responden tentang Floating Market Lembang
Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2016



Gambar II.13 Hasil Kuisioner Kunjungan Responden ke Floating Market Lembang
Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2016



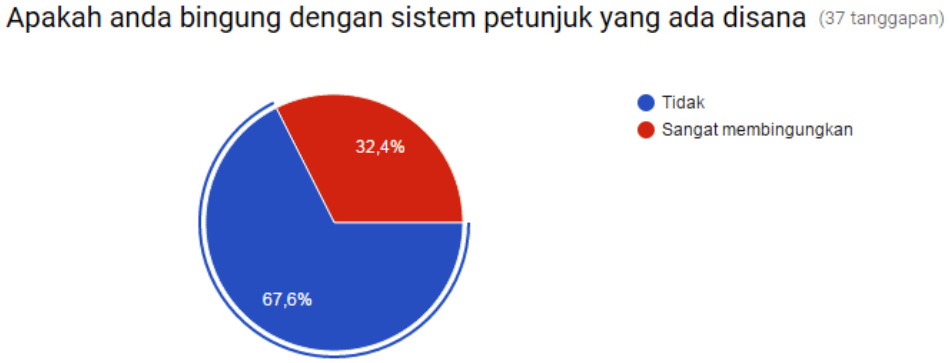
Gambar II.14 Hasil Kuisioner Berdasarkan Jenis Kelamin
Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2016



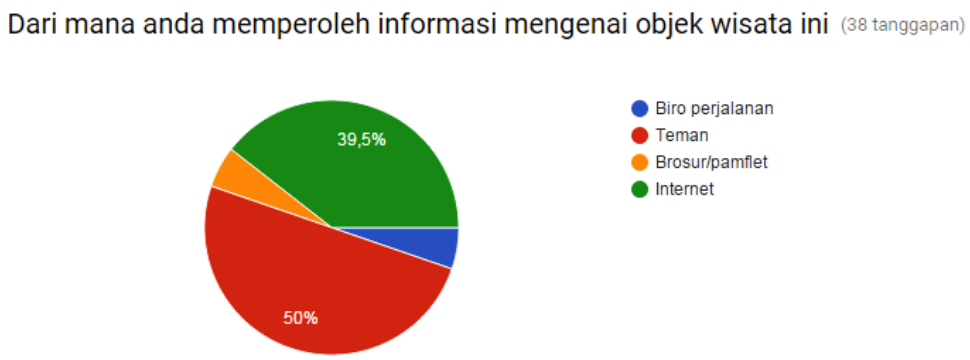
Gambar II.15 Hasil Kuisioner Berdasarkan Jenis Pekerjaan
Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2016



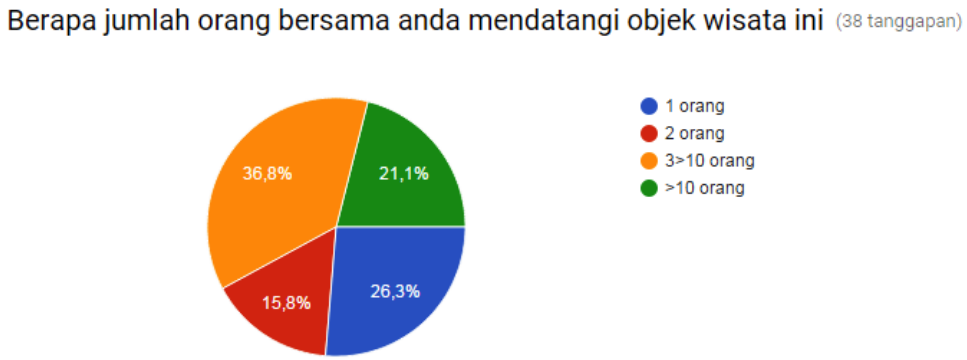
Gambar II.16 Hasil Kuisioner Berdasarkan Jumlah Kunjungan
Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2016



Gambar II.17 Hasil Kuisioner Mengenai Sistem Petunjuk Lokasi Floating Market Lembang
Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2016



Gambar II.18 Hasil Kuisioner Mengenai Informasi Tempat Wisata Floating Market Lembang
Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2016



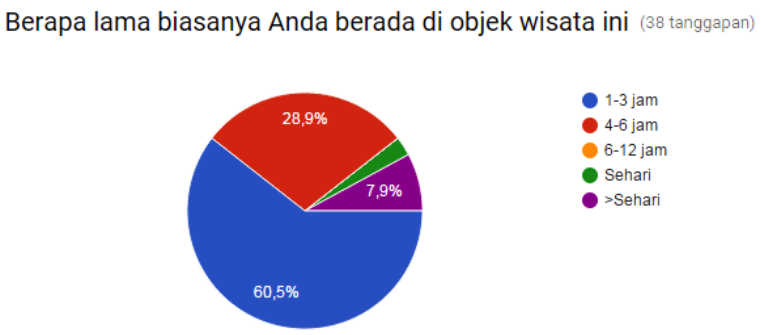
Gambar II.19 Hasil Kuisioner Jumlah Pengunjung
Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2016



Gambar II.20 Hasil Kuisioner Waktu Kunjungan
Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2016



Gambar II.21 Hasil Kuisioner Waktu Kunjungan yang Sering Dilakukan
Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2016



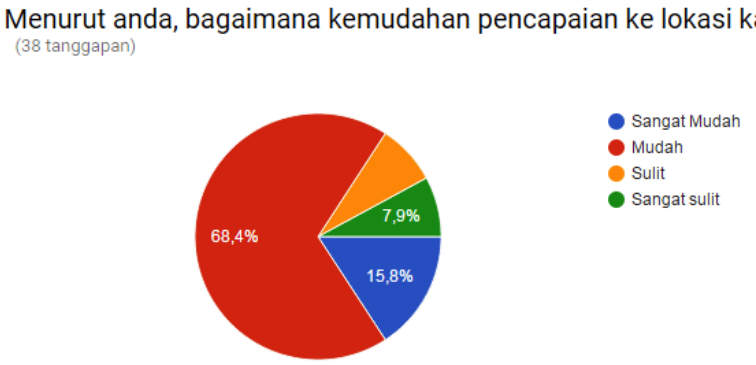
Gambar II.22 Hasil Kuisioner Lama Kunjungan
Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2016



Gambar II.23 Hasil Kuisioner Mengenai Transportasi yang Digunakan
Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2016



Gambar II.24 Hasil Kuisioner Mengenai Lama Perjalanan Ke Floating Market Lembang
Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2016



Gambar II.25 Hasil Kuisioner Mengenai Akses Lokasi
Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2016

II.4 Analisis

Dari hasil pengamatan data lapangan, dapat disimpulkan bahwa masih banyak wisatawan atau pengunjung yang belum mengetahui informasi mengenai objek wisata Floating Market Lembang. Berdasarkan hasil kuisioner sebanyak 32,4% pengunjung masih bingung tentang sistem petunjuk yang ada disana. Selain itu pengunjung juga kesulitan untuk memperoleh informasi mengenai lokasi wahana yang ada di kawasan Floating Market Lembang.

II.5 Resume

Berdasarkan analisis yang dilakukan, maka perlu dibuatnya media yang dapat memberikan informasi mengenai lokasi wahana-wahana yang ada di kawasan Floating Market Lembang. Sesuai dengan permasalahan yang terjadi, penulis memilih media Infografis sebagai media yang menjadi solusinya. Karena dengan infografis, informasi yang disampaikan dapat menjadi lebih menarik karena terdapat ilustrasi gambar di dalamnya. Selain itu juga konten dari infografis sangat sesuai dengan peta lokasi yang menggambarkan lokasi dari wahana yang terdapat di sekitar kawasan Floating Market Lembang.

II.6 Teori Umum

II.6.1 Desain Komunikasi Visual

Media komunikasi visual adalah sarana informasi yang dapat dilihat dan dapat menginformasikan suatu maksud atau pesan yang ingin di sampaikan. Media-media yang dirancang tentu tidak dapat terlepas dari unsur-unsur desain yang mendukung, diantaranya: ilustrasi, teks, huruf/tipografi, warna dan media.

Desain Komunikasi Visual juga dapat diartikan ilmu yang mempelajari konsep komunikasi dan ungkapan kreatif, teknik dan media untuk menyampaikan pesan dan gagasan secara visual, termasuk audio dengan mengolah elemen desain grafis berupa bentuk dan gambar, huruf dan warna, serta tata letaknya, sehingga pesan dan gagasan dapat diterima oleh sasarannya.

Desain grafis biasa juga disebut dengan desain komunikasi visual dengan wilayah jelajah yang relative luas, mulai dari merancang *cover* buku dan berikut *layout* halaman isinya, majalah, koran, tabloid, *cover* kaset, CD, VCD, DVD, kalender, brosur, *leaflet*, katalog pameran, *stationary*, desain website, logo, peta lokasi, *brandname*, kemasan, poster, serta banyak lagi ragamnya.

II.6.2 Infografik

Menurut Newsom (2014), infografik adalah representasi visual informasi, data atau ilmu pengetahuan secara grafis. Grafik ini memperlihatkan informasi rumit dengan singkat dan jelas seperti pada papan, peta, jurnalisme, penulisan teknis, dan pendidikan. Melalui infografik, ilmuwan komputer, matematikawan dan statistikawan mampu mengembangkan dan mengomunikasikan konsep menggunakan satu simbol untuk memproses informasi.

Saat ini, infografik ada di segala bentuk media, mulai dari hasil cetakan biasa dan ilmiah hingga papan dan rambu jalan. Infografik mengilustasikan informasi yang memiliki sedikit teks, dan berperan sebagai ringkasan visual untuk konsep sehari-hari seperti rambu berhenti dan jalan.