

BAB I. PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang Masalah

Dewasa ini pariwisata memiliki peranan yang sangat penting untuk membantu memajukan perekonomian di suatu negara. Selain dengan mendatangkan pengunjung dari berbagai daerah, pariwisata juga dapat membuka lapangan pekerjaan bagi beberapa orang terutama masyarakat sekitar yang ikut mengelola tempat pariwisata tersebut. Pariwisata merupakan kegiatan mengunjungi suatu tempat dengan tujuan mengisi waktu luang, olahraga, studi, pekerjaan dan tujuan lainnya yang dapat menguntungkan bagi pelakunya baik secara psikis maupun fisik dalam jangka waktu tertentu (Isdarmanto, 2017, h.3). Dalam kata lain pariwisata adalah kegiatan yang dilakukan oleh satu atau sekelompok orang yang melakukan kunjungan pada suatu tempat tertentu dengan tujuan rekreasi, menghilangkan penat, bersantai, dan meluangkan waktu untuk kebahagiaan diri sendiri. Tempat yang dikunjungi biasanya memiliki keindahan alam atau keunikan tertentu dan disebut objek wisata sedangkan orang yang mengunjungi tempat tersebut disebut sebagai wisatawan.

Kota Bandung termasuk salah satu kota yang cukup banyak memiliki objek wisata yang menarik dan sangat layak untuk dikunjungi. Baik itu objek wisata buatan maupun objek wisata alami. Objek wisata di Kota Bandung terkenal dengan udaranya yang sejuk dan berada dikawasan pegunungan yang membuat wisatawan lokal maupun luar tertarik untuk melakukan kegiatan wisata di Kota Bandung.

Wisata Batu Kuda adalah salah satunya, objek wisata ini terletak di daerah Bandung Timur. Selain memiliki *spot* foto yang unik, objek wisata ini juga memiliki keindahan alam dengan area hutan pinusnya yang terhampar luas, udara yang sejuk dan juga terletak di kaki gunung Manglayang.

Berdasarkan data awal penelitian tentang Objek Wisata Batu Kuda (Ardianto, 2021) didapatkan suatu permasalahan yang terjadi di Wisata Batu Kuda ini secara aktual yaitu tidak aktifnya pihak pengelola dalam mempromosikan Wisata Batu Kuda dalam sosial media. Sehingga orang-orang hanya mengetahui melalui mulut ke mulut atau melihat foto pengunjung lain yang mengunjungi Wisata Batu Kuda ini.

Sedangkan permasalahan yang terjadi di Wisata Batu Kuda ini secara faktual, berdasarkan hasil wawancara Ardianto kepada Aan Basyuni Hudaya selaku pihak pengelola Wisata Batu Kuda. Dinyatakan bahwa untuk masalah pengunjung saat hari-hari biasa sepi tidak ramai, tetapi ketika di akhir pekan pasti pengunjung cukup ramai berdatangan. Namun kebanyakan pengunjung merupakan masyarakat sekitar mulai dari Cileunyi, Cibiru, Ujungberung, Jatinangor dan sekitarnya. Dari pernyataan ini didapatkan informasi bahwa masyarakat Kota Bandung sendiri belum mengetahui tentang keberadaan Wisata Batu Kuda.

Dalam hal ini diperlukan suatu upaya untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat Kota Bandung tentang Wisata Batu Kuda. Bentuk upaya yang dapat dilakukan yaitu berupa promosi, upaya ini sangat penting dilakukan dengan lebih terencana sehingga mencapai hasil sesuai dengan yang diinginkan. Sehingga Wisata Batu Kuda dapat lebih dikenal oleh masyarakat luas terutama masyarakat Kota Bandung sendiri. Sekaligus dapat meningkatkan jumlah pengunjung di hari biasa maupun di akhir pekan.

I.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang sudah diuraikan diatas, maka didapatkan masalah-masalah yang terdapat pada objek perancangan yakni sebagai berikut:

- Jumlah kunjungan yang kurang stabil di hari biasa maupun di akhir pekan
- Upaya promosi melalui sosial media yang kurang aktif
- Banyak masyarakat Kota Bandung yang belum mengetahui tentang Wisata Batu Kuda.

I.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah dan identifikasi masalah yang telah diuraikan diatas, maka dirumuskan sebuah permasalahan yaitu tentang bagaimana cara mempengaruhi masyarakat Kota Bandung agar memiliki keputusan untuk mengunjungi Wisata Batu Kuda

I.4 Batasan Masalah

Permasalahan yang terlihat pada Wisata Batu Kuda ini sangat berkaitan dengan pentingnya aktif dalam promosi sosial media. Agar perancangan lebih fokus dan tidak terlalu luas maka permasalahan dibatasi hanya membahas tentang cara menarik perhatian masyarakat Kota Bandung melalui sosial media dengan memperkenalkan sarana dan fasilitas yang terdapat di Wisata Batu Kuda.

I.5 Tujuan dan Manfaat Perancangan

Berdasarkan rumusan masalah yang telah didapat, adapun tujuan dari perancangan ini adalah untuk memajukan Wisata Batu Kuda sehingga lebih dikenal oleh masyarakat luas, terutama masyarakat Kota Bandung. Adapun manfaat dari perancangan ini adalah sebagai berikut:

- Bagi Wisata Batu Kuda, dapat menjadi wisata yang dikenal oleh banyak masyarakat yang berada di dalam maupun luar Kota Bandung. Sekaligus meningkatkan jumlah pengunjung meningkat dari berbagai daerah, baik dari dalam maupun luar Kota Bandung.
- Bagi perancang, dapat memahami secara jelas bagaimana melakukan sebuah promosi terhadap objek wisata dengan baik dan terencana sehingga mencapai hasil sesuai yang diinginkan dan juga sebagai pengalaman dalam merancang suatu promosi objek wisata.
- Bagi masyarakat, dapat mengetahui Wisata Batu Kuda dan menjadikannya pilihan destinasi wisata yang harus dikunjungi di kemudian hari.
- Bagi keilmuan, dapat menjadi sebuah referensi sebagai sumber pembelajaran bagi yang akan merancang mengenai promosi khususnya berupa video iklan yang berkaitan dengan objek wisata.