

BAB I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Indonesia memiliki berbagai pulau, beragam pesona alam dan budaya yang dapat dijadikan sebagai destinasi pariwisata. Indonesia memiliki beragam jenis wisata seperti wisata budaya, wisata bahari, wisata alam, wisata agro, wisata ziarah dan lainnya. Wisata alam adalah sebuah perjalanan wisata seperti pegunungan, cagar alam, hutan lindung, danau, sungai dan pantai.

Pariwisata merupakan perjalanan. Seperti yang dijelaskan Dr. I Gusti dalam Yoeti (2003), Perjalanan yang dilakukan dari satu tempat ke tempat yang lain di luar tempat kediaman orang tersebut biasa tinggal. Yang bertujuan untuk bersenang-senang dan menghilangkan kepenatan dalam rutinitas sehari-hari.

Keberadaan objek wisata alam di Indonesia sangat memengaruhi perekonomian Negara, untuk meningkatkan sektor Pariwisata Kementerian Pariwisata membuat program seperti program pemasaran, penataan akses menuju objek wisata, dan mengadakan aktrasi untuk wisata olahraga ekstrem yang bertujuan untuk meningkatkan industri pariwisata di Indonesia.

Jawa Barat memiliki objek wisata alam dan olahraga Paralayang, seperti objek wisata Paralayang Gunung Panten Majalengka di kabupaten Majalengka. Pariwisata Paralayang Gunung Panten Majalengka memiliki fasilitas berupa keindahan alam dan aktrasi pariwisata olahraganya Paralayang dan Gantole. Objek wisata Paralayang Gunung Panten Majalengka terdapat di Desa Sidamukti Kecamatan Munjul, kabupaten Majalengka, berjarak kurang lebih 7 Km dari pusat kota Majalengka. Objek wisata Paralayang Gunung Panten Majalengka tergolong baru, ditemukan oleh para atlet Paralayang Majalengka pada tahun 2010, untuk dijadikan tempat latihan olah raga Paralayang dan Gantole yang kemudian menjadi tempat objek wisata dan dikelola oleh warga Desa Sidamukti.

Objek wisata Paralayang Gunung panten Majalengka dalam proses pengelolaannya menghadapi kendala yaitu, terdapat objek wisata baru disekitar objek wisata Paralayang Gunung Panten Majalengka, yaitu objek wisata Paraland yang berdampak pada terbentuknya persaingan dalam memperoleh pengunjung. Selain permasalahan tersebut pengelola objek wisata Paralayang Gunung Panten Majalengka sudah melakukan usaha promosi yang dilakukan menggunakan media konvensional seperti media spanduk, dengan jumlah yang sangat terbatas, juga telah menggunakan media digital seperti media sosial dan website sebagai media promosi namun tidak maksimal dalam pengelolaannya, selain itu strategi visual yang terdapat pada media promosi yang telah ada tersebut kurang memadai, serta penyebaran media promosi yang terbatas menyebabkan terbatasnya penyampaian pesan promosi pada khalayak sasaran. Kendala-kendala tersebut berdampak pada menurunnya tingkat pengunjung objek wisata Paralayang Gunung Panten Majalengka.

Untuk dapat menghadapi persaingan pasar dan permasalahan penurunan jumlah pengunjung diperlukan suatu solusi yang dapat menguatkan posisi objek wisata Paralayang Gunung Panten Majalengka sekaligus dapat meningkatkan jumlah pengunjung. Melalui media yang dapat secara efektif menyebarkan promosi secara meluas dan sesuai dengan perkembangan teknologi informasi, agar mudah di akses oleh khalayak sasaran. Pesan promosi perlu disampaikan dengan strategi visual yang memadai agar dapat menarik perhatian khalayak sasaran.

1.2 Identifikasi Masalah

Merujuk pada Latar Belakang di atas maka dapat diidentifikasi beberapa masalah sebagai berikut:

- Keberadaan objek wisata baru yaitu objek wisata Paraland berdampak pada terbentuknya persaingan dalam memperoleh pengunjung.

- Pengelola objek wisata Paralayang Gunung Panten Majalengka sudah melakukan usaha promosi menggunakan media spanduk, dengan jumlah yang sangat terbatas.
- Menggunakan media digital seperti media sosial dan website sebagai media promosi namun tidak maksimal dalam pengelolaannya.
- Strategi visual yang terdapat pada media promosi yang telah ada tersebut kurang memadai, sehingga tidak menarik perhatian.
- Penyebaran media promosi yang terbatas menyebabkan terbatasnya penyampaian pesan promosi pada khalayak sasaran.
- Kendala-kendala tersebut berdampak pada menurunnya tingkat pengunjung objek wisata Paralayang Gunung Panten Majalengka yang berdampak pada terancamnya keberadaan objek wisata tersebut.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, dapat disimpulkan rumusan masalah sebagai berikut:

- Bagaimana menyajikan pesan promosi melalui strategi komunikasi visual mengenai profil, keunggulan, fasilitas dan keberadaan dari objek wisata Paralayang Gunung Panten Majalengka yang dapat menarik minat khalayak sasaran.
- Bagaimana menyajikan pesan promosi melalui strategi komunikasi visual mengenai keunggulan, fasilitas dan keberadaan dari objek wisata Paralayang Gunung Panten Majalengka dengan media yang dapat secara efektif menyebarkan promosi secara meluas dan sesuai dengan perkembangan teknologi informasi, agar mudah di akses oleh khalayak sasaran.

1.4 Batasan Masalah

Permasalahan dibatasi berdasarkan objek penelitian permasalahan, lokasi penelitian permasalahan dan waktu penelitian permasalahan.

Objek penelitian permasalahan yaitu mengenai objek wisata Paralayang Gunung Panten Majalengka, yang menemui kendala dalam menghadapi persaingan pasar dan menurunnya tingkat jumlah pengunjung. Menemui kendala dalam mempromosikan keunggulan, fasilitas dan keberadaan objek wisata Paralayang Gunung Panten Majalengka.

Lokasi penelitian permasalahan dilakukan di wilayah Provinsi Jawa Barat, di sekitar Kota Majalengka pada umumnya dan khususnya di wilayah sekitar objek wisata Paralayang Gunung Panten Majalengka di Desa Sidamukti Kecamatan Munjul, Kabupaten Majalengka.

Penelitian permasalahan dan solusi perancangan dilakukan selama 5 Bulan, dari Bulan September 2018 hingga Bulan Januari 2019.

1.5 Tujuan dan Manfaat Perancangan

Tujuan dari perancangan ini di antaranya :

- Menyajikan pesan promosi melalui strategi komunikasi visual mengenai profil dan keunggulan objek wisata Paralayang Gunung Panten Majalengka.
- Menyajikan pesan promosi melalui strategi visual mengenai fasilitas yang terdapat di objek wisata Paralayang Gunung Panten Majalengka.
- Menyajikan pesan promosi melalui strategi visual mengenai keberadaan atau lokasi objek wisata Paralayang Gunung Panten Majalengka.

- Menyajikan pesan promosi mengenai profil, keunggulan, fasilitas dan lokasi objek wisata Paralayang Gunung Panten Majalengka melalui media yang sesuai dengan perkembangan teknologi informasi.

Manfaat perancangan ini diantaranya :

- Melalui sajian pesan promosi mengenai profil dan keunggulan objek wisata Paralayang Gunung Panten Majalengka, dapat dikenal oleh khalayak sasaran sebagai objek wisata yang menarik untuk dikunjungi di kabupaten Majalengka.
- Melalui sajian pesan promosi mengenai fasilitas yang terdapat di objek wisata Paralayang Gunung Panten Majalengka, dapat memberikan informasi mengenai kenyamanan objek wisata Paralayang Gunung Panten Majalengka sehingga dapat menarik minat khalayak sasaran.
- Melalui sajian pesan promosi mengenai profil, keunggulan, fasilitas dan lokasi objek wisata Paralayang Gunung Panten Majalengka melalui media yang dapat secara efektif menyebarkan promosi secara meluas dan sesuai dengan perkembangan teknologi informasi, agar mudah di akses oleh khalayak sasaran.