



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Purwakarta merupakan kabupaten dengan luas wilayah terkecil di Jawa Barat yang berjarak 80 km sebelah tenggara Kota Jakarta. Banyaknya wisatawan Jakarta yang datang ke Bandung membuat Purwakarta dikenal sebagai kota perlintasan. Hal ini disebabkan karena adanya lintasan tol menuju Bandung yaitu Tol Cipularang (Cikampek – Purwakarta – Padalarang). Keberadaan tol ini pun membuat Purwakarta menjadi jarang disinggahi. Padahal sebelum tol ini dibangun, Purwakarta merupakan kota persinggahan para wisatawan Jakarta yang ingin mencapai Bandung. Menurut Kepala Bidang Pemasaran Dinas Pariwisata Kota Bandung Kenny Dewi, di tahun 2016 total pengunjung yang datang ke Bandung sudah berjumlah kurang lebih 5 juta wisatawan (Tempo, 19 Februari 2017). Sedangkan dari data yang diberikan Menteri Pariwisata Arief Yahya, di tahun 2016 wisatawan yang datang ke Purwakarta hanya berjumlah sekitar 1 juta orang, yaitu hanya 1/5 dari jumlah wisatawan di Bandung. Kondisi ini pun berpengaruh pada terganggunya perkembangan ekonomi dari sektor pariwisata di Purwakarta.

Pemerintah Purwakarta pun sadar bahwa sektor pariwisata perlu dikembangkan agar memberi keuntungan secara ekonomi. Karena itulah bupati Purwakarta Dedi Mulyadi melakukan pembangunan di berbagai titik wisata dengan memberikan suntikan dana kepada para pihak pengelola objek wisata, salah satunya Badega Gunung Parang. Jika sebelumnya Purwakarta hanya dikenal

dengan keberadaan Waduk Jatiluhur sebagai bendungan terbesar di Indonesia, wisata kuliner Sate Maranggi, dan kerajinan Keramik Plered, kini pemerintah Purwakarta mulai memperkenalkan wisata alam pegunungannya. Di Purwakarta sendiri terdapat 3 gunung yaitu Gunung Lembu, Gunung Bongkok, dan Gunung Parang. Gunung Parang menjadi yang paling menonjol karena merupakan satu-satunya dari ketiga gunung yang menawarkan aktivitas ekstrim yaitu panjat tebing dengan cara baru yaitu menaiki tangga besi (via ferrata). Dengan ketinggian 983 mdpl, Gunung Parang juga merupakan gunung batu andesit tertinggi di Indonesia, tertinggi ke-2 di Asia, dan masuk dalam 10 besar tebing alam tertinggi di dunia. Selain wisata ekstrim, Badega Gunung Parang juga menyediakan penginapan berupa saung, meeting room, hingga lahan untuk berkemah. Hal inilah yang membuat Badega Gunung Parang dapat dinikmati oleh wisatawan dari berbagai usia.

Menurut Hj. Jajang selaku pengelola utama Badega Gunung Parang, harapan kunjungan yang diinginkan berjumlah 200 wisatawan setiap harinya. Namun dari data yang diberikan pengelola, saat ini hanya sekitar 80 wisatawan di akhir pekan dan 40 wisatawan pada hari biasa. Ditambah lagi wisatawan yang datang ke Badega Gunung Parang sebesar 80% hanya berasal dari dalam kota, atau kota yang dekat dengan Purwakarta seperti Karawang, Bekasi, dan Bandung. Menteri Pariwisata Arief Yahya pun menambahkan bahwa dalam strategi pemasaran yang berupa 4P yakni *product* (produk), *price* (harga), *place* (tempat), dan *promotion* (promosi), Purwakarta sudah memiliki 3 kekuatan tetapi masih ada 1 kelemahan yaitu promosi. Sejauh ini promosi yang dilakukan Badega Gunung

Parang hanyalah melalui media sosial instagram, brosur, spanduk, dan selebihnya melalui pembicaraan mulut ke mulut. Dengan jarak tempuh sekitar 2-3 jam dari ibukota menuju Purwakarta melalui tol dan sekitar 1 jam menuju Badega Gunung Parang, wisata ekstrim ini dapat menjadi alternatif yang menawarkan cara berbeda untuk berakhir pekan. Karena itu penulis ingin membuat rancangan promosi sebagai upaya pengoptimalan pemasaran produk dan jasa Badega Gunung Parang yang berjudul **Perancangan Promosi Wisata Badega Gunung Parang Sebagai Destinasi Alternatif di Kabupaten Purwakarta.**

### **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan di atas, maka penulis dapat menarik adanya permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana perancangan promosi wisata Badega Gunung Parang agar dikenal khususnya wisatawan Jakarta dan Indonesia sebagai destinasi alternatif di Kabupaten Purwakarta?

### **1.3. Batasan Masalah**

Agar penulisan laporan Tugas Akhir sesuai dengan tujuan yang direncanakan, maka penulis menetapkan batasan-batasan sebagai berikut:

1. Geografis
  - a. Perancangan ini hanya membahas lingkup daerah wisata Badega Gunung Parang dan lokasi sekitar yang berkaitan secara langsung dengan obyek wisata seperti perkemahan, saung, loket, dan fasilitas umum lainnya.

- b. Perancangan promosi ditujukan bagi masyarakat yang termasuk dalam status wisatawan dan tinggal di wilayah Jakarta sebagai target primer dan Indonesia sebagai target sekunder.

## 2. Demografis

- a. Perancangan promosi ditujukan pada anak muda berusia 18-25 tahun sebagai target primer dan dewasa muda berusia 26-35 tahun sebagai target sekunder. Usia tersebut dipilih karena tubuh pada usia tersebut masih termasuk kuat dan bugar untuk melakukan wisata ekstrim. Selain itu usia tersebut juga dipilih karena telah dapat memilih apa yang ingin dituju untuk liburan serta dianggap telah memiliki penghasilan atau tabungan untuk berlibur.

- b. SES (Social Economy Status) B berkisar Rp 1.800.000,00 – Rp 5.000.000,00

- c. Semua gender

- d. Semua etnis

- e. Semua agama

- f. Warga Negara Indonesia (WNI)

- g. Lulusan SMA, D3 sederajat, S1 ke atas

## 3. Psikografis

- a. Tidak takut pada ketinggian

- b. Merupakan pendaki pemula atau pendaki profesional

- c. Memiliki jiwa petualang

- d. Memiliki hobi yang berkaitan dengan gunung

- e. Travel Blogger
  - f. Fotografer
  - g. Videografer
4. Behavior
- a. Merasa bosan dengan hirup pikuk perkotaan, terutama wisata yang disuguhkan di perkotaan seperti mall dan bangunan sehingga menginginkan wisata lain seperti wisata alam atau wisata ekstrim
  - b. Senang berlibur singkat seperti pada akhir pekan sehingga mencari wisata yang dekat dan jarak tempuhnya singkat
  - c. Merasa antusias untuk mencoba tempat atau jenis wisata baru
  - d. Senang mencari informasi mengenai wisata alam, wisata minat khusus, dan wisata ekstrim

#### **1.4. Tujuan Tugas Akhir**

Merancang promosi wisata alam Gunung Parang dalam upaya mengoptimalkan promosi lokasi wisata dan jasa kepada masyarakat, khususnya Jakarta. Hal ini dapat menguntungkan kedua belah pihak yaitu pengelola wisata Badega Gunung Parang dan wisatawan di ibukota yang membutuhkan alternatif wisata ekstrim yang dekat dengan jarak tempuh singkat. Dengan demikian, Perancangan tugas akhir ini diharapkan dapat:

1. Menghasilkan sebuah promosi wisata Badega Gunung Parang agar dapat dikenal khususnya oleh wisatawan Jakarta dan Indonesia sebagai destinasi alternatif di Kabupaten Purwakarta.

### **1.1. Manfaat Tugas Akhir**

Manfaat penelitian ini penulis bagi menjadi 4 bagian. Pertama, manfaat untuk penulis adalah agar penulis dapat memiliki pengalaman melakukan riset dan perancangan untuk memecahkan masalah yang kemudian akan berguna bagi penulis saat masuk ke masa kerja. Penulis juga bisa mendapatkan informasi baik dari teori pendukung yang penulis gunakan pada penelitian ini, informasi dari dosen dan para ahli, hingga sudut pandangan dari pengelola tempat wisata hingga pengunjungnya. Kedua, bagi pengelola Badega Gunung Parang penulis berharap penelitian ini dapat menjadi awal untuk melakukan promosi demi meningkatnya pengunjung Badega. Penelitian ini juga menghasilkan beberapa data hasil riset yang penulis lakukan kepada target audiens sehingga dapat bermanfaat sebagai acuan dasar akan apa yang diinginkan target. Ketiga, yaitu kepada calon pengunjung, penulis berharap judul Tugas Akhir yang penulis lakukan ini dapat menambah pengetahuan dengan memberi informasi mengenai keberadaan Badega Gunung Parang. Yang terakhir bagi universitas, manfaat tugas akhir ini dapat berupa acuan untuk adik kelas yang selanjutnya ingin menyempurnakan maupun mengambil topik mengenai pariwisata ataupun promosi tempat wisata.

U M N  
U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A