

# JURNAL

Kabupaten Tegal merupakan salah satu daerah yang berpotensi khususnya di sektor pariwisata. Salah satunya adalah kawasan wisata Guci. menurut website resmi Dinas Budaya dan pariwisata Kabupaten Tegal Kawasan wisata Guci merupakan kawasan wisata yang berada di desa Guci Kecamatan Bumijawa yaitu kecamatan yang paling selatan di kabupaten Tegal yang berada tepat dibawah kaki gunung Slamet dengan ketinggian  $\pm 1.500$  mdpl dengan luas 210 ha dan berjarak  $\pm 30$  Km dari kota Slawi sedangkan dari kota Tegal berjarak  $\pm 50$  Km ke arah selatan. Kawasan wisata ini menyuguhkan keindahan panorama alam yang sangat indah karena letaknya di kaki gunung dan banyak terdapat hutan pinus sehingga udara di sekitar kawasan wisata ini sangat sejuk dan segar. Kawasan wisata ini sangat perlu untuk dikembangkan guna untuk meningkatkan intensitas pengunjung, untuk itu pemerintah Kabupaten Tegal dalam hal ini Sub Dinas Pariwisata harus menitik beratkan pengembangan kawasan wisata Guci dengan berbagai langkah baik itu promosi, peningkatan pengelolaan, dan pemanfaatan SDM yang maksimal.

Salah satu upaya yang dilakukan pemerintah kabupaten Tegal dalam

memaksimalkan potensi kawasan wisata Guci adalah pembangunan *waterboom* air hangat dan wisata herbal pertama kali di Jawa Tengah untuk meningkatkan daya tarik kunjungan wisatawan nusantara. Daya tarik kunjungan wisatawan ke Guci secara keseluruhan banyak didukung oleh potensi dan karakter kawasan yang menawarkan lingkungan pegunungan dengan iklim yang sejuk serta keberadaan obyek wisata lain yang tersebar disekitarnya seperti pemandian air hangat, pasar tradisional, air terjun Jedor, hutan wisata, kolam renang, kuda wisata, bumi perkemahan, kebun sayuran dan buah, serta wisata kuliner yang beragam.

Permasalahan yang dihadapi oleh pemerintah kabupaten Tegal adalah bagaimana mempertahankan serta meningkatkan jumlah wisatawan untuk berkunjung di kawasan wisata Guci, Karena kawasan wisata Guci merupakan salah satu kawasan wisata yang paling diminati oleh masyarakat Tegal dibandingkan dengan kawasan wisata lainya yang ada di kabupaten Tegal. Kondisi obyek yang ada di kawasan Guci ini masih relatif dalam keadaan baik. Kurang efektifnya penyampaian informasi pada khalayak

sasaran. kurangnya informasi tentang apa yang ada didalam kawasan wisata mempengaruhi pada minatnya wisatawan untuk berkunjung, karena mereka cenderung beranggapan bahwa kawasan wisata Guci terkenal dengan pemandian air hangat saja, sehingga tidak tahu akan wisata pendukung lainnya yang tersebar di kawasan wisata Guci kabupaten Tegal. Letak wisata pendukung yang tersebar juga menjadi permasalahan bagi wisatawan untuk menjangkau obyek tersebut karena belum adanya sistem petunjuk arah atau *sign system* yang memadai, sehingga wisatawan banyak yang tidak mengetahui bahwa di Guci ternyata banyak obyek-obyek wisata yang lain yang tersebar dikawasan wisata, oleh karena itu wisatawan hanya berpusat pada salah satu obyek wisata yg sudah dikenal oleh wisatawan yaitu pemandian air hangat.

Berdasarkan uraian di atas, obyek wisata Guci terbilang cukup berpotensi dan stabil sebagai salah satu sumber pendapatan bagi pemerintah daerah. Perlu sebuah upaya nyata untuk meningkatkan sumber pendapatan daerah di bidang pariwisata salah satunya adalah promosi, karena dengan media promosi kita dapat menginformasikan suatu pesan kepada target audiens sehingga dapat merubah sikap menjadi berkeinginan dan minat. Jika dalam

memperkenalkan obyek wisata yang ada di sekitar kawasan berjalan dengan baik, maksud dan tujuan tersampaikan kepada masyarakat maka nama Kabupaten Tegal, khususnya kawasan wisata Guci akan semakin dikenal dan akan menjadi salah satu kota kunjungan wisata yang banyak diminati oleh wisatawan khususnya di Jawa Tengah.

### **1.1 Rumusan Masalah**

Dalam mempelajari latar belakang diatas, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa rumusan masalahnya adalah Bagaimana cara menginformasikan obyek wisata lain selain pemandian air panas yang ada dikawasan wisata Guci melalui perancangan media promosi?

### **1.2 Tujuan Perancangan**

Secara garis besar tujuan dalam perancangan dalam mempromosikan obyek wisata Guci dapat di jabarkan sebagai berikut yaitu menciptakan perancangan yang dapat menginformasikan kepada wisatawan dan calon wisatawan tentang adanya obyek wisata lain yang tersebar di kawasan obyek wisata Guci melalui perancangan media promosi.

### **1.3 Manfaat Perancangan**

Dari penelitian yang dilakukan, diperoleh berbagai manfaat yang berguna

bagi semua orang. Hal terutama yang diharapkan adalah :

#### 1.3.1 Manfaat bagi penulis :

- 1) Memberikan gambaran mengenai potensi alam yang ada di sekitar untuk dioptimalkan secara maksimal sehingga mempunyai nilai yang lebih.
- 2) Memberikan wawasan yang lebih luas dari penerapan ilmu-ilmu yang sudah diperoleh dalam perkuliahan

#### 1.3.2 Manfaat bagi mahasiswa DKV :

Dapat memberikan informasi dan sebagai referensi tentang perancangan komunikasi visual yang baik.

#### 1.4.3 Manfaat bagi wisatawan :

Wisatawan dapat mengerti akan adanya wisata pendukung yang tersebar di wilayah obyek wisata.

#### 1.4.4 Manfaat bagi instansi pemerintahan Kabupaten Tegal :

Dapat mengoptimalkan dalam hal pembangunan, perawatan serta dalam program promosi sehingga memunculkan daya tarik untuk meningkatkan wisatawan yang berkunjung.

### 1.5 Batasan Perancangan

Dalam penyusunan proposal ini penulis memfokuskan pada bagaimana cara untuk menginformasikan kepada wisatawan dan calon wisatawan yang berkunjung

bahwa bahwa di kawasan obyek wisata guci bukan hanya pemandian air panas saja melainkan ada obyek wisata lain yang tersebar serta adanya unsure seni dan budaya di kawasan wisata Guci kabupaten Tegal sehingga dapat menarik calon wisatawan yang akan berkunjung.

### 2.1 Data Klien

#### 2.1.1 Nama instansi

Objek wisata Guci di Kabupaten Tegal dibawah arahan instansi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Tegal.

#### 2.1.2 Lokasi instansi

Alamat : Dinas Pariwisata  
dan Kebudayaan, Jl. A.  
Yani No. 19  
Slawi

Telpon : No. telp: (0283)  
491827

Situs Resmi :

<http://www.disparbud.tegalkab.go.id/>

#### 2.1.3 Tinjauan tentang instansi

Kegiatan sektor pariwisata di Indonesia telah menunjukkan peranan yang penting dalam menggerakkan kegiatan perekonomian nasional melalui kontribusinya terhadap pendapatan devisa negara, pendapatan daerah, kesempatan

berusaha dan penyerapan tenaga kerja. Dalam rangka peningkatan sektor pariwisata dalam menunjang kegiatan perekonomian daerah, pendapatan daerah dan kesejahteraan masyarakat Kabupaten Tegal perlu adanya peningkatan arus kunjungan wisata ke Kabupaten Tegal.

Adanya perkembangan pendapatan masyarakat, perjalanan dan rekreasi sudah menjadi kebutuhan bagi masyarakat. Hal ini akan mendorong masyarakat untuk berkunjung ke objek-objek wisata. Kawasan Obyek wisata Guci cukup berpotensi karena mempunyai obyek wisata tersebar yang indah. Potensi dan kondisi kawasan wisata Guci tersebut didukung pula oleh potensi seni dan budaya yang cukup baik untuk dikembangkan sebagai atraksi wisata seni dan atraksi / objek wisata budaya yang dapat menunjang peningkatan daya tarik wisata Guci di Kabupaten Tegal.

Kondisi dan potensi kawasan wisata Guci Kabupaten Tegal tersebut perlu didukung oleh upaya – upaya pengembangan dan penataan potensi pariwisata seni dan budaya secara insentif guna menunjang peningkatan arus kunjungan wisatawan.

#### 1) Pemandian Pancuran 13

Pemandian terbuka pancuran 13, yang merupakan obyek yang

paling vital yaitu pemandian air panas yang bersifat umum yang memilikisuhu yang berbeda di setiap pancurnya yang di percaya masyarakat dapat menyembuhkan penyakit.

#### 2) Hutan Pinus

Hutan pinus yang berada disekitar kawasan patut dicoba dengan nuansa yang hijau beserta kesejukan udara didalamnya.

#### 3) Air terjun Jedor

Air terjun curug jedor merupakan salah satu obyek wisata yang berada di kawasan wisata Guci tegal yang berdampingan dengan hutan pinus dengan udara yang sejuk.

#### 4) Air Terjun Curug Kembar

Air terjun curug kembar mnjadi salah satu obyek yang belum dikenal banyak oleh para wisatawan karena letaknya yang cukup jauh dari kawasan kita harus mendaki bukit agar dapat melihat air terjun curug kembar tersebut.

#### 5) Pasar Tradiional

Pasar tradisional merupakan alternative bagi para wisatawan jika ingin membawa oleh-oleh

seperti sayuran dan buah yang segar serta souvenir khas wisata Guci.

6) Kebun Strawberry

Kawasan wisata Guci juga menawarkan adanya agro wisata kebun strawberry dimana wisatawan ingin melihat suasana kebun strawberry ini bahkan bisa memetik sendiri untuk dijadikan oleh-oleh.

7) *Hot Water Boom* Guciku

*Hot water* ini merupakan *waterboom* air hangat pertama di Jawa Tengah wisatawan dapat merasakan sensasi *hot waterboom* Guciku yang ada di kawasan wisata Guci.

8) Kuda Wisata

Kuda wisata merupakan salah satu wahana yang dapat pengunjung nikmati di objek wisata Guci. Kuda wisata dapat mengantar pengunjung berkeliling menikmati pemandangan di sekitar area kawasan Guci dengan menggunakan kuda.

2.5.2.1 Target pemasaran

Target pemasaran kawasan wisata Guci Kabupaten Tegal saat ini fokus di luar Kabupaten Tegal seperti Kota Purwokerto,

Pemalang yang masih mencakup Jawa Tengah.

2.5.2.2 Besar pangsa pasar

Untuk pangsa pasar kedepan objek wisata di Kabupaten Tegal bisa menguasai wilayah Jawa Tengah terutama luar kabupaten Tegal karena melihat potensi dikawasan wisata yang terbilang cukup variatif dengan tersebarnya obyek wisata yang tersebar sehingga pengunjung tidak jenuh dengan satu obyek wisata saja.

2.5.2.3 Market segmentation

Segmentasi pasar yang dituju oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Tegal adalah masyarakat yang ingin berwisata atau menyegarkan pikiran di semua kalangan dan lapisan masyarakat.

2.5.2.4 Geografi

Segmentasi pasar berdasarkan segi geografi dari objek wisata Kabupaten Tegal ini adalah di dekat kota Slawi yang merupakan daerah strategis bagi banyak orang yang masih di wilayah Jawa Tengah.

2.5.2.5 Demografi

Usia	: Semua Usia
Jenis Kelamin	: Laki-laki dan Perempuan
Pekerjaan	: Pelajar, Mahasiswa, Pegawai, dll.
Strata sosial	: Semua
Kalangan masyarakat	

### 2.5.2.6 Psikografi

Segmentasi pasar jika dilihat dari segi psikografinya, kawasan wisata Guci Kabupaten Tegal ini ditujukan pada masyarakat yang lelah dan penat pada pekerjaan dan kesehariannya sehingga ingin menyegarkan pikiran dengan mengunjungi tempat wisata dengan gaya hidup yang sibuk seperti di perkotaan.

#### 1) Strategi S – O

- a. Minat masyarakat sekarang yang cenderung senang melakukan rekreasi menjadikan kawasan wisata Guci tujuan masyarakat karena mempunyai potensi pada setiap obyek yang tersebar. (S1,O1)
- b. Karena mempunyai kelebihan pada seni, budaya, histori yang kental kawasan guci menjadi tujuan wisatawan domestic maupun mancanegara. (S2,O2)
- c. Keunikan kawasan wisata Guci menjadikan wisatawan tertarik pada waterboom yang pertama di Jawa Tengah. (S3,O2)

Jenis media yang digunakan antara lain yaitu :

#### 1) Website wisata Guci

Pemilihan media website merupakan hal yang paling tepat sebagai pemasaran Sasaran dari media ini, karena website salah satu media yang gampang di akses yaitu masyarakat yang mengunjungi situs web kawasan wisata Guci, selain itu penggunaan website untuk meminimalisir biaya promosi.

#### 2) Brosur

Pemilihan media brosur merupakan media yang cukup informatif karena media ini bisa langsung tertuju bagi wisatawan yang akan berkunjung terutama pada kalangan menengah kebawah dengan tingkat pendidikan yang rendah yang kurang tau akan teknologi informasi seperti internet, sehingga media ini bisadikatakan mampu menginformasikan kepada wisatawan.

#### 3) Peta kawasan wisata

Kurangnya informasi pada kawasan wisata menjadikan wisatawan tidak bisa menjangkau obyek wisata yang tersebar hal ini di buktikan

kurangnya sign system yang memadai.oleh karena itu perlu adanya Peta kawasan wisata dikatakan mampu menginformasikan kepada wisatawan yang berkunjung sehingga wisatawan dapat memaksimalkan dalam berekreasi.

#### 4) Kaos

Karena media ini dapat dijadikan souvenir dan dijadikan sebagai hadiah atau doorprise ketika pengelola menyelenggarakan event seperti adat ruwat bumi yang akan diselenggarakan setiap tahunya.

#### 5) Sticker

Sticker bisa dijadikan media promosi dalam memperluas pemasaran karena dapat menjangkau wisatawan yang datang dari luar kota. Sasaran media ini yaitu masyarakat yang berkunjung ke

kawasan wisata guci saat pembayaran tiket masuk di loket pembayaran.

#### 6) X- banner

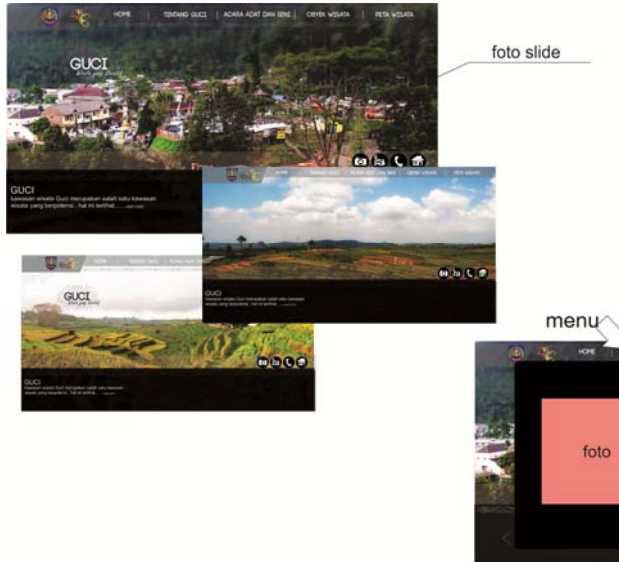
Pemilihan media ini digunakan untuk acara atau event yang diselenggarakan oleh pihak pengelola seperti acara ruwat bumi ataupun pameran wisata dll. Sasaran dari media ini yaitu masyarakat yang mengunjungi stand Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dan di kantor UPTD Guci.

#### 7) Spanduk MMT

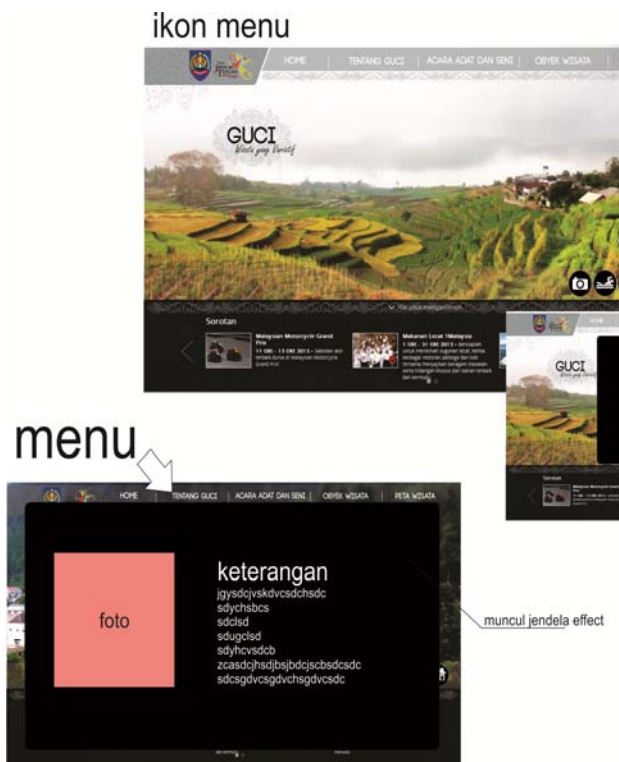
Sasaran dari media ini yaitu masyarakat yang mengunjungi stand Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dan di kantor pengelola kawasan wisata UPTD Guci

## 4.1 Final desain

### 1.3.1 Website

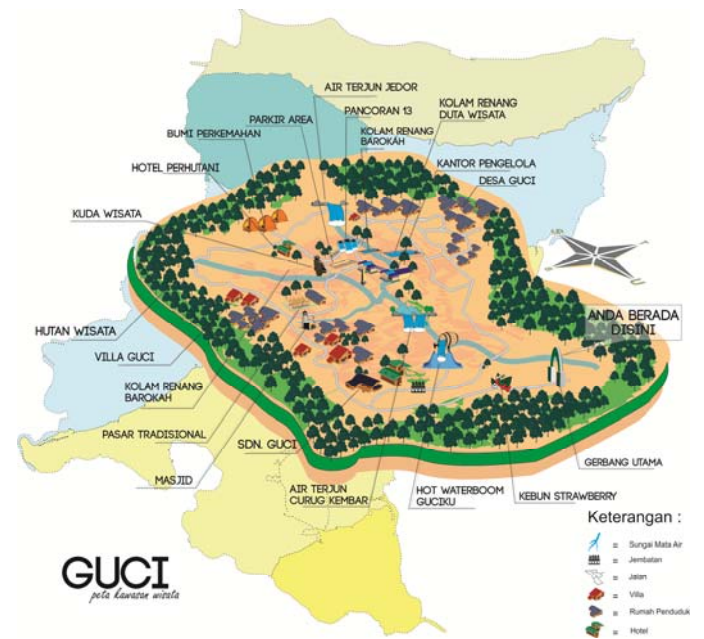


Gambar 4.23 final design website home



Gambar 4.24 final design website menu

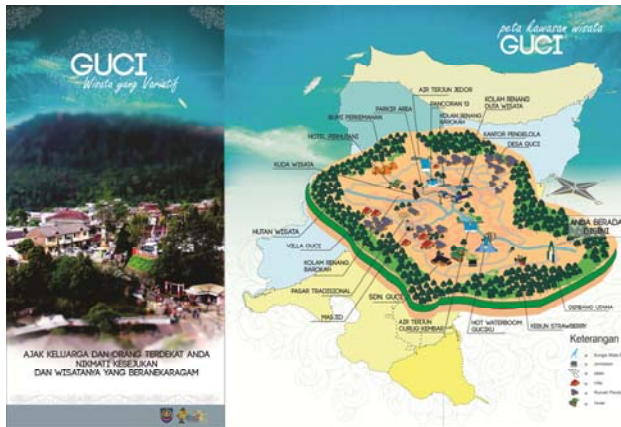
### 1.3.2 Peta kawasan wisata



Gambar 4.25 final design peta

### 1.3.3 Brosur





Gambar 4.26 final design brosur



### 1.3.4 Kaos



Gambar 4.27 final design kaos

### 1.3.5 Sticker



Gambar 4.28 final design sticke

### 1.3.6 X-banner



Gambar 4.29 *final design x-banner*

### 1.3.7 Spanduk MMT



Gambar 4.30 *final design spanduk*

## BAB V PENUTUP

### 5.1 Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan yang dapat diambil dari perancangan ini adalah dengan latar belakang Kawasan wisata Guci kabupaten Tegal yang sebagian dari wisatawan hanya mengenal kawasan wisata Guci ini dengan pemandian air panasnya dan tidak mengerti obyek wisata lain yang tersebar di kawasan wisata Guci karena kurangnya informasi yang dimiliki oleh pihak pengelola yang dapat mengakibatkan menurunnya jumlah

wisatawan yang berkunjung khususnya wisatawan lokal dari luar daerah. Dengan terciptanya media promosi ini diharapkan mampu menginformasikan kepada wisatawan maupun calon wisatawan yang akan berkunjung tentang adanya obyek wisata lain yang tersebar dikawasan wisata Guci kabupaten Tegal.

Media promosi kawasan wisata Guci tersebut dikemas dalam beberapa media yang sesuai dan diharapkan mampu menginformasikan kepada wisatawan dan dapat menarik minat wisatawan untuk berkunjung ke kawasan wisata Guci kabupaten Tegal. Media promosi yang dibuat diantaranya adalah website Guci, Peta kawasan wisata, brosur, kaos, sticker, x-banner, dan spanduk mmt yang nantinya akan di bagikan kepada wisatawan dan beberapa media akan digunakan untuk event tertentu seperti acara adat dan budaya tahunan Ruwat Bumi yang diadakan setiap tahun baru islam atau lebih dikenal bulan Sura. Langkah ini diharapkan menjadi awal langkah yang baik dan untuk meningkatkan pendapatan Negara khususnya pemerintah kabupaten Tegal serta menjadikan kawasan wisata Guci sebagai tujuan wisata faforit bagi wisatawan.

Saran yang dapat disampaikan dalam perancangan ini diantaranya untuk menjaga

dan merawat kawasan wisata Guci kabupaten Tegal untuk semua pihak yang didalamnya ataupun wisatawan yang berkunjung di kawasan wisata Guci kabupaten Tegal.

Akhir kata penulis berharap hasil perancangan ini agar bisa benar-benar berguna baik kepada pembaca mahasiswa-mahasiswa UDINUS maupun target *audience* dan target *market* dan juga pihak pengelola (UPTD Guci) dan dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Tegal.