

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan Negara kepulauan yang memiliki kekayaan sumberdaya alam (SDA) yang sangat berlimpah. Beragam budaya, tradisi, dan etnis setiap daerah menjadi keunikan tersendiri yang mampu menjadi daya tarik terutama dalam hal kepariwisataan. Melihat tren pariwisata secara global pada tahun 2020, WTO (*World Tourism Organization*) mencatat perjalanan wisata dunia akan mencapai 1,6 miliar orang, dan diantaranya 438 juta orang akan berkunjung ke kawasan Asia –Pasifik. Perkiraan WTO tersebut terbukti juga mempengaruhi kepariwisataan Indonesia, jumlah kunjungan wisatawan mancanegara pada November 2104 mencapai 764.5 ribu atau turun 5.32 persen dibandingkan dengan pencatatan periode yang sama tahun lalu. Hal ini diikuti dengan penurunan 1.57 poin tingkat penghunian kamar (TPK) hotel berbintang di 27 provinsi, yang pada bulan ke-11 sebesar 54,45 persen.

Melihat angka – angka peningkatan kunjungan wisata, sebenarnya misi pemerintah untuk menjadikan kepariwisataan sebagai salah satu sektor pembangunan nasional perlahan terwujud, dengan dukungan objek wisata yang potensial serta usaha-usaha kepariwisataan yang terus dibangun maka tidak pelak akan menjadikan Indonesia sebagai tujuan wisata yang dikenal dunia. Pariwisata dinilai sebagai faktor yang paling siap untuk bangkit ketika Negara sedang mengalami krisis. Fenomena ini muncul disebabkan oleh adanya beragam potensi yang dapat dikembangkan menjadi daya tarik wisatawan untuk berlibur dan melakukan aktifitas diluar rutinitas sehari- hari. Indonesia memiliki peluang yang cukup besar untuk mengembangkan industry pariwisata karena kaya akan potensi sumber daya yang dapat menghasilkan pendapatan dan mampu menjadikan modal pembangunan di tingkat lokal, regional, maupun nasional.

Dalam perkembangan berbagai objek wisata yang ada di Indonesia, banyak bermunculan dan menawarkan beragam jenis wisata dan salah satu contohnya desa wisata. Salah satu kota yang mengandalkan sektor pariwisata dibidang pedesaan yaitu Yogyakarta. Provinsi yang terletak di selatan pulau jawa ini dengan luas 3.452.390 jiwa dengan kepadatan penduduk sebesar 1.084 per km². Berdasarkan bentang alam, wilayah Yogyakarta dikelompokkan menjadi 4 fisiografi, yaitu satuan fisiografi gunung merapi, pegunungan selatan, pegunungan kulon progo dan dataran rendah. Dengan perekonomian antara lain perindustrian, perdagangan, koperasi dan UKM; pertanian, ketahanan pangan; kehutanan dan perkebunan; perikanan dan kelautan; energy dan sumber daya mineral, serta pariwisata (Wikipedia).

Yogyakarta yang terkenal dengan sebutan kota pelajar ini menyimpan berbagai daya tarik wisatawan lokal dan mancanegara sehingga menjadi tujuan utama untuk berlibur dan menghabiskan liburan mereka disini. Dengan panorama alam yang indah serta didukung oleh keunikan dan objek wisata yang beragam, baik wisata alam, wisata sejarah, wisata bahari, maupun wisata budaya yang tersebar diseluruh kabupaten yang ada di Yogyakarta. Berkembangnya wisata Yogyakarta membuat semakin investasi dalam dunia industry pariwisata seperti perhotelan, restoran, industri kerajinan dan masih banyak lainnya. Semua industri pariwisata tersebut menawarkan kenyamanan jasa ataupun produk untuk wisatawan. Industri pariwisata dapat memberikan kontribusi terhadap pertumbuhan perekonomian di Yogyakarta sangat bergantung pada pengembangan pariwisata.

Dari sekian banyak objek wisata yang ada di Yogyakarta, desa wisata merupakan salah satu tempat wisata yang tidak bisa dipandang sebelah mata. Dengan adanya desa wisata, secara tidak langsung masyarakat dapat melestarikan budaya dan lingkungan alam karena budaya dan lingkungan alam dapat di jadikan produk wisata yang menjadi daya tarik bagi wisatawan dan meningkatkan pendapatan masyarakat setempat. Dengan itu adanya program pemerintah yang dikendalikan oleh Dinas Pariwisata Yogyakarta ingin mengembangkan kampung wisata atau desa wisata dan juga pada tahun 2015 ini sudah mengalokasikan dana 300 juta untuk 18

desa di daerah Yogyakarta dan akan memfasilitasi berbagai kegiatan event di desa wisata tersebut (Tribun Jogja). Hal ini dikarenakan tidak semua desa wisata berkembang secara signifikan, ada juga yang perkembangannya stagnan. Saat ini kota Yogyakarta memiliki jenis wisata baru yaitu desa berwisata di kampung wisata.

Menurut Dinas Pariwisata desa wisata muncul karena sebuah desa memiliki potensi dan kekayaan yang dapat atau layak untuk di jual oleh masyarakat itu sendiri dan mampu menjadikan sumber mata pencaharian. Sleman, salah satu kabupaten di daerah dataran pegunungan di daerah Yogyakarta ini terdapat cukup banyak desa wisata, dan salah satunya adalah desa wisata kelor. Desa wisata “Kelor” yang terletak di dusun kelor, Bangunkerto, Turi, Sleman ini adalah salah satu desa wisata yang mulai berkembang, desa yang terkenal dengan rumah joglo dan sungai bedog yang mampu menawarkan rasa rindu pengunjung akan suasana yang damai, sungai yang dikelilingi oleh kebun salak pondoh yang menjadikan daya tarik desa wisata ini. Dan wahana *river tracking* menyusuri sungai bedog ini untuk sampai ke daerah perkebunan salak pondoh. Petualangan menyusuri sungai tersebut mampu menyatukan pengunjung dengan alam terutama dengan suasana sungai. Di desa ini pun mempunyai banyak sejarah yang dimana desa ini menjadi saksi perjuangan tentara pelajar semasa perjuangan kemerdekaan Indonesia. Di rumah joglo itu mereka menyusun strategi untuk menyerang tentara Belanda, Rumah itu sangat aman karena dipercaya ada kekuatan adikrodati yang melindunginya, sejarah yang terekam di setiap sudut bangunan rumah joglo kini dikemas menjadi ikon desa wisata sejarah yang berada di dusun kelor, Sleman, Yogyakarta. Akan tetapi banyaknya desa wisata khususnya desa wisata sejarah kelor belum banyak di kenal masyarakat, padahal desa wisata ini dapat di jadikan alternative wisata yang baru karena tidak kalah dengan wisata-wisata yang lainnya di Yogyakarta. Akan tetapi minimnya promosi yang hanya terletak di daerah tersebut, menjadikan desa wisata ini tidak begitu diketahui banyak masyarakat, dan disini dinas pariwisata pun ingin melibatkan akademisi dan praktisi yang bergerak dibidang pariwisata dan promosi.

Dari permasalahan diatas, dibutuhkannya system media promosi yang baik untuk menaikkan popolaritas desa wisata sebagai tujuan alternatif kunjungan wisata. Kurangnya media promosi yang ada di sekitar desa wisata sejarah kelor menjadikan informasi yang kurang kepada masyarakat.

1.2 Permasalahan

1.2.1 Identifikasi Masalah

Dari uraian Latar Belakang Perancangan dapat diidentifikasi masalah yang terdapat yaitu:

1. Masih sedikit media promosi mengenai desa wisata kelor sehingga tidak dapat tersampaikan kepada masyarakat dengan baik.
2. Promosi yang dilakukan desa wisata sejarah kelor belum menyeluruh di wilayah pulau jawa, khususnya di Daerah Istimewa Yogyakarta.

1.2.2 Rumusan Masalah

Bagaimana merancang media promosi yang baik dan efektif di daerah Kota Yogyakarta?

1.3 Ruang Lingkup Perancangan

Ruang lingkup dari perancangan media yang dilakukan penulis adalah:

1. Apa

Media promosi yang belum menyeluruh di wilayah pulau jawa khususnya Yogyakarta.

2. Bagaimana

Perancangan promosi melalui media utama video promosi serta media pendukung seperti poster, billboard, x-banner, flyer, brosur.

3. Siapa

Target audience para wisatawan dengan jenis kelamin perempuan dan laki-laki dengan usia 15-55 tahun.

4. Dimana

Promosi desa wisata kelor dilaksanakan di beberapa kota besar di Yogyakarta seperti Sleman, Yogyakarta, dan Depok

5. Kapan

Pelaksanaan promosi desa wisata sejarah kelor ini dimulai pada juli – akhir desember 2015

1.3 Tujuan Perancangan

Tujuan pengerjaan perancangan dalam penelitian ini:

1. Memanfaatkan sebuah media untuk mengajak dan menarik perhatian masyarakat untuk berwisata di desa wisata sejarah kelor, Sleman, Yogyakarta
2. Menentukan dan merancang media promosi yang tepat dan efektif untuk mengembangkan desa wisata kelor ini untuk menjadi tujuan alternative pariwisata

1.4 Metode Penelitian dan Pengumpulan Data

Untuk menyempurnakan data dalam perancangan media promosi desa wisata sejarah kelor, penulis menggunakan metode penelitian Kualitatif. Kualitatif merupakan metode–metode mengeksplorasi dan memahami makna yang oleh sejumlah individual atau sekelompok orang dianggap berasal dari masalah atau kemanusiaan. John W Creswell (2012:4). penulisan menggunakan metode kualitatif dengan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

1.4.1 Metodologi Pengumpulan Data

1.4.1.1 Data primer:

Data primer merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli (tidak melalui perantara). Data primer dapat berupa opini subjek (orang) secara individual atau kelompok, hasil observasi terhadap suatu benda (fisik), kejadian atau kegiatan, dan hasil pengujian. Ada dua metode yang dapat digunakan dalam pengumpulan yaitu metode wawancara dan metode observasi.

a. Wawancara

Merupakan metode pengumpulan data dengan cara mengajukan pertanyaan secara lisan kepada narasumber. Dalam penelitian ini penulis melakukan wawancara kepada Pengurus desa wisata sejarah kelor, Bapak Hadi Purnomo untuk mendapatkan data-data desa wisata sejarah kelor yang dibutuhkan oleh penulis.

b. Metode Observasi

Observasi adalah proses pencatatan pola perilaku subjek (orang), objek (benda), atau kejadian yang sistematis tanpa adanya pertanyaan atau komunikasi dengan individu-individu yang diteliti, yakni mengadakan pengamatan langsung di desa wisata sejarah kelor yang berada di desa kelor, Kecamatan Bangunkerto, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta.

1.4.1.2 Data Sekunder

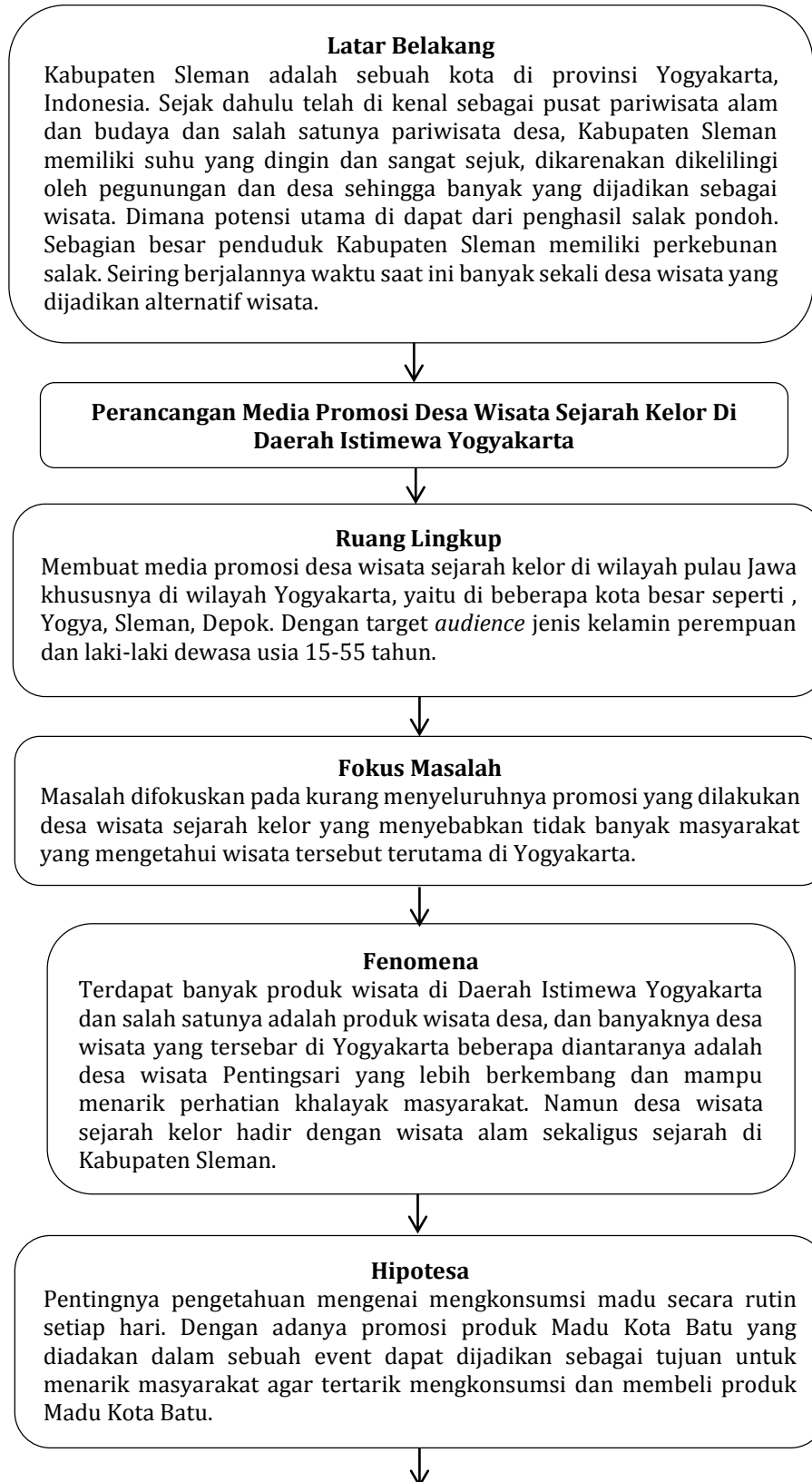
Data sekunder umumnya tidak dirancang secara spesifik untuk memenuhi kebutuhan penelitian tertentu. Terdapat dua tipe data sekunder, yaitu data internal dan data eksternal. Data internal yaitu seperti buletin, majalah, brosur, dll. Sedangkan data eksternal yaitu dapat berupa buku, jurnal, atau berbagai macam bentuk terbitan oleh organisasi atau instansi tertentu, dll. Dalam hal ini penulis memilih untuk menggunakan data eksternal, yaitu:

Studi Literatur

Metode berikut merupakan metode yang menggunakan teori-teori pada buku-buku yang mendukung penelitian atau referensi dan situs internet yang berkaitan dan berhubungan langsung dengan masalah yang diangkat sebagai bagian laporan tugas akhir. Dengan cara mempelajari berbagai sumber dari buku tentang pariwisata khususnya tentang desa wisata. Buku-buku perilaku konsumen Dr. Nugroho Setiadi, SE, MM untuk mempelajari perilaku konsumen, buku SWOT Fredy Rangkuti untuk analisis SWOT dan beberapa jurnal penelitian sejenis sebagai data primer yang digunakan. Serta

fenomena yang terjadi dengan menjadikan situs internet dan artikel majalah sebagai data sekunder.

1.5 Kerangka Perancangan





Bagan 1.1 Kerangka Penelitian

Sumber: (Dokumen Penulis, 2015)

I.7 Pembabakan

1. Bab I Pendahuluan

Tentang latar belakang adanya permasalahan mengenai kurangnya media informasi dan promosi tentang desa wisata sejarah kelor. Menjelaskan permasalahan tentang fokus permasalahan melalui identifikasi masalah, rumusan masalah, dan batasan masalah. Bab I ini menjelaskan mengenai tujuan perancangan dan cara mengumpulkan data yang kemudian diteliti sebagai acuan karya tugas akhir.

2. Bab II Dasar Pemikiran

Menjelaskan dasar pemikiran yang berisi dari teori-teori yang relevan untuk digunakan sebagai acuan perancangan media promosi desa wisata kelor, Yogyakarta.

3. Bab III Data Dan Analisis Masalah

Berisi tentang data yang dibutuhkan untuk penelitian. Meliputi data desa wisata sejarah kelor dan kompetitornya, data khalayak sasaran sebagai target promosi.

4. Bab IV Konsep Dan Hasil Perancangan

Berisi tentang ide besar, konsep kreatif (pendekatan), konsep media (media apa saja yang digunakan, perencanaan media dan biaya media) dan konsep visual (tipografi, bentuk, warna dan gaya visual). Bab ini juga akan menampilkan hasil perancangan mulai dari sketsa hingga penerapan visual pada media.

5. Bab V Penutup

Berisi kesimpulan dan saran yang berkaitan dengan pelaksanaan penelitian tugas akhir yang telah diuraikan pada bab-bab sebelumnya.

