

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Suatu tempat wisata yang terkenal mampu mendatangkan keuntungan yang besar bagi negara yang memilikinya. Indonesia merupakan salah satu negara yang memiliki banyak keanekaragaman dengan potensi kekayaan alam dan budaya. Hampir tiap daerah di Indonesia memiliki berbagai tempat yang masih alami atau sudah ada usaha budidaya. Seperti pulau Jawa, yang berpotensi untuk dikembangkan menjadi target bagi wisatawan untuk berkunjung, salah satunya Provinsi Jawa Barat. Untuk pulau Jawa, potensi yang dikembangkan menjadi target bagi wisatawan untuk berkunjung, salah satunya berada di Provinsi Jawa Barat.

Jawa Barat merupakan salah satu daerah yang memiliki potensi sebagai target pariwisata, akan tetapi informasi yang diperoleh para wisatawan mengenai daerah tersebut belum maksimal, sementara Jawa Barat memiliki beragam destinasi wisata, seperti: wisata alam, wisata budaya, wisata keagamaan, wisata belanja, dan wisata buatan. Salah satunya daerah yang memiliki potensi sebagai target pariwisata di Provinsi Jawa Barat adalah Kabupaten Tasikmalaya.

Kabupaten Tasikmalaya terletak di Tenggara daerah Priangan dan berbatasan langsung dengan Kota Tasikmalaya dan Kabupaten Ciamis di bagian Utara, Kabupaten Ciamis di bagian Timur, Kabupaten Garut di bagian Barat serta berbatasan dengan Samudera Hindia pada bagian Selatan. Baik Kota/Kabupaten Tasikmalaya terkenal akan kerajinannya, seperti : Anyaman Bambu Rajapolah, Kelom Geulis, Mebel kayu, Batik Tasik, Bordir Tasik dan Payung Geulis.

Berdasar pada wilayah pesisir dan lautan Kabupaten Tasikmalaya dengan panjang 56 kilometer (km) yang terbentang di tiga Kecamatan, yaitu Kecamatan Cikalong, Karangnunggal dan Cipatujah. Kawasan pantai Cipatujah merupakan sebuah kawasan yang terdiri dari empat obyek wisata yang memiliki karakteristik yang berbeda dan berpotensi untuk dikembangkan. Keempat obyek wisata tersebut adalah Pantai Cipatujah, Pantai Sindangkerta, Pantai Pamayangsari dan Pantai

Karangtawulan. Obyek wisata lain yang berdekatan dengan kawasan Cipatujah adalah Makam dan Gua Pamijahan yang berlokasi di Kec. Pamijahan.

Dari data kunjungan wisatawan yang berkunjung ke Kabupaten Tasikmalaya pada kurun waktu tiga tahun terakhir (2013-2015) mengalami kenaikan. Jumlah wisatawan yang berkunjung pada tahun 2013 sebesar 698.515, kemudian pada tahun 2014 sebesar 881.210 dan pada tahun 2015 dengan jumlah pengunjung wisatawan sebesar 927.974 (Sumber: Disparbud kab. Tasikmalaya).

Berdasarkan data kunjungan wisatawan ke pantai Cipatujah, pantai Sindangkerta, pantai Pamayangsari, pantai Karangtawulan dan Goa dan Makam Pamijahan, pada kurun waktu tiga tahun terakhir (2013-2015) ada yang mengalami kenaikan adapula yang mengalami penurunan. Dari data arus kunjungan wisatawan ke pantai Cipatujah pada tahun 2013 sebesar 18.447, tahun 2014 mengalami penurunan wisatawan sebesar 18.153 dan pada tahun 2015 mengalami kenaikan dengan jumlah wisatawan 24.343. Data kunjungan wisatawan ke pantai Sindangkerta dalam kurun waktu tiga tahun mengalami penurunan dari tahun 2013 dengan jumlah 41.306, tahun 2014 dengan jumlah 28.954 dan pada tahun 2015 mengalami kenaikan dengan jumlah pengunjung sebesar 29.913. Data kunjungan ke pantai Pamayangsari mengalami penurunan pada tahun 2014 dan mengalami kenaikan pada tahun 2015, dengan jumlah pengunjung terbesar pada tahun 2013 sebesar 21.316 wisatawan. Data kunjungan ke pantai Karangtawulan mengalami penurunan pada tahun 2014 dan mengalami kenaikan dengan jumlah terbesar pada tahun 2015 sebesar 14.554. Data kunjungan goa dan makam Pamijahan mengalami kenaikan dari tahun-tahun sebelumnya dengan jumlah terbesar pada tahun 2015 sebesar 260.534 wisatawan (Sumber: Disparbud kab. Tasikmalaya). Dalam perancangan tugas akhir ini, penulis memfokuskan pada permasalahan target pariwisata di Cipatujah dan sekitarnya.

Obyek wisata pantai Cipatujah terletak kurang lebih 74 km dari pusat kota Tasikmalaya. Pantai Cipatujah merupakan pantai terlebar dan terpanjang di kawasan pantai selatan. Wisata yang terdapat di Cipatujah berpotensi untuk dikembangkan sebagai daerah tujuan wisata. Potensi yang dimiliki pantai Cipatujah yaitu: atraksi balap kerbau yang diiringi tabuhan pencak, rampak kendang, alunan

angklong yang banyak mengundang perhatian penonton dan upacara ritual hajat lembur mapag tahun yang selalu diadakan setiap tahun tanggal satu Januari. Adapun aktifitas yang bisa dilakukan oleh wisatawan ketika berkunjung, yaitu: berenang, voli pantai, berjemur dan memancing dimuara sungai Cipatujah. Potensi wisata yang berada di selatan kab. Tasikmalaya menjadi sorotan bagi Pemerintah Kabupaten Tasikmalaya. Ini tercantum dalam visi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan (DISPARBUD) kabupaten Tasikmalaya yaitu, terwujudnya kabupaten Tasikmalaya sebagai destinasi pariwisata yang berdaya tarik wisata tinggi dengan bertumpu pada kekhasan budaya lokal.

Masing-masing obyek wisata memiliki potensi yang berbeda, keragaman potensi ini menyebabkan perbedaan jumlah kunjungan yang datang ke tiap lokasi obyek wisata. Pariwisata Cipatujah memiliki potensi yang belum dimanfaatkan secara maksimal dan belum memiliki identitas visual. Hal ini dikarenakan kurangnya promosi yang dilakukan oleh pihak pemerintah ataupun pihak yang terkait dan belum terbentuknya identitas visual pariwisata Cipatujah.

Berdasarkan permasalahan diatas, pariwisata Cipatujah memerlukan identitas visual dan media promosi yang sesuai agar dapat lebih dikenal dan menjadi target para wisatawan sehingga diharapkan dapat menambah kunjungan pada tahun-tahun berikutnya.

1.2 Permasalahan

1.2.1 Identifikasi Masalah

1. Jawa Barat memiliki beragam destinasi wisata, seperti: wisata alam, wisata budaya, wisata keagamaan, wisata belanja dan wisata buatan.
2. Belum terbentuknya identitas visual pariwisata Cipatujah, Kab. Tasikmalaya.
3. Kurangnya informasi yang dimiliki oleh wisatawan mengenai wisata-wisata di Cipatujah dan kurangnya promosi yang dilakukan oleh pihak pemerintah atau pihak terkait.

1.2.2 Rumusan Masalah

Bagaimana merancang Identitas Visual Pariwisata Cipatujah Kabupaten Tasikmalaya dan menerapkannya pada Media Promosi yang sesuai?

1.3 Ruang Lingkup

Perancangan Tugas Akhir yang dilakukan sejak bulan Februari hingga Juli tahun 2016 bekerjasama dengan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan (DISPARBUD) Kabupaten Tasikmalaya, Jawa Barat, berlokasi di Jl. Perintis Kemerdekaan No. 283B KM 36 Kawalu, Kabupaten Tasikmalaya.

Dalam kaitannya dengan program studi Manajemen Desain Komunikasi Visual, maka fokus tugas akhir ini adalah sebagai berikut:

1. Waktu perancangan identitas visual pariwisata Cipatujah adalah bulan April hingga Juni 2016.
2. Lokasi perancangan identitas visual dan promosi pariwisata Cipatujah bertempat di Kecamatan Cipatujah, Kabupaten Tasikmalaya, Jawa Barat.
3. Perancangan identitas visual dan promosi pariwisata Cipatujah kab. Tasikmalaya.
4. Perancangan berfokus pada lima sektor wisata yang terletak di Selatan kab. Tasikmalaya yaitu Pantai Cipatujah, Pantai Sindangkerta, Pantai Pamayangsari, Pantai Karangtawulan dan Goa dan Makam Pamijahan.
5. Target audiens dari perancangan identitas visual dan promosi pariwisata Cipatujah adalah wisatawan domestik atau nusantara, karena menurut data kunjungan wisata yang dipublikasikan oleh pemerintah, potensi wisatawan yang paling besar terdapat pada wisatawan domestik atau nusantara.

1.4 Tujuan Perancangan

Tujuan dari perancangan ini adalah untuk merancang Identitas Visual Pariwisata Cipatujah Kabupaten Tasikmalaya dan menerapkannya pada Media Promosi yang sesuai.

1.5 Metode Pengumpulan Data

Dalam menyusun tugas akhir, penulis menggunakan metode untuk membantu mengumpulkan data dan mencari informasi yang berkaitan. Proses pengumpulan data dan mencari informasi menggunakan beberapa metode diantaranya:

1.5.1 Studi Pustaka

Studi Pustaka adalah teknik pengumpulan data dengan mengadakan studi penelaahan terhadap buku-buku, literatur-literatur, catatan-catatan dan laporan-laporan yang ada hubungannya dengan masalah yang dipecahkan (Nazir, 1998:111).

Studi pustaka pada perancangan Tugas Akhir ini dilakukan dengan menggunakan buku-buku yang memiliki keterkaitan terhadap teori pariwisata, teori brand, teori branding, teori logo, teori promosi, teori komunikasi massa, teori AISAS, teori media dan teori perancangan Desain Komunikasi Visual.

1.5.2 Wawancara

Wawancara merupakan percakapan yang memiliki suatu tujuan dalam perancangan karya atau penelitian dengan proses yang dilakukan kepada para ahli atau orang-orang yang berkaitan, dengan menggali data yang diperlukan dari narasumber seperti, pertimbangan, alasan dan berbagai konsep pemikiran, sehingga narasumber dapat menguraikan topik dan pengalamannya (Soewardikoen, 2013:20).

Wawancara dilakukan kepada pihak terkait, yaitu Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Tasikmalaya, pengelola tempat wisata, wisatawan yang berkunjung serta masyarakat sekitar Cipatujah untuk mengetahui informasi mengenai wisata dan latar belakang para wisatawan agar dapat mengetahui permasalahan dengan akurat.

1.5.3 Observasi

Observasi adalah pengamatan yang teliti dan sistematis tentang suatu obyek yang dilihat dan diperlukan dalam mendukung penelitian yang sedang dilakukan (Yusuf, 2005:132).

Pengamatan dilakukan ke Disparbud Kab. Tasikmalaya dan dengan datang langsung ke daerah kawasan pariwisata Cipatujah, kegiatan wisatawan dan masyarakat yang beraktifitas.

1.5.4 Kuesioner

Kuesioner adalah suatu daftar pertanyaan mengenai suatu hal atau suatu bidang, yang harus diisi secara tertulis oleh “responden”, dengan prinsip untuk memperoleh data dalam waktu relatif singkat. Pertanyaan sudah disiapkan terlebih dahulu dan diarahkan ke suatu jawaban untuk dikuantifikasi (dihitung) (Soewardikoen, 2013:25).

Kuesioner diberikan kepada target audiens yaitu wisatawan domestik atau nusantara untuk mendapatkan data baik secara kuantitatif dan kualitatif.

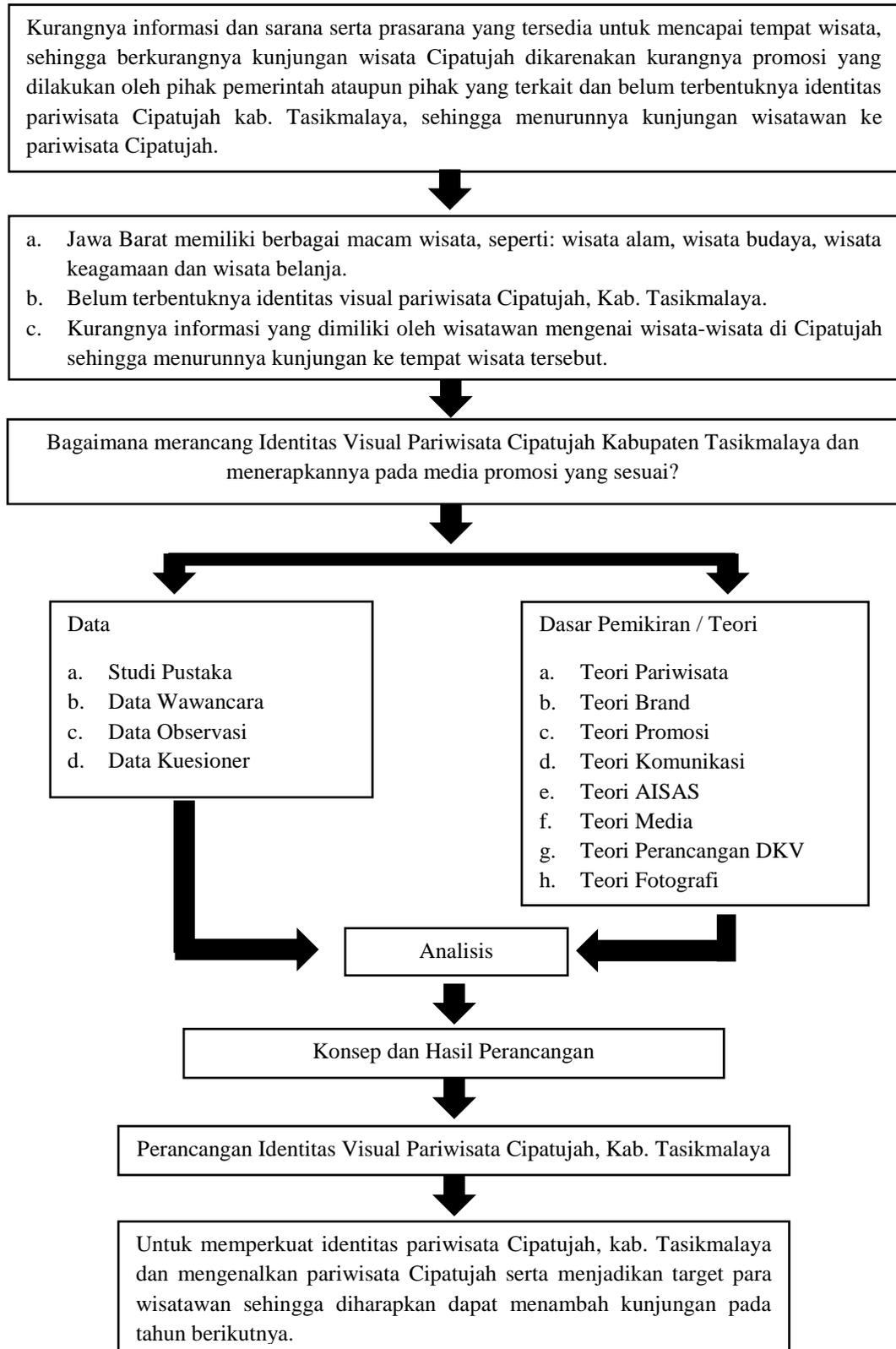
1.6 Metode Analisis

Metode analisis data yang dilakukan dalam perancangan Tugas Akhir ini untuk menjadi panduan dalam pengkajian analisis, diantaranya:

1.6.1 Matriks Perbandingan

Analisis ini merupakan metode membandingkan identitas visual pariwisata Cipatujah kab. Tasikmalaya dengan identitas visual wisata lainnya, agar dapat menganalisa apa saja yang diperlukan dalam membuat suatu identitas visual dan media yang cocok untuk digunakan dalam mempromosikannya, sehingga mampu menghasilkan konsep perancangan identitas visual dan promosi pariwisata Cipatujah.

1.7 Kerangka Perancangan



Gambar 1.1 Kerangka Perancangan
(Sumber: Data Pribadi)

1.8 Pembabakan

Pembahasan masalah pada perancangan Tugas Akhir ini disusun berdasarkan sistematika penulisan yang ada, sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan

Pendahuluan terdiri dari latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, ruang lingkup, tujuan perancangan, metode pengumpulan data, metode analisis, kerangka perancangan dan pembabakan dari perancangan identitas visual dan promosi pariwisata Ciptujuh kab. Tasikmalaya.

BAB II Dasar Pemikiran

Dasar pemikiran terdiri dari teori-teori yang relevan yang digunakan sebagai pedoman perancangan identitas visual dan promosi pariwisata Ciptujuh kab. Tasikmalaya.

BAB III Data dan Analisis

Data

Menjelaskan berbagai data yang berkaitan dengan obyek perancangan, seperti data mengenai DISPARBUD Kabupaten Tasikmalaya dan data hasil yang didapat melalui studi pustaka, wawancara, observasi dan kuesioner.

Analisis

Menjelaskan pengolahan berbagai data melalui teori-teori yang berkaitan dengan fakta yang didapat melalui analisis Matriks perbandingan sehingga dapat menjadi landasan bagi perancangan identitas visual dan promosi pariwisata Ciptujuh kab. Tasikmalaya.

BAB IV Konsep dan Hasil Perancangan

Menjelaskan konsep pesan (ide besar), konsep kreatif (pendekatan), konsep media (media yang digunakan, perencanaan media, biaya media), dan konsep visual (jenis-jenis huruf, bentuk, warna, gaya visual) sesuai dengan hasil analisis yang dipergunakan dalam perancangan identitas visual dan promosi pariwisata Cipatujah. Hasil perancangan dimulai dari sketsa hingga penerapan visualisasi pada logo dan berbagai media.

BAB V Penutup

Berisi kesimpulan dan saran yang penulis peroleh setelah melaksanakan sidang akhir.