

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia dengan kekayaan dan keanekaragaman hayati baik di darat maupun di laut memiliki peluang yang sangat besar dalam meraih manfaat dari alam, salah satu manfaat yang dapat diperoleh adalah dengan cara pengembangan daerah yang subur untuk dijadikan sebagai objek wisata alam. Dasar hukum pengembangan pariwisata alam yang sesuai dengan prinsip kelestarian adalah UU No 9 tahun 1990 tentang kepariwisataan, undang-undang tersebut menyebutkan bahwa dalam rangka pengembangan dan peningkatan kepariwisataan, diperlukan langkah-langkah pengaturan yang semakin mampu mewujudkan keterpaduan dalam kegiatan penyelenggaraan kepariwisataan, serta memelihara kelestarian dan mendorong upaya peningkatan mutu lingkungan hidup serta objek dan daya tarik wisata.

Pada awalnya pariwisata lebih dipandang sebagai kegiatan ekonomi dan tujuan pengembangan kepariwisataan adalah untuk mendapatkan keuntungan ekonomi, baik untuk pemerintah maupun masyarakat. Namun, semakin disadari bahwa kepariwisataan saat ini dibangun tanpa memperhatikan keseimbangan lingkungan. Pembangunan sektor kepariwisataan yang tidak sesuai dengan kondisi alamnya akan menimbulkan malapetaka bagi masyarakat, khususnya yang tinggal di daerah pariwisata tersebut, dan juga menimbulkan kerusakan bagi alam itu sendiri. Dalam pengembangannya perlu diperhatikan kaidah-kaidah pengelolaan lingkungan hidup mengingat salah satu unsur wisata adalah sumber daya alam yang merupakan bagian dari lingkungan hidup. Pengembangan sektor pariwisata yang tidak memperhatikan aspek lingkungan hidup dapat berdampak negatif pada perkembangan pariwisata itu sendiri dimasa yang akan datang.

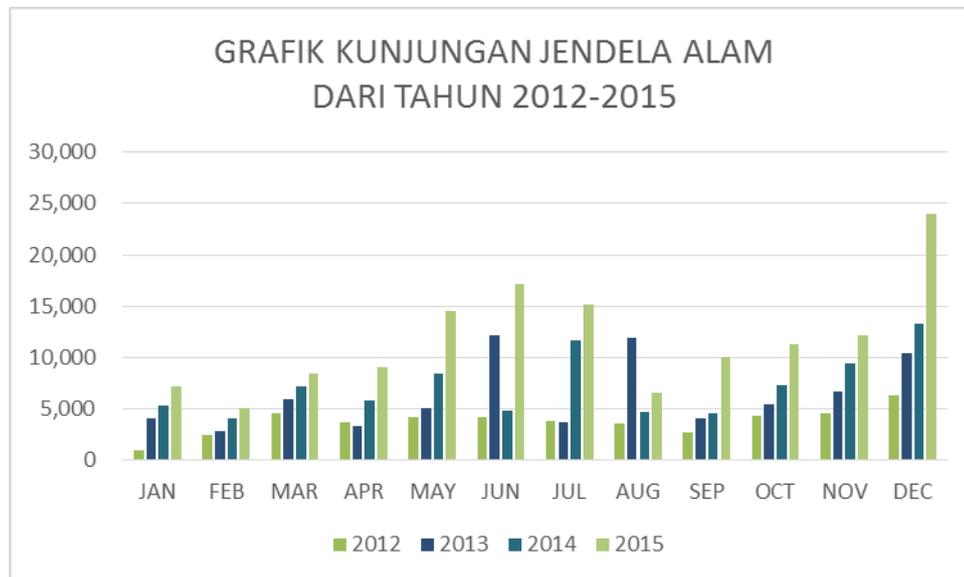
Kawasan Bandung memiliki banyak tempat wisata yang sudah dikenal oleh wisatawan lokal maupun mancanegara . Seiring dengan perkembangan jaman dan meningkatnya jumlah penduduk di Bandung, tentunya semakin tinggi juga potensi

objek wisata yang menarik untuk dikunjungi. Agar dapat bersaing, perlu adanya faktor pembeda antar objek wisata, salah satunya adalah objek wisata yang menawarkan edukasi menyenangkan terhadap para pengunjung. Sebelum berwisata, masyarakat akan mempertimbangkan beberapa kriteria destinasi wisata yang akan mereka kunjungi, salah satu kriterianya adalah objek wisata yang cocok untuk liburan keluarga. Kriteria ini mencakup pengunjung lansia, dewasa, dan anak-anak.

Para kepala keluarga biasanya mencari destinasi yang selain bertujuan untuk refreshing juga sekaligus dapat memberikan suatu pengalaman berharga untuk keluarga mereka, terutama anak-anak. Menurut Prof. Dr. Utami Munandar dalam bukunya yang berjudul Pengembangan Kreatifitas Anak Berbakat (2009), anak berbakat mempunyai kebutuhan dan masalah khusus. Jika mendapat pembinaan yang tepat yang memungkinkan mereka mengembangkan bakat dan kemampuan mereka secara utuh dan optimal, mereka dapat memberi sumbangan yang luar biasa kepada masyarakat. Keberbakatan tumbuh dari proses interaktif antara lingkungan yang merangsang dan kemampuan pembawaan dalam prosesnya. Peran aktif orangtua sangat diperlukan dalam pengembangan potensi anak agar kegiatannya terarah dengan baik, terutama dalam kegiatan yang bersentuhan dengan teknologi atau *gadget*. Orangtua perlu mencari alternatif lain agar si anak tidak terlena dengan *gadget*, salah satunya melalui edukasi alam. Akan lebih baik jika anak diberikan kesempatan untuk mengasah kreativitasnya di luar ruangan agar semakin kaya pengalaman.

Dalam kesempatan ini, penelitian akan ditujukan kepada wisata “Jendela Alam”. Tempat wisata ini berlokasi di Lembang, Bandung Jawa Barat. Jendela Alam merupakan tempat wisata yang menawarkan area belajar, tempat *outbound*, dan rekreasi untuk anak-anak dan dewasa dengan sentuhan alam yang indah serta udara yang sejuk, cocok pula sebagai tempat wisata keluarga untuk mengenal alam. Anak-anak akan dikenalkan dengan berbagai kegiatan pertanian dan peternakan. Sementara untuk kategori dewasa ada pilihan untuk belajar tentang daur ulang air hujan dan air limbah melalui cara-cara penjernihan air dan lain

sebagainya. Jendela Alam Sebagai pusat area belajar, juga menyediakan program edukasi untuk sekolah, kegiatan *live in* dan kegiatan sekolah lainnya mulai dari *Play Group* sampai dengan Tingkatan SMA, perorangan/individu, instansi, dan program *workshop* praktek yang diberikan untuk masyarakat usia paruh baya sampai dengan pensiunan.



Gambar 1.1 Grafik Kunjungan Jendela Alam
(Sumber: Dokumentasi Jendela Alam)

Menurut hasil observasi pada hari yang sama pada bulan Februari 2016, pengunjung wisata artifisial atau wisata buatan lebih banyak daripada pengunjung wisata Jendela Alam. Didukung dengan hasil wawancara kepada pengunjung Jendela Alam, diketahui bahwa identitas visual dan media promosi objek wisata ini kurang menarik jika dibandingkan dengan wisata artifisial. Selain itu, grafik kunjungan pertahunnya juga tidak stabil. Jendela Alam hanya ramai dikunjungi pada musim-musim liburan sekolah. Untuk mengatasi hal ini, Jendela Alam perlu merancang ulang identitas visual dan media promosi agar daya tariknya tidak kalah saing dengan objek wisata artifisial. Jendela alam juga perlu menjangkau masyarakat lebih luas lagi sehingga mereka dapat lebih peduli akan lingkungan dan lebih tertarik berkunjung ke tempat wisata berbasis edukasi alam.

1.2 Permasalahan

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya, maka dapat diidentifikasi beberapa masalah yang ada, diantaranya sebagai berikut :

- a. Ketatnya persaingan objek wisata keluarga di daerah Kabupaten Bandung.
- b. Masyarakat lebih suka berwisata ke tempat wisata artifisial dibandingkan dengan wisata alam.
- c. Kurangnya pengetahuan para orangtua tentang pentingnya pemanfaatan lingkungan sebagai sumber edukasi untuk anak.
- d. Grafik kunjungan Jendela Alam masih cenderung fluktuatif.
- e. Jendela Alam belum memiliki identitas perusahaan yang kuat dan media promosi yang menarik.

1.2.2 Rumusan Masalah

Jendela Alam merupakan objek wisata dengan konsep *farming, education, dan recreation*. Dari permasalahan yang telah dipaparkan di atas, maka didapatkan sebuah rumusan masalah, yakni :

“Bagaimana perancangan ulang identitas visual dan media promosi yang sesuai untuk wisata Jendela Alam sehingga dapat meningkatkan minat masyarakat agar tertarik berkunjung ke wisata edukasi alam ?”

1.3 Ruang Lingkup

Dalam kaitannya dengan bidang studi Desain Komunikasi Visual, konsentrasi Manajemen Desain, maka ruang lingkup perancangan Tugas Akhir ini dibatasi dengan permasalahan-permasalahan yang dapat dipecahkan dengan pendekatan DKV, yaitu perancangan ulang identitas visual dan media promosi guna menciptakan citra perusahaan yang lebih baik. Perancangan akan dilakukan pada objek wisata Jendela Alam. Tempat wisata ini berada Kabupaten Bandung Barat, tepatnya di daerah Lembang jalan Sersan Bajuri KM 4,5 Komplek Graha Puspa, Jawa Barat 40391, Indonesia. Hal yang dikaji dalam perancangan kali ini adalah aspek-aspek visual yang diperlukan guna meningkatkan daya tarik para wisatawan.

Perancangan dimulai dari bulan Februari sampai bulan Juni tahun 2016. Dari perancangan ini diharapkan akan mampu merancang ulang identitas visual dan media promosi yang baik dan sesuai untuk Jendela Alam. Proses Perancangan akan dibatasi dan dirumuskan berdasarkan pokok-pokok permasalahan yang dipecahkan, diuji, dan diselidiki, yaitu :

- a. Identitas visual yang digunakan sebagai ciri khas wisata Jendela Alam seperti logo, *stationery*, *ticketing*, *co-card*, dan lain-lain.
- b. Media promosi yang digunakan dalam mempromosikan wisata Jendela Alam berupa media cetak, media *online*, pengadaan *booth*, *merchandise*, stiker, dan media-media pendukung lainnya.

Untuk memecahkan pokok-pokok permasalahan tersebut di atas, akan digunakan prinsip-prinsip teori, aspek-aspek keilmuan, dan bidang-bidang kajian yang digunakan sebagai tolak ukur konsep berpikir dan kerangka pikir untuk memecahkan masalah dalam proses perancangan, yaitu dengan mempelajari hal-hal mengenai rasa ketertarikan masyarakat terhadap objek wisata yang berbasis edukasi baik melalui internet, buku, survey lapangan, dan melakukan tanya jawab kepada narasumber yang kompeten untuk diaplikasikan dalam bentuk karya desain yang efektif untuk target konsumennya.

1.4 Tujuan Perancangan

Tujuan dari diadakannya perancangan Tugas Akhir ini adalah sebagai berikut :

- a. Merancang ulang identitas visual dan media promosi yang sesuai dengan target konsumen Jendela Alam.
- b. Meningkatkan minat masyarakat agar tertarik berkunjung ke wisata alam berbasis edukasi.
- c. Menstabilkan jumlah pengunjung setiap bulannya dalam setahun.

1.5 Manfaat Perancangan

Perancangan ini memiliki beberapa manfaat. Adapun manfaat perancangan ini adalah sebagai berikut :

- a. Bagi bidang keilmuan Desain Komunikasi Visual, manfaat penulisan ini pada umumnya untuk menambah pengetahuan, pengalaman, serta pemahaman mengenai perancangan identitas visual dan media promosi objek kepariwisataan.
- b. Bagi pihak Jendela Alam, mendapatkan masukan desain identitas visual dan media promosi guna meningkatkan minat serta menstabilkan jumlah pengunjung Jendela Alam setiap bulannya dalam setahun.
- c. Bagi Pemerintah Kabupaten Bandung Barat, sebagai masukan agar pengembangan destinasi wisata unggulan berbasis edukasi dan pelestarian lingkungan lebih ditingkatkan di Kabupaten Bandung Barat.
- d. Bagi masyarakat, khususnya yang sudah berkeluarga dan memiliki anak, perancangan ini dapat mempermudah mereka menemukan informasi tentang Jendela Alam sebagai destinasi wisata yang cocok untuk liburan keluarga.

1.6 Metode Pengumpulan dan Analisis Data

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

- a. Observasi dan Dokumentasi

Menurut Hadi Sutrisno (1992), sebagai metode ilmiah, observasi merupakan pengamatan dan pencatatan yang dilakukan secara sistematis terhadap suatu gejala yang diselidiki. Shaughnessy dan Zechmeister (1994) juga mengemukakan bahwa observasi ilmiah dilakukan pada kondisi yang sudah didefinisikan secara tepat, dengan cara sistematis dan objektif, serta pelaksanaan pencatatannya dilakukan dengan hati-hati.

Dalam perancangan kali ini, dilakukan peninjauan secara langsung pada objek penelitian yang bersangkutan yaitu Jendela Alam di Kabupaten Bandung Barat. Peninjauan ini mencakup objek lokasi penelitian, objek lokasi pesaing, kegiatan pengunjung, serta proses edukasi yang dilakukan. Sementara, teknik dokumentasi dilakukan langsung selama proses

observasi untuk memperoleh data informasi terdahulu dari pihak perusahaan seperti logo, *stationery*, *leaflet*, poster, *billboard*, dan objek visual lainnya. Tujuannya untuk mengetahui seberapa jauh keserasian objek visual dengan target konsumen serta efektifitas media promosi yang telah dilakukan oleh perusahaan. Seperti yang dikutip dalam buku Metodologi Penelitian Visual (Soewardikoen, 2013 : 14), gambar atau karya visual dibuat untuk mengkomunikasikan pesan dari produsen kepada konsumen dengan maksud untuk memberitahu keberadaan dan mempersuasi khalayak konsumen. Dengan kata lain gambar dibuat untuk ditangkap pesannya dan dikomunikasikan.

b. Wawancara

Jenis wawancara yang dilakukan adalah wawancara tidak terstruktur, seperti yang dikutip dalam buku Metodologi Penelitian Visual (Soewardikoen, 2013 : 22) mengatakan wawancara tidak terstruktur menghasilkan data paling kaya, dan sering mengungkapkan bukti yang mengejutkan.

Wawancara dilakukan terhadap Komisaris dan Manajer Pemasaran Jendela Alam, guna mendapatkan informasi-informasi yang dibutuhkan untuk memecahkan permasalahan yang tepat dan sesuai dengan fakta yang ada di lapangan serta data internal (kecuali data finansial) PT. Jendela Alam Bandung.

c. Kuesioner

Kuesioner merupakan salah satu instrumen yang banyak digunakan untuk memperoleh data pada suatu penelitian. Kuesioner berisi sekumpulan pertanyaan atau pernyataan mengenai suatu objek atau variabel yang diajukan kepada dan untuk memperoleh tanggapan dari subjek. (Aritonang, 2007 : 161)

Disebarkan kuesioner secara *random* kepada 100 responden masyarakat luas khususnya yang sudah berkeluarga, memiliki anak, dan berpenghasilan tetap, serta responden pengunjung Jendela Alam. Tujuan

diadakannya kuesioner ini adalah untuk mengetahui tanggapan pengunjung dan tingkat ketertarikan masyarakat terhadap objek wisata tersebut. Partisipan diminta untuk mengisi kuesioner yang didalamnya terdapat pertanyaan dan pernyataan mengenai objek wisata dan loyalitas wisatawan.

d. 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. (M. Nazir, 1988 : 111)

Studi pustaka dilakukan melalui berbagai sumber buku, jurnal, artikel, dan internet yang berkaitan dengan sejarah perusahaan, identitas visual objek wisata, promosi kepariwisataan, serta teori lainnya yang berkaitan dengan Desain Komunikasi Visual.

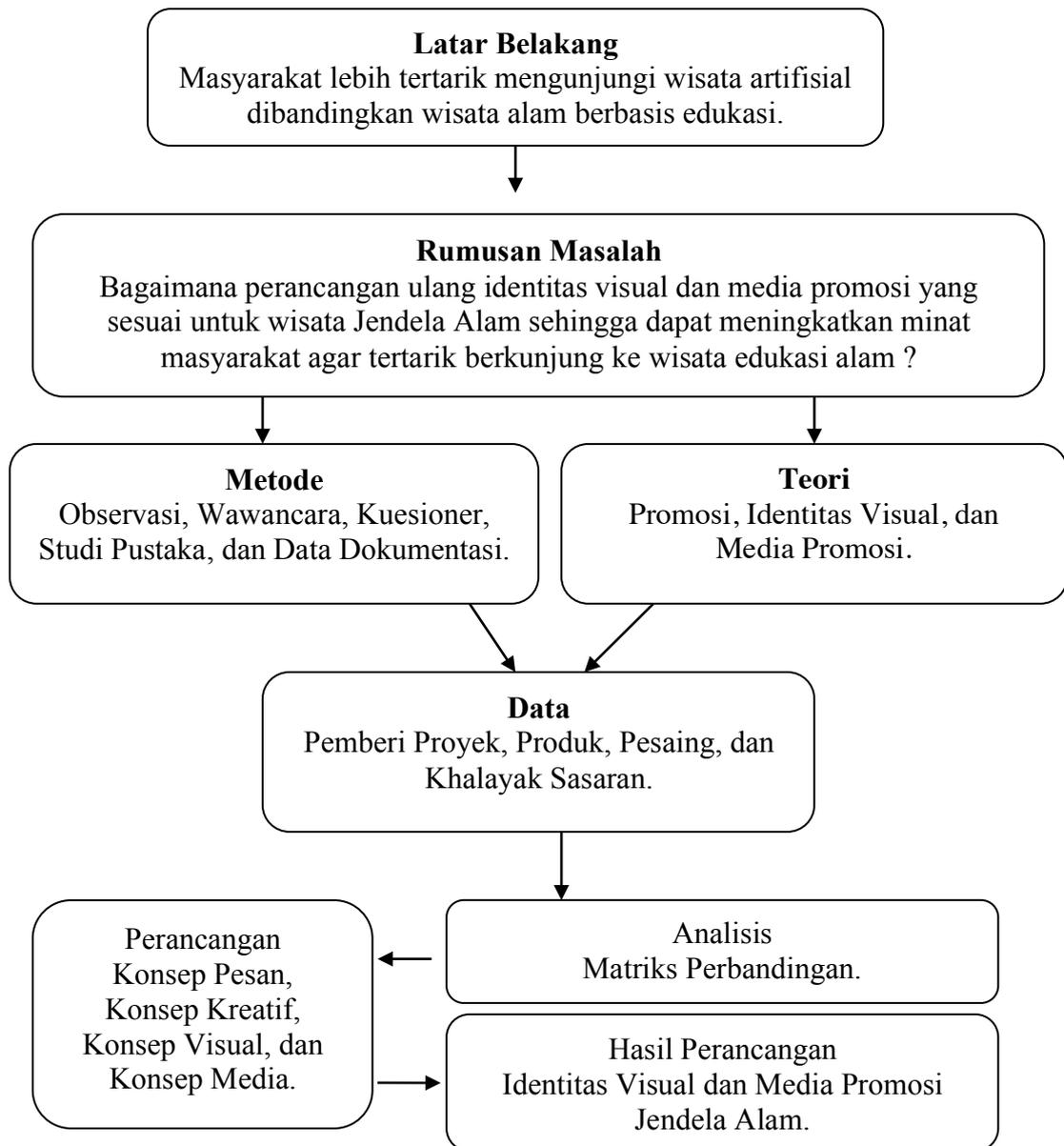
1.6.2 Metode Analisis Data

Pada perancangan Tugas Akhir ini, dilakukan perbandingan dengan program-program terdahulu dan menganalisis semua aspek hingga didapatkan kesimpulan untuk digunakan sebagai landasan perancangan ulang identitas visual dan media promosi Jendela Alam. Berikut metode analisis data yang akan digunakan pada perancangan Tugas Akhir ini adalah :

a. Matriks Perbandingan

Tjetjep Rohendi Rohidi mengatakan dalam bukunya yang berjudul Metodologi Seni, (2011 : 247-249) menjelaskan bahwa matriks merupakan alat yang rapi baik bagi pengelolaan informasi maupun bagi analisis. Sebuah matriks memuat kolom dan baris, yang memunculkan dua dimensi yang berbeda, konsep atau seperangkat informasi. Matriks juga sangat berguna untuk membuat perbandingan seperangkat data, misalkan mengidentifikasi perbedaan dan persamaan data dalam penelitian.

1.7 Kerangka Perancangan



Gambar 1.2 Kerangka Perancangan
(Sumber : Dokumentasi Pribadi)

1.8 Pembabakan

Pada tahap pembabakan, perancangan dibagi ke dalam 5 bab dimana masing-masing bab memuat spesifikasi sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini akan dijelaskan mengenai latar belakang, identifikasi masalah, rumusan masalah, ruang lingkup, tujuan perancangan, manfaat perancangan, metode pengumpulan dan analisis data, kerangka penelitian, dan pembabakan dari penulisan laporan Tugas Akhir ini.

BAB II DASAR PEMIKIRAN

Pada bab ini akan dijelaskan mengenai uraian studi pustaka, dan teori-teori dasar yang digunakan sebagai acuan dan berkaitan langsung dengan objek pada perancangan Tugas Akhir ini.

BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH

Pada bab ini akan dijelaskan tentang dua hal utama yaitu :

a. Data

Data yang dimaksud adalah data perusahaan (data tertulis dan data visual) Jendela Alam, data khalayak sasaran, data objek wisata sejenis/pesaing, data hasil observasi serta data hasil wawancara dan kuesioner yang ada.

b. Analisis

Penjelasan tentang teori hasil analisis yang ada dan digabungkan ke dalam data-data di atas, sehingga nantinya dapat membantu pemecahan masalah yang terjadi pada wisata Jendela Alam.

BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN

Pada bab ini berisi proses awal hingga hasil akhir perancangan ulang identitas visual dan media promosi wisata Jendela Alam. Selain itu, dijelaskan juga mengenai konsep pesan (ide pokok), konsep media (media yang digunakan), konsep kreatif (pendekatan), dan konsep visual (huruf, bentuk, warna, dan gaya

visual) serta bentuk rancangan bisnis dan marketing yang terdapat pada hasil perancangan tersebut. Hasil perancangan dimulai dari sketsa hingga penerapan visualisasi media.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini akan dijelaskan kesimpulan akhir yang didapat mengenai hasil dari perancangan yang telah dilakukan, karya yang dihasilkan, dan rekomendasi yang dapat diterapkan untuk perancangan berikutnya.