

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Melihat perkembangan pariwisata di Indonesia dari wisatawan "minat khusus" yang semakin meningkat, dapat digolongkan meliputi wisata edukasi, wisata spiritual, wisata budaya, wisata pemerhati lingkungan, wisata kehidupan masyarakat tradisional dll. Yang penting diperhatikan dalam pengembangan suatu daerah untuk menjadi tujuan wisata yaitu ada objek wisatanya, disediakan fasilitas yang menunjang agar pengunjung betah dan tinggal lebih lama.

Pada kesempatan kali ini penulis mengarah pada prospek pengembangan tersebut di Kabupaten Karanganyar, karena memiliki potensi yang sangat berkarakteristik dan variatif dari kondisi alamnya. Selain itu kajian unsur ilmu pengetahuan sangat besar terdapat di berbagai aspek seperti kajian dari unsur geografis, sejarah, budaya dan SDA. Potensi obyek wisata memiliki ciri masing-masing yang sangat mendukung sebagai kajian wisata minat khusus, dapat dijelaskan sebaran obyek wisata di Kabupaten Karanganyar yaitu Air Terjun Grojogan Sewu, Air Terjun Jumog, Candi Sukuh, Candi Cetho, Agrowisata Kebun Teh Kemuning, Agrowisata Sondokoro Tasikmadu, Agrowisata Stroberi Tawangmangu, Situs Kebun Bunga Berjo, Wisata Hutan Bromo, Puri Taman Saraswati, Taman Hutan Raya Tahura, Taman Ria Balaikambang, Wisata Sekipan, Camping Lawu, Kolam Renang Intan Pari, Astana Giri Bangun, Monumen Tanah Kritis, Monumen Jaten, Sapta Tirta Pablengan, Kerajinan Batik Jaten dan Purbakala Menggung. Pablengan, Kerajinan Batik Jaten dan Purbakala Menggung. Adapun dari sebaran obyek wisata tersebut dapat dicirikan dengan potensi wisata minat khusus, Maka pariwisata terbagi seperti pariwisata budaya, pariwisata rekreasi dan lain-lain. Salah satunya Candi Cetho yang masuk dalam jenis pariwisata budaya.

Candi Cetho merupakan tempat wisata di Indonesia yang masih bernuansa agama hindu dan digunakan sebagai tempat upacara keagamaan serta objek tujuan

wisata budaya dan religi yang banyak dikunjungi oleh para wisatawan domestik maupun mancanegara sampai saat ini. Candi Cetho mempunyai keunikan tersendiri, yaitu memiliki 13 teras yang mempunyai makna di setiap terasnya. Selain itu Candi Cetho yang terletak di Provinsi Jawa Tengah ini memiliki ciri khas bangunan candi yang cenderung mengarah pada candi-candi yang terdapat di Provinsi Jawa Timur karena memang menurut cerita sejarah, Candi Cetho di bangun pada masa “*eksodus*” Kerajaan Majapahit ketika terdesak oleh perkembangan penyebaran agama islam pada abad 15 masehi sebagai tempat untuk ibadah bagi umat hindu. Candi Cetho adalah warisan budaya leluhur yang harus dilestarikan keberadaannya karena cerita sejarahnya yang menarik untuk digali dan kepedulian masyarakat sekitar yang ikut menjaga kesakralan Candi Cetho perlu ditunjang dengan perilaku wisatawan yang ikut menjaga tradisi masyarakat sekitar Kawasan Candi Cetho. Keberadaan Candi Cetho merupakan upaya pemerintah untuk menanamkan kepada masyarakat dan para pemuda rasa cinta untuk melestarikan budaya Indonesia. Sarana dan prasarana sudah ada di objek wisata Candi Cetho. Sarana umum fasilitas yang disediakan disekitar objek wisata Candi Cetho antara lain pembangkit tenaga listrik, jaringan jalan raya beraspal, dan penyediaan air bersih langsung dari sumber mata air pegunungan. Sedangkan prasarana yang ada di objek wisata Candi Cetho antara lain Puri Saraswati, Candi Kethek, sendang, penginapan, toilet dan lahan parkir. Sementara Sumber Daya Manusia (SDM) juga sudah tidak perlu dikhawatirkan. Keterlibatan masyarakat lokal sebagai staf karyawan di kompleks candi menunjukkan semakin intensifnya pemberdayaan bagi masyarakat Desa Gumeng. Peran masyarakat dalam pengelolaan kawasan candi setidaknya merupakan sarana melestarikan tradisi dan adat istiadat masyarakat Desa Gumeng. Penyerapan tenaga kerja di objek wisata Candi Cetho tidak banyak, tetapi pengembangan lapangan kerja baru pada kegiatan-kegiatan yang bersifat menunjang seperti kegiatan pedagang, tukang parkir dan penjaga loket. Infrastruktur pun mendukung, infrastruktur jalan menuju kawasan candi sudah baik, sehingga memperlancar perjalanan wisatawan menuju objek. Namun banyaknya daya tarik keunikan dan nilai sejarah yang tinggi dari Candi tersebut, yang berkaitan dengan tempat ibadah bagi masyarakat Desa Gumeng yang mayoritas pemeluk agam hindu, ternyata masih kurang

menarik dan dikenal oleh wisatawan, khususnya wisatawan lokal di sekitaran Kabupaten Karanganyar untuk berkunjung dan mempelajari nilai-nilai budaya dari Candi tersebut.

Dinas Pariwisata dan Kebudayaan (DISPARBUD) Kabupaten Karanganyar sendiri sebelumnya sudah melakukan beberapa upaya untuk mempromosikan Candi Cetho. Namun berdasarkan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Irma (2010) dan Danang (2012) untuk Kawasan Candi Cetho, sayangnya peranan pemerintah dan masyarakat tidak melakukan promosi tentang citra, makna dan informasi kepada khalayak umum. Dalam upaya promosi wisata yang dilakukan pemerintah di Kawasan Candi Cetho yang sebenarnya sudah banyak dikenal wisatawan ini tidak lepas dari adanya hambatan atau permasalahan yang juga menunda kemajuan dan pengembangan kawasan ini karena pemerintah Kabupaten Karanganyar hanya terfokus pada pengembangan dan pengelolaan infrastruktur yang baik.

Disamping itu hal yang terkait dengan permasalahan citra (*image*) kawasan tersebut, karena kurangnya hubungan komunikasi yang berupa media informasi dan sebuah identitas (*identity*) yang kuat untuk menerangkan sekaligus menginformasikan makna dan keberadaan Candi Cetho tersebut, serta kesalahan persepsi (paradigma) pengunjung terhadap kawasan Candi Cetho. Adapun cara pandang wisatawan yang berkunjung ke Candi Cetho menganggap bahwa Candi Cetho menarik karena letak geografisnya saja yang berada di lereng Gunung Lawu memiliki panorama yang indah, serta menjadi objek wisata umum yang menarik karena struktur bangunannya. Asumsi yang kurang tepat dari pengunjung Candi Cetho dan kurang berperannya untuk selalu sadar diri menjaga, melestarikan dan memanfaatkan potensi kawasan Candi Cetho tersebut juga menjadi salah satu faktor yang kuat timbulnya suatu paradigma bagi wisatawan yang berkunjung.

Oleh karena itu diperlukan sebuah rancang strategi promosi dengan pendekatan budaya yang lebih mengedepankan nilai-nilai budaya yang selama ini belum terekspos dan diharapkan kesadaran masyarakat akan perlindungan terhadap lingkungan dan Kawasan Candi Cetho dapat dikenal sebagai objek wisata budaya dan religi bagi umat hindu serta kehidupan tradisional dapat

meningkat sesuai kebutuhan akan kepariwisataan berbasis konservasi yang dapat menarik perhatian wisatawan domestik maupun mancanegara untuk mengunjungi Kawasan Candi Cetho.

## **1.2 Permasalahan**

### **1.2.1 Identifikasi Masalah**

Melihat dari latar belakang permasalahan mengenai kawasan Candi Cetho, maka identifikasi masalah yang dapat dikemukakan yaitu :

1. Candi Cetho memiliki sumber daya pariwisata budaya yang potensial, namun masyarakat hanya mengasumsikan Candi Cetho sebagai objek wisata umum karena keindahan panorama alamnya.
2. Tidak adanya promosi yang berfokus pada citra, identitas, makna dan informasi kepada khalayak umum.

### **1.2.2 Rumusan Masalah**

Dari identifikasi masalah yang timbul, maka dapat dirumuskan permasalahan berupa beberapa pertanyaan sebagai berikut :

1. Bagaimanakah merancang strategi kreatif untuk mempromosikan wisata budaya kawasan Candi Cetho secara tepat?
2. Bagaimanakah menentukan strategi media dan visual yang efektif sebagai sarana komunikasi penyampaian pesan melalui pendekatan visual?

## **1.3 Ruang Lingkup**

### **1.3.1 Batasan Masalah**

Penulis membatasi permasalahan yang dibahas, sebagai berikut :

#### **1. Apa**

Perancangan strategi promosi untuk Kawasan Candi Cetho Kabupaten Karanganyar dengan pendekatan mitologi sebagai objek wisata budaya.

#### **2. Dimana**

Promosi wisata ini akan dilakukan serentak di beberapa *Public Transportation* seperti terminal, stasiun dan bandara. Pemilihan tempat

tersebut didasarkan pada lokasi yang menunjang sarana promosi dan tersebar di Kota Solo sebagai akses para wisatawan yang menggunakan transportasi umum.

### **3. Siapa**

Segmen dari promosi pariwisata ini yaitu usia 19 - 35 Tahun.

### **4. Kapan**

Pengumpulan data dilakukan sejak Agustus - September 2016 dan perancangan akan dilakukan pada Oktober - Nopember 2016. Penerapan promosi sendiri akan dilaksanakan pada bulan Desember 2016 bertepatan dengan menjelangnya liburan akhir tahun.

### **5. Bagaimana**

Menciptakan sebuah strategi promosi untuk Kawasan Candi Cetho di Kabupaten Karanganyar yang meliputi media utama, media pendukung dan media promosi.

## **1.4 Tujuan Perancangan**

Tujuan perancangan dalam tugas akhir ini meliputi dua bagian yaitu Tujuan Umum dan Tujuan Khusus, adapun tujuan tersebut adalah :

### **a. Tujuan Umum**

Tujuan umum dari perancangan ini dapat meningkatkan promosi sehingga kawasan Candi Cetho menjadi objek wisata budaya unggulan di kabupaten Karanganyar wisata pilihan bagi wisatawan yang datang ke kabupaten Karanganyar dengan mengkomunikasikan citra (*image*) yang positif melalui pendekatan visual yang berbasis desain komunikasi visual, agar masyarakat mengerti, memahami serta mengetahui makna dan keberadaan kawasan Candi Cetho sebagai situs budaya yang memiliki ciri khas kearifan lokal serta meningkatkan potensi dan minat wisatawan untuk berkunjung ke kawasan Candi Cetho.

### **b. Tujuan Khusus**

Tujuan khusus dari perancangan ini, penulis dapat menyampaikan pesan secara tepat melalui media dan visual yang efektif dalam mempromosikan wisata budaya kawasan Candi Cetho.

## **1.5 Manfaat Perancangan**

Manfaat perancangan dari penelitian ini adalah :

### **1.5.1 Bagi Lembaga (TCIS)**

- a. Menambah referensi dan memperluas pengetahuan bagi akademis khususnya Desain Komunikasi Visual mengenai Visual Identity sebuah Situs Cagar Budaya (Peninggalan Sejarah).
- b. Diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pembandingan bagi mahasiswa Desain Komunikasi Visual yang lain dalam mengerjakan tugas akhir selanjutnya.

### **1.5.2 Bagi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Karanganyar**

- a. Mendukung program kerja Dinas Kebudayaan dan Pariwisata kabupaten Karanganyar dalam mempromosikan tempat wisata di Karanganyar, khususnya Candi Cetho.
- b. Memberikan sumbangan pemikiran dan dorongan untuk masyarakat Surabaya dan Lembaga agar berperan serta dalam upaya pelestarian dan pemanfaatan Situs Cagar budaya.

### **1.5.3 Bagi Pembaca**

- a. Menggali potensi khas yang dimiliki oleh kawasan Candi Cetho di Kabupaten Karanganyar.
- b. Menambah wawasan dan pengetahuan mengenai citra (image) kawasan Candi Cetho melalui *visual identity*.

### **1.5.4 Bagi Penulis**

- a. Sebagai bentuk pembelajaran bagi penulis dalam menerapkan dan melatih kemampuan kreatifitasnya di bidang Desain Komunikasi Visual.
- b. Melatih penulis untuk melakukan perancangan desain dengan melihat peluang dan permasalahan yang nyata, sehingga penulis diharapkan

dapat menjadi seorang *advertiser* yang profesional dalam melakukan pekerjaannya menjadi pelaku Industri Kreatif.

## **1.6 Metode Penelitian**

Untuk memecahkan masalah yang ada, maka diperlukan data-data yang berkaitan dengan tema yang diambil. Metode yang digunakan adalah Metode Penelitian Kualitatif yang penggunaan dari metode tersebut untuk memaknai suatu individu atau sekelompok orang yang dianggap berasal dari masalah sosial atau kemanusiaan (Creswell, 2014:4). Selanjutnya akan digunakan tindakan pendekatan diskriptif sebagai landasan teoritis dalam penelitian kualitatif yang terikat dengan persoalan dan fenomena yang terjadi di Kawasan Candi Cetho Kabupaten Karanganyar.

### **1.6.1 Metode Pengumpulan Data**

#### **1.6.1.1 Metode Observasi**

Observasi dilakukan dengan cara mengamati langsung suatu objek dan mendokumentasikan secara akurat segala yang dapat dijadikan data Kawasan Candi Cetho.

#### **1.6.1.2 Metode Wawancara**

Wawancara dilakukan dengan cara mengajukan pertanyaan-pertanyaan kepada narasumber diantaranya Pemangku Agama yang berada di Kawasan Candi Cetho, pengunjung, dan petugas lapangan Balai Pelestarian Cagar Budaya Provinsi Jawa Tengah yang sekaligus merangkap sebagai juru pelihara Candi Cetho.

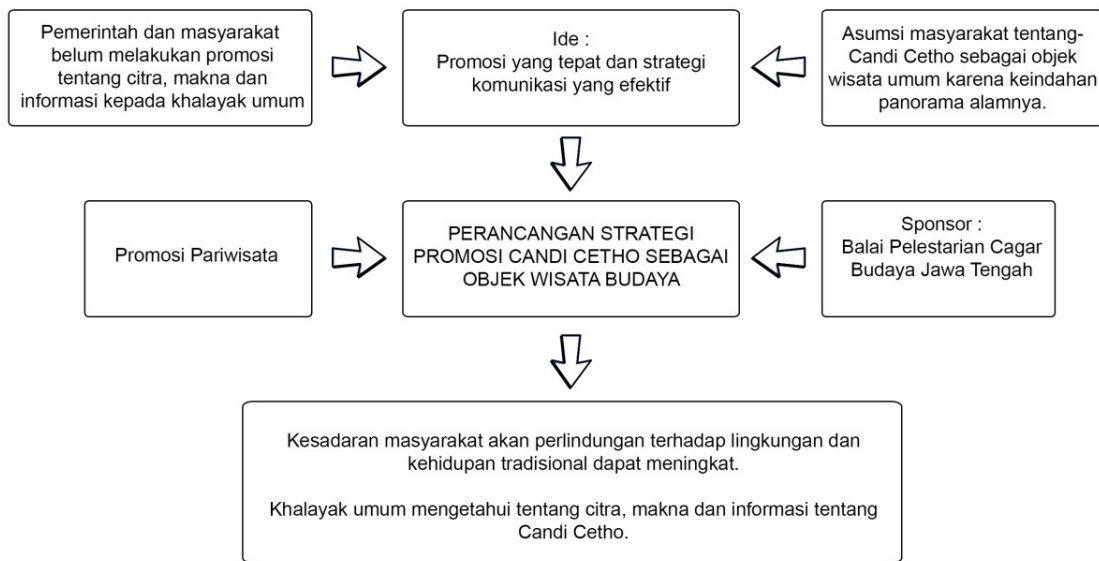
#### **1.6.1.3 Metode Kepustakaan**

Studi pustaka dilakukan dengan cara mengkaji teori yang berkaitan dengan pokok pembahasan. Peneliti mencari dan mengumpulkan informasi melalui buku, jurnal, internet dan lain-lain.

### 1.6.1.4 Metode Kuisioner

Melakukan pengajuan sejumlah pertanyaan yang berhubungan dengan masalah penelitian sebagai media mengumpulkan data responden di Kawasan Candi Cetho.

## 1.7 Kerangka Perancangan



**Bagan 1.1 Kerangka Perancangan**

**Sumber :** (Maharsadutananda, Gunung Sudarno 2016)

## 1.8 Pembabakan

Dalam penyajian laporan penelitian ini, digunakan sistematika penulisan sebagai berikut :

- BAB I Pembahasan tentang latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, ruang lingkup, tujuan perancangan, manfaat perancangan, kerangka perancangan dan pembabakan.
- BAB II Menjelaskan landasan teori yang digunakan sebagai dasar pemikiran yang terkait dalam pembuatan laporan.
- BAB III Penjelasan mengenai data dan analisis masalah yang berisikan data-data dari pemberi proyek, gambaran umum proyek yang



diteliti, data target audiens, data hasil observasi, wawancara, dan analisis proyek untuk mendapatkan pesan yang akan disampaikan.

BAB IV        Membahas tentang perancangan promosi yang terdiri dari konsep dan strategi komunikasi, kreatif, media dan visual yang dilakukan. Serta menampilkan hasil rancangan berupa sketsa hingga penerapan visualisasi Candi Cetho pada media.

BAB V        Berisi tentang simpulan dan saran dari hasil penelitian.