

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **I.1 Latar Belakang**

Ende merupakan sebuah kabupaten yang tepat berada di tengah Pulau Flores yang dijuluki Kaum Portugis dengan sebutan “Nusa Bunga”, dan membelah pulau menjadi 2 bagian. Dengan posisi strategis ini menjadikan Kabupaten Ende sebagai pintu masuk perdagangan baik menuju kearah barat maupun timur Pulau Flores. Ada 3 suku besar yang menjadi penduduk asli Kabupaten Ende, yakni Suku Ende (untuk masyarakat yang bermukim di pesisir selatan Kabupaten Ende, Suku Ngao dan Suku Lio (untuk masyarakat yang bermukim di pesisir utara kabupaten Ende).

Berdasarkan data dari Dinas Kependudukan Kabupaten Ende per Januari 2012, jumlah penduduk Kabupaten Ende adalah sebesar 263.106 jiwa yang tersebar di 21 kecamatan. Penduduk Kabupaten Ende merupakan campuran dari orang Sumba, Bima atau Sumbawa, Pijo dan Makasar. Bahkan pengaruh Makasar sangat jelas terlihat pada pakaian adatnya (atasan pakaian adat wanita Kabupaten Ende).

Berbagai keindahan objek wisata baik wisata alam, budaya, maupun sejarah dapat ditemui di Kabupaten Ende. Keberadaan Danau Tiga Warna Kelimutu yang mendunia telah menjadi pemicu bangkitnya sektor pariwisata di wilayah ini. Namun upaya pengembangan yang telah dilakukan oleh pemerintah setempat ternyata masih jauh dari harapan. Belum ada program pencitraan/identitas sebagai daerah tujuan wisata, diperburuk dengan semakin kuatnya kompetisi tiap daerah dalam mencapai keunggulan dalam bidang pariwisata, serta rendahnya kualitas promosi dan informasi pariwisata, menjadi beberapa penyebab lemahnya perkembangan sektor pariwisata di

Kabupaten Ende dibandingkan dengan beberapa kawasan lain di Propinsi Nusa Tenggara Timur.

Berkaitan dengan di tetapkannya NTT sebagai salah satu daerah tujuan wisata unggulan di Indonesia mulai tahun 2007 dan UU No. 22/1999 tentang Otonomi Daerah, upaya optimalisasi untuk memperkuat identitas lokal dan pelaksanaan program dan kegiatan khususnya dalam sektor kebudayaan dan pariwisata perlu dilakukan. Salah satu upaya untuk dapat mencapai tujuan pemerintah setempat adalah melakukan pencitraan Kabupaten Ende sebagai daerah tujuan wisata melalui perancangan identitas pariwisata Kabupaten Ende, sehingga dapat memaksimalkan potensi wilayah setempat agar terjadi peningkatan kunjungan (wisata maupun bisnis) yang akhirnya meningkatkan APBD dan nilai ekonomi Kabupaten Ende.

## **I.2 Permasalahan**

### **I.2.1 Identifikasi Masalah**

Dari penjabaran latar belakang diatas dapat diidentifikasi beberapa masalah yaitu sebagai berikut:

1. Potensi Wisata baik alam, budaya maupun sejarah belum dikelola secara baik oleh pemerintah Kabupaten Ende.
2. Kuatnya kompetisi tiap daerah/wilayah dalam bidang pariwisata.
3. Belum ada program pencitraan/identitas sebagai daerah tujuan wisata yang merupakan pedoman dalam pembangunan dan pengembangan pariwisata daerah.
4. Kurangnya pengembangan promosi pariwisata Kabupaten Ende.

### **I.2.2 Rumusan Masalah**

Dari identifikasi masalah diatas, dapat dirumuskan permasalahan berupa sebuah pertanyaan yaitu sebagai berikut:

“Bagaimana merancang identitas dan promosi pariwisata Kabupaten Ende sebagai daerah tujuan wisata?”.

### **I.3 Fokus Perancangan**

Berdasarkan identifikasi diatas, maka ruang lingkup proyek tugas akhir ini berkisar pada hal-hal yang dapat ditangani dan dikelola melalui pendekatan DKV (Desain Komunikasi Visual). Perancangan ini ditujukan untuk identitas pariwisata Kabupaten Ende sebagai daerah tujuan wisata dan bagaimana mempromosikan potensi wisata yang ada di Kabupaten Ende. Batasan yang akan dilakukan selama proyek Tugas Akhir ini adalah sebagai berikut :

1. Perancangan Logo Kabupaten Ende sebagai daerah tujuan wisata.
2. Perancangan media promosi seperti media cetak, media luar ruangan dan *souvenir*.
3. Media promosi akan diterapkan di Kabupaten Ende dan sekitarnya, dan kota besar di Pulau Jawa khususnya Jakarta, Surabaya, dan Denpasar/Bali.
4. Perancangan ditujukan untuk wisatawan lokal yang berdomisili di kota besar di Indonesia seperti Jakarta, Surabaya, dan Denpasar/Bali.
5. Jangka waktu penerapan media promosi adalah pada tahun 2015.

### **I.4 Tujuan Perancangan**

“Melakukan perancangan identitas dan promosi pariwisata Kabupaten Ende melalui logo pariwisata dan penerapannya pada media promosi”.

## I.5 Cara Pengumpulan Data

### 1. Studi Pustaka

Studi kepustakaan 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 studi pustaka dilakukan dengan mengumpulkan data, menelaah beberapa buku, literatur, catatan, serta laporan yang berhubungan dengan objek penelitian. (Nazir,2011:111)

### 2. Wawancara

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu. (Moleong,2010:186). Jadi kesimpulan dari wawancara menurut penulis merupakan hasil pembicaraan tanya – jawab dari penulis terhadap orang – orang yang berhubungan dengan apa yang penulis teliti. Dalam penelitian ini, wawancara akan dilakukan kepada Kepala Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kabupaten Ende yang dilakukan secara *online*.

### 3. Observasi

Observasi merupakan penelitian yang dilakukan dengan melihat lokasi penelitian langsung. (Laksana,2010: 135). Observasi akan dilakukan dengan melakukan pengamatan terhadap Kabupaten Ende dan sektor pariwisata, metode ini digunakan untuk mendapatkan data terkini yang akurat, tepat dan dapat dipertanggung jawabkan kebenarannya.

## I.6 Cara Analisis

### 1. Analisis Perbandingan Matriks

Menurut Marimmin (2010) perbandingan matriks struktur keputusan yang digambarkan dalam bentuk tabel perbandingan antar berbagai *alternative* keputusan berdasarkan kriteria keputusan yang telah ditetapkan. Dalam penelitian ini, akan dilakukan perbandingan dengan program – program sejenis dan menganalisis seluruh aspek yang mempengaruhi objek perancangan dengan menggunakan prinsip - prinsip DKV sehingga mendapatkan kesimpulan – kesimpulan yang digunakan dalam melakukan perancangan.

### 2. Analisa SWOT

Analisis SWOT merupakan sebuah metode meneliti lingkungan dalam (*internal*) yang dapat digolongkan sebagai kekuatan (*Strength*) dan kelemahan (*Weakness*)serta lingkungan luar (*eksternal*) yang dapat digolongkan sebagai peluang (*Opportunity*) dan ancaman (*Threat*) suatu perusahaan guna membantu mempertemukan sumber daya perusahaan pada lingkungan yang kompetitif dimana perusahaan beroperasi.

1. *Strenght* : faktor *internal* yang mendukung perusahaan dalam mencapai tujuannya. Faktor pendukung dapat berupa sumber daya, keahlian, keuangan, citra, keunggulan di pasar serta hubungan baik antara *buyer* dan *supplier*.
2. *Weakness* : faktor *internal* yang menghambat perusahaan dalam mencapai tujuannya. Faktor penghambat dapat berupa fasilitas yang tidak lengkap, kurangnya sumber keuangan, kemampuan mengelola, keahlian pemasaran dan citra perusahaan.

3. *Opportunity* : faktor *eksternal* yang mendukung perusahaan dalam mencapai tujuannya. Faktor *eksternal* dapat berupa perubahan kebijakan, perubahan persaingan, perubahan teknologi dan perkembangan *supplier* dan *buyer*.
4. *Threat* : faktor *eksternal* yang menghambat perusahaan dalam mencapai tujuannya. Faktor *eksternal* dapat berupa masuknya pesaing baru, pertumbuhan pasar yang lambat, tingkat kepercayaan menurun, meningkatnya *power* daripada *supplier* dan *buyer utama*, ekonomi mengalami penurunan, perubahan teknologi serta kebijakan baru. (Purba, 2009: 55-58)

Setelah mengetahui faktor SWOT dari produk, perusahaan, proyek yang dibahas, dan merumuskan tujuan maka setelah itu dapat dikembangkan menjadi strategi yang nantinya akan menjadi program-program yang akan dilakukan. Ada empat formulasi strategi yang didapat, diantaranya :

1. Strategi S-O

Strategi yang menggunakan kekuatan (*strength*) untuk memanfaatkan peluang (*opportunity*) yang ada.

2. Strategi S-T

Strategi yang menggunakan kekuatan (*strength*) untuk mengatasi ancaman (*threat*).

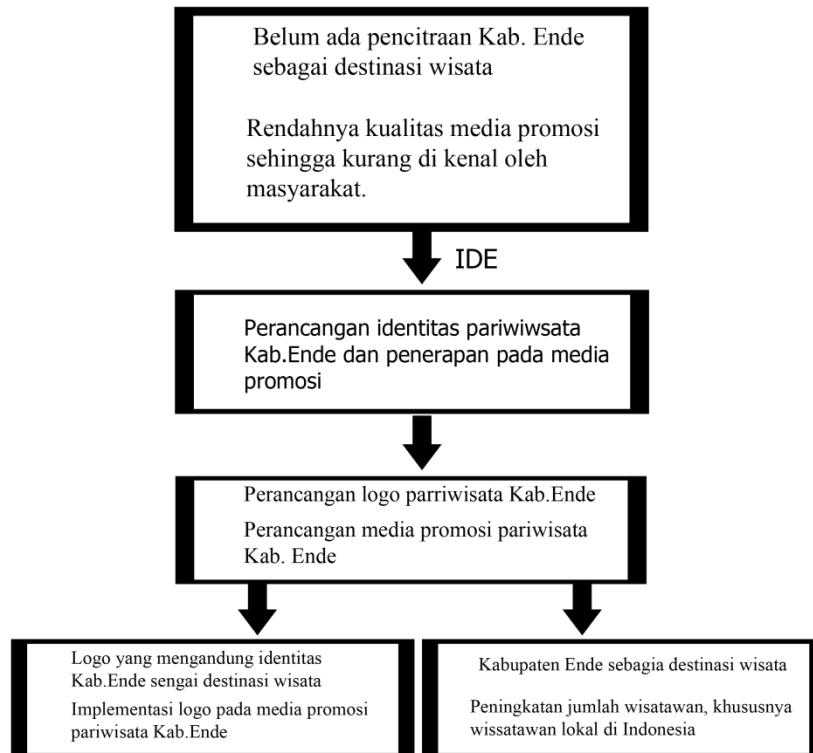
3. Strategi W-O

Strategi dengan meminimalkan kelemahan (*weakness*) untuk mengejar peluang (*opportunity*) yang ada.

4. Strategi W-T

Strategi dengan meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan menghindari ancaman (*threat*) yang ada. (Purba, 2009: 66)

## I.7 Kerangka Perancangan



Gambar 1.1 Skema Kerangka Perancangan

## I.8 Pembabakan

### BAB I : PENDAHULUAN

Berisi penjelasan singkat tentang Kabupaten Ende yang didalamnya membahas latar belakang Kabupaten Ende, pariwisata Kabupaten Ende yang menjadi objek penelitian, permasalahan yang terdapat dalam sektor kepariwisataan Kabupaten Ende, solusi untuk mengatasi permasalahan tersebut beserta tujuan dari penelitian, serta ruang lingkup yang akan akan diteliti, cara pengumpulan data dan skema perancangan Tugas Akhir.

### BAB II : DASAR PEMIKIRAN

Berisi teori – teori yang akan digunakan sebagai pijakan untuk merancang identitas pariwisata serta mengenai media promosi, *brand*, dan teori analisis yang akan digunakan dalam proses penelitian.

### BAB III : URAIAN DATA DAN ANALISIS MASALAH

Data (Menjelaskan data dari Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Ende, rencana dan strategi, sasaran, isu - isu strategis, serta penjelasan tentang wisata yang ada di Kabupaten Ende yang didapat dari hasil observasi, studi pustaka, wawancara dan tinjauan terhadap program sejenis).

Analisis (Menjelaskan analisis teori dengan fakta yang didapat dalam bagian data yang diharapkan dapat member solusi untuk memecahkan persoalan atau masalah yang akan diuraikan pada konsep komunikasi, konsep kreatif, dan konsep media).

### BAB IV: KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN

Menjelaskan konsep komunikasi (ide besar), konsep kreatif (pendekatann), konsep media (beberapa media yang akan digunakan) dan konsep visual (tipografi, *layout*, warna, gaya visual) serta hasil perancangan (dari sketsa sampai penerapan visualisasi pada media).

### BAB V : PENUTUP

Menjelaskan kesimpulan dari perancangan yang telah dilakukan sesuai dengan tujuan perancangan serta saran dan ide yang dapat diterapkan untuk mengatasi persoalan yang sama nantinya.