

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Indonesia adalah negara kepulauan yang memiliki potensi sumber daya alam yang melimpah. Salah satu potensi yang dimiliki adalah sektor pariwisata. Bentuk geografis Indonesia sebagai negara kepulauan, membuat setiap daerah memiliki daya tarik wisata yang berbeda satu sama lain. Survei yang dilakukan oleh *World Economic Forum* (WEF) tahun 2012 menempatkan keindahan alam Indonesia di peringkat keenam di dunia. Pertumbuhan sektor pariwisata tercatat terus meningkat dari tahun ke tahun. Badan Pusat Statistik mencatat kenaikan wisatawan mancanegara mencapai 4,15 juta orang pada bulan Januari – Juni 2013 atau sebesar 7,18% dari tahun yang lalu yang mencapai 3,88 juta kunjungan. Sedangkan wisatawan domestik yang menggunakan angkutan udara selama periode Januari – Juni 2013 mencapai 27,2 juta orang atau mengalami kenaikan sebesar 3,54% pada periode yang sama di tahun 2012. Namun dalam hal daya saing di tingkat ASEAN, Indonesia hanya mampu menduduki peringkat kelima di bawah Brunei Darussalam.

Pengembangan pariwisata dinilai penting karena selain meningkatkan perolehan devisa, juga mampu menjadi penunjang kekuatan ekonomi negara. Dengan beragamnya objek wisata yang ditawarkan membuat pihak pengelola objek wisata harus berlomba-lomba menarik minat konsumen. Salah satu diantaranya adalah dengan membentuk citra unik yang dimiliki. Salah satu kawasan wisata di Indonesia yang memiliki potensi untuk dikembangkan adalah Loksado di Kalimantan Selatan.

Loksado adalah salah satu tempat wisata yang terletak di Kabupaten Hulu Sungai Selatan, provinsi Kalimantan Selatan. Loksado menyimpan potensi wisata atraksi alam, sejarah dan budaya. Kondisi geografis Loksado yang berada di kaki Pegunungan Meratus membuat tempat-tempat wisata di Loksado sangat

asri. Salah satu wisata atraksi alam yang menonjol adalah *bamboo rafting* atau dikenal dengan nama *balanting paring* oleh masyarakat setempat.

Rakit bambu semula digunakan sebagai alat transportasi untuk mengangkut hasil alam yang dijual dari Loksado menuju Kandangan melalui Sungai Amandit. Rakit bambu yang unik dan tradisional kemudian menjadi daya tarik bagi wisatawan yang berkunjung untuk menikmati alam Loksado menggunakan alat transportasi tradisional ini.

Loksado memiliki beberapa wisata alam yang menarik seperti air terjun, pemandian air panas, dan hutan hujan tropis di Pegunungan Meratus. Di sisi budaya, Loksado menyimpan eksotisme kehidupan masyarakat suku Dayak Meratus yang hidup berdampingan dengan suku Banjar. Suku Dayak memiliki kerajinan tangan seperti gelang, anyaman tas, tikar yang dibuat dari hasil hutan seperti bambu dan rotan. Masyarakat Loksado hidup dengan suasana rukun dan saling bahu membahu. Masyarakat Loksado memegang teguh kearifan budaya lokal dan sangat menyadari betapa pentingnya menjaga kelestarian alam di lingkungan tempat mereka tinggal.

Nama Loksado sebagai tempat wisata masih belum dikenal secara luas oleh wisatawan. Pembentukan citra yang baik dari sebuah lokasi wisata sangat diperlukan. Sebuah lokasi wisata tidak akan mampu memperlihatkan kelebihan dibandingkan dengan lokasi wisata yang lain tanpa adanya *image* atau gambaran yang jelas mengenai kondisi lokasi wisata tersebut.

Fasilitas yang ada di Loksado seperti penginapan, rumah makan, transportasi, dan kesehatan masih terbatas. Beberapa kendala yang menyebabkan kurangnya minat wisatawan untuk datang ke Loksado jarak Loksado yang relatif jauh (160 Km) dari pusat kota Banjarmasin. Selain itu, informasi mengenai pariwisata di Loksado masih sulit untuk ditemukan, Pengumpulan data yang dilakukan penulis mengenai media promosi wisata Loksado di tempat-tempat strategis seperti bandara, beberapa hotel dan *travel agent* di Banjarmasin tidak ditemukan adanya media promosi mengenai

Loksado. Media promosi yang ditemukan penulis di Loksado hanya ditemukan spanduk, papan nama, dan informasi wisata yang ala kadarnya.



Gambar 1.1 Contoh Media Promosi di Loksado

(Sumber: Dokumentasi Penulis)

Wisata alam di Loksado masih sebatas potensi. Perlu adanya dukungan dari investor dan keterlibatan pemerintah serta kesadaran masyarakat untuk mengembangkan Loksado sebagai lokasi wisata unggulan. Oleh karena itu, upaya mengenalkan Loksado melalui perancangan identitas merupakan salah satu cara untuk menarik investor dan juga para wisatawan untuk datang. Perlu adanya cara penyampaian pesan dan informasi secara baik dan tepat kepada target konsumen atau calon wisatawan. Dengan adanya perancangan ini diharapkan adanya peningkatan wisatawan yang berkunjung ke Loksado dan ketertarikan investor untuk berperan mengembangkan pariwisata di Loksado sehingga dapat memberikan efek domino bagi perbaikan ekonomi masyarakat setempat, memajukan sektor usaha di berbagai bidang, serta mampu mengangkat objek-objek wisata yang berada di sekitar Loksado.

## 1.2 Permasalahan

### 1.2.1 Identifikasi Masalah

- a. Loksado memiliki potensi wisata, namun lokasi wisata Loksado terletak jauh dari pusat kota Banjarmasin.
- b. Fasilitas yang ada di Loksado seperti penginapan, rumah makan, transportasi, dan kesehatan masih kurang memadai.

- c. Informasi mengenai pariwisata di Loksado masih sulit untuk ditemukan.
- d. Citra pariwisata Loksado masih belum terbentuk secara jelas.

### **1.2.2 Rumusan Masalah**

Dari latar belakang yang telah diuraikan diatas maka dirumuskan permasalahan yang akan diselesaikan melalui perancangan identitas komunikasi visual sebagai sarana promosi. Adapun perumusan masalah yang ingin disampaikan adalah sebagai berikut:

“Bagaimana merancang identitas wisata di Loksado dan penerapannya ke dalam media promosi yang sesuai?”

## **1.3 Fokus Permasalahan**

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, batasan yang akan dilakukan selama pengerjaan tugas akhir ini adalah:

### **1.3.1 Apa**

Loksado adalah salah satu objek wisata alam di Kalimantan Selatan yang memiliki potensi yang sangat tinggi untuk menarik minat wisatawan berkunjung ke Kalimantan Selatan, namun keberadaan Loksado masih kurang dikenal oleh wisatawan nusantara. Upaya untuk mengenalkan pariwisata di Loksado adalah dengan melakukan perancangan identitas dan mengaplikasikannya pada media promosi dalam bidang desain komunikasi visual.

### **1.3.2 Siapa**

Secara geografis, segmentasi target konsumen adalah masyarakat lokal yang berada di kota-kota besar di Indonesia. Target konsumen adalah kalangan menengah atas yang berusia antara 25 tahun sampai 45 tahun yang berpendidikan dan memiliki pekerjaan tetap, serta selalu memiliki anggaran dana untuk berwisata dan waktu luang yang cukup ditengah kesibukan sehari-hari. Target konsumen membutuhkan informasi yang mudah untuk didapatkan, baik melalui peralatan yang digunakan maupun media yang dapat ditemukan sehari-hari.

### **1.3.3 Bagaimana**

Perancangan media promosi sebagai penyedia informasi mengenai lokasi wisata di Loksado dan media pendukung seperti *website*, brosur, iklan majalah, dan iklan koran.

### **1.3.4 Dimana**

Sebagai pintu masuk di Kalimantan Selatan, media promosi akan diterapkan di Kota Banjarmasin dan sekitarnya. Selain itu, untuk mengenalkan Loksado secara luas di Indonesia, dipilih Jakarta dan Surabaya yang memiliki penerbangan langsung ke Banjarmasin serta Bali sebagai salah satu tempat favorit wisatawan domestik di Indonesia.

### **1.3.5 Kapan**

Pengumpulan data akan dilakukan pada bulan September - Oktober 2014, sedangkan untuk perancangan media promosi akan dilakukan pada bulan November – Desember 2014. Kegiatan promosi akan diterapkan pada bulan Juni – Juli 2014 dan Desember 2014 – Januari 2015 karena diperkirakan jumlah wisatawan yang berpergian cukup tinggi seperti tahun sebelumnya.

## **1.4 Tujuan Perancangan**

Merancang identitas pariwisata di Loksado berikut penerapannya pada media promosi.

## **1.5 Cara Pengumpulan Data**

### **1.5.1 Tehnik Observasi**

Metode observasi dalam penelitian seni dilaksanakan untuk memperoleh data tentang karya seni dalam suatu kegiatan dan situasi yang relevan dengan masalah penelitian (Rohidi, 2011 : 182).

Observasi yang dilakukan adalah melakukan pengamatan mengenai kondisi pariwisata di Loksado. Pengamatan yang dilakukan dimulai dari kondisi ketika wisatawan pertama kali datang, kondisi transportasi dan perjalanan menuju Loksado, serta apa yang bisa ditemukan selama perjalanan ke Loksado. Observasi juga dilakukan dengan melihat objek-

objek wisata yang berada di Loksado seperti, *bamboo rafting*, air terjun, danau kerbau, dan *trekking* di pegunungan meratus. Observasi juga dilakukan untuk mencari kebudayaan, kebiasaan dan gaya hidup masyarakat setempat.

Selain itu juga dilakukan observasi terhadap objek wisata sejenis di daerah lain. Hal ini dilakukan sebagai acuan dan perbandingan yang dapat membantu dalam perancangan media promosi nantinya.

### **1.5.2 Metode Perekaman**

Teknik-teknik perekaman yang digunakan dalam penelitian seni dipandang lebih tepat, cepat, akurat, dan realistik berkenaan dengan fenomena yang diamati, jika dibandingkan dengan mencatatnya secara tertulis (Rohidi, 2011 : 194).

Metode ini dilakukan dengan memotret atau merekam dengan video sebagai dokumentasi dan bukti visual yang jelas mengenai kondisi pariwisata di Loksado.

### **1.5.3 Studi Pustaka**

Informasi yang dikumpulkan dapat berupa catatan perorangan, organisasi yang terlibat, jumlah karya seni dan corak yang dipamerkan, serta berbagai catatan, buku, *leaflet*, *pamphlet* yang berkaitan dengan karya yang sedang dikaji (Rohidi, 2011 : 206).

Tehnik pengumpulan data dokumen biasanya digunakan untuk memperoleh data informasi dari tangan ke dua untuk mendapatkan informasi tentang pariwisata di Loksado dan pariwisata sejenis. Data yang didapatkan digunakan sebagai perbandingan yang dapat membantu dalam perancangan media promosi nantinya.

### **1.5.4 Wawancara**

Wawancara adalah suatu teknik yang digunakan untuk memperoleh informasi tentang kejadian yang oleh peneliti tidak dapat diamati sendiri secara langsung, baik karena tindakan atau peristiwa yang terjadi di masa

lampau ataupun karena peneliti tidak diperbolehkan hadir di tempat kejadian itu (Rohidi, 2011 : 208).

Tehnik ini digunakan untuk memperoleh informasi tentang kejadian yang tidak dapat diamati sendiri. Wawancara akan dilakukan kepada Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kalimantan Selatan sebagai narasumber yang mengetahui secara betul mengenai keadaan pariwisata di Kalimantan Selatan.

## **1.6 Metode Analisis**

### **1.6.2 Matriks Perbandingan**

Matriks adalah alat yang rapih 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, misalnya, mengidentifikasi perbedaan dan persamaan dalam data penelitian. (Rohidi, 2011 : 247-248).

Matriks dapat dibentuk untuk memberi informasi berdasarkan kategori, tema, dan pola. Proses pemberian kategori melibatkan pencatatan aturan pada tempat penelitian atau orang yang dipilih untuk dikaji. Ketika kategori makna berkembang peneliti mencari kategori yang memiliki konvergensi internal dan divergensi eksternal. (Guba, 1978 dalam Rohidi, 2009:249).

Matriks perbandingan dilakukan untuk membandingkan fasilitas tempat, harga, kondisi masyarakat, dan media promosi yang ada di Loksado dengan pariwisata sejenis untuk mendapatkan kesimpulan – kesimpulan yang digunakan dalam melakukan perancangan.

### **1.6.3 Tehnik Analisis SWOT**

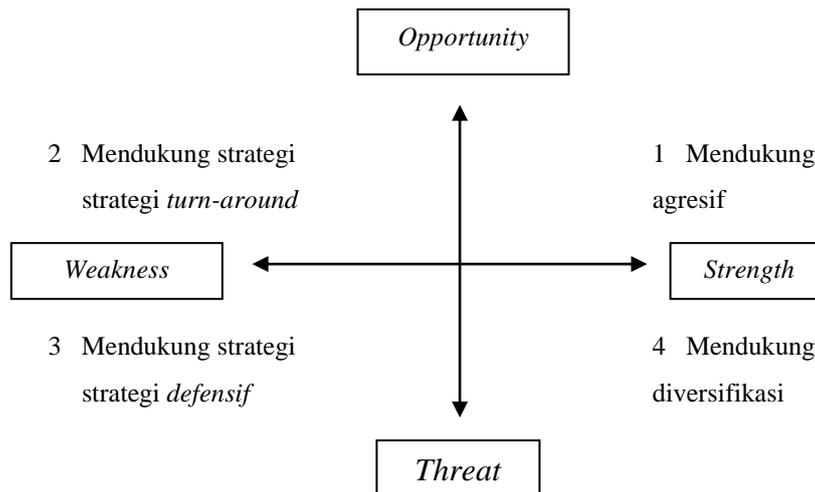
Analisis SWOT merupakan sebuah metode meneliti faktor lingkungan dalam (internal) yang dapat digolongkan sebagai kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*) serta lingkungan luar (eksternal)

yang dapat digolongkan sebagai peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threat*). (Purba, 2009:55).

Kegiatan yang paling penting dalam proses analisis SWOT adalah memahami seluruh informasi dalam suatu kasus, menganalisis situasi untuk mengetahui isu apa yang sedang terjadi dan memutuskan tindakan apa yang harus segera dilakukan untuk memecahkan masalah. (Freddy Rangkuti, 2001:14).

Pengertian - pengertian kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dalam analisis SWOT adalah sebagai berikut :

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



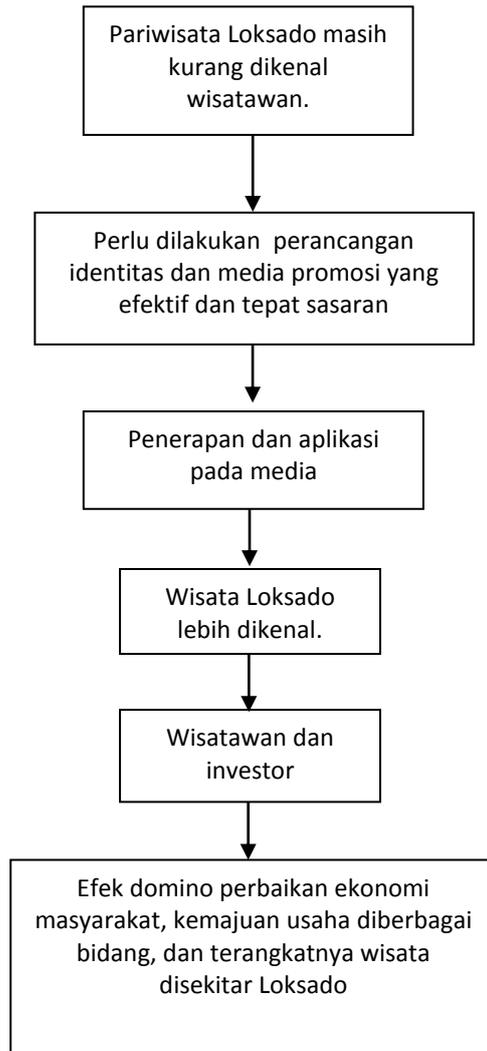
Gambar 1.2 Analisis SWOT

Sumber : (Rangkuti, 2006: 19)

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 :

- a. Strategi S-O  
Strategi yang menggunakan kekuatan (*strength*) untuk memanfaatkan peluang (*opportunity*) yang ada.
- b. Strategi S-T  
Strategi yang menggunakan kekuatan (*strength*) untuk mengatasi ancaman (*threat*).
- c. Strategi W-O  
Strategi dengan meminimalkan kelemahan (*weakness*) untuk mengejar peluang (*opportunity*) yang ada.
- d. Strategi W-T  
Strategi dengan meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan menghindari ancaman (*threat*) yang ada. (Purba, 2009: 66)

## 1.7 Kerangka Perancangan



Tabel 1.1 Kerangka Perancangan

(Sumber: Dokumentasi Penulis)

## 1.8 Pembabakan

### 1.8.1 Bab I Pendahuluan

Berisi tentang gambaran sekilas mengenai pariwisata Loksado, yang didalamnya membahas mengenai latar belakang Loksado, pariwisata Loksado yang merupakan objek dari perancangan, permasalahan yang ada dalam pariwisata Loksado beserta solusi untuk mengatasi dan tujuan dari

penelitian, serta ruang lingkup yang akan diteliti dan tehnik pengumpulan data dan juga skema perancangan Tugas Akhir.

### **1.8.2 Bab II Dasar Pemikiran**

Menjelaskan teori atau dasa pemikiran yang akan dipakai sebagai pijakan dan teori untuk merancang mengenai perancangan promosi pariwisata Loksado agar tepat sasaran, serta teori untuk analisis dari teori dan data yang digunakan untuk merancang promosi pariwisata.

### **1.8.3 Bab III Data dan Analisis Masalah**

#### **a. Data**

Menjelaskan berbagai data yang berhubungan dengan pariwisata Loksado dan data dari Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kalimantan Selatan, rencana dan strategi, fasilitas dan ciri khas Kalimantan Selatan, dan juga profil – profil destinasi wisata yang ada di Loksado yang didapat dari hasil observasi, studi pustaka, wawancara dan tinjauan terhadap program sejenis.

#### **b. Analisis**

Menjelaskan berbagai analisis tentang teori yang digunakan pada BAB II dengan fakta yang didapat dalam bagian data. Analisis ini diharapkan dapat memberikan pemecahan masalah yang nantinya diuraikan pada konsep komunikasi, konsep kreatif dan konsep media.

### **1.8.4 Bab IV Konsep dan Hasil Perancangan**

Menjelaskan tentang konsep komunikasi (ide besar), konsep kreatif (pendekatann), konsep Media (media apa saja yang digunakan) dan konsep visual (jenis-jenis huruf, bentuk, warna, gaya visual). Dan hasil perancangan mulai dari sketsa hingga penerapan visualisasi pada media.

### **1.8.5 Bab V Penutup**

Menjelaskan tentang kesimpulan dari perancangan yang telah dilakukan yang sesuai dengan tujuan perancangan serta saran dan ide yang bisa diterapkan untuk menanggapi permasalahan serupa.