

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Wisata merupakan suatu kegiatan berpergian yang dilakukan manusia dengan tujuan untuk memperluas wawasan, mengenal hasil kebudayaan dan atau sekedar bersenang-senang (Kamus Besar Bahasa Indonesia). Wisata menjadi salah satu kegiatan masyarakat dalam rangka melepas penat dan refreshing dari rutinitas sehari-sehari. Di Indonesia sendiri, terdapat banyak destinasi pariwisata baik itu wisata alam, wisata *adventure*, wisata belanja, wisata budaya, dan sebagainya yang patut dikunjungi bagi wisatawan. Salah satu daerah di Provinsi Jawa tengah yang menjadi destinasi wisata adalah Kabupaten Banjarnegara.

Banjarnegara memiliki banyak potensi wisata menarik untuk dikunjungi. Beberapa tempat wisata favorit di Banjarnegara seperti Datararan Tinggi Dieng, Taman Rekreasi Margasatwa Serulingmas, Paweden, Curug Pitu dan Waduk Mrica. Terdapat juga tempat-tempat wisata yang dikelola swasta yang ramai dikunjungi seperti Surya Yudha Park, The Pikas, dan Serayu Adventure.

Selain tempat-tempat pariwisata yang sudah terkenal di Banjarnegara, saat ini Pemerintah Kabupaten Banjarnegara sedang terus mengembangkan potensi-potensi pariwisata lain yang ada di Banjarnegara. Salah satu yang sedang dikembangkan adalah Desa Wisata Gumelem.

Desa Wisata Gumelem terdiri dari dua desa yaitu Desa Gumelem Kulon dan Desa Gumelem Wetan. Salah satu yang paling potensial di Desa Gumelem ini adalah sebagai sentra pembuatan batiknya, sehingga Desa Gumelem juga terkenal dengan wisata batik. Masyarakat dapat berbelanja batik sekaligus dapat menyaksikan dan belajar secara langsung proses membatik. Selain wisata batik, sebenarnya Gumelem memiliki potensi pariwisata lainnya seperti wisata sejarah dimana terdapat masjid tua berusia 300-an tahun peninggalan walisongo serta makam kuno. Terdapat juga pemandian air panas dan event-event tradisi lokal. Banyaknya potensi wisata pemerintah kabupaten Banjarnegara akhirnya

menetapkan Gumelem sebagai Desa Wisata. Penetapan desa wisata dilakukan untuk mendorong kesejahteraan masyarakat desa serta melestarikan budaya dan alam di sekitar Desa Gumelem.

Gumelem kaya akan potensi sejarah, budaya, dan usaha kerajinan yang akan menarik wisatawan. Desa wisata ini bagus untuk lebih dikembangkan lagi oleh pemerintah kabupaten. Jika Desa Wisata Gumelem ini menarik minat calon wisatawan maka akan banyak wisatawan yang datang dan secara tidak langsung akan meningkatkan perekonomian masyarakat di desa itu. Wisatawan akan membelanjakan uangnya untuk membeli karya-karya warga di desa tersebut.

Menurut data kunjungan wisatawan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banjarnegara secara umum mengalami peningkatan selama tiga tahun terakhir. Itu artinya promosi yang dilakukan pemerintah dalam mempromosikan Banjarnegara sudah cukup baik. Dalam upaya mempertahankan jumlah kunjungan wisatawan agar tidak mengalami penurunan dan terus meningkat pada tahun-tahun berikutnya maka perlu adanya pembenahan infrastruktur di setiap destinasi wisatanya.

Sebagai desa wisata yang tergolong sudah lama dikembangkan, namun minat kunjungan wisatanya masih kurang di Banjarnegara sendiri, Desa Wisata Gumelem perlu pembenahan infrastruktur desanya untuk mendukung promosi yang akan dilakukan. Sebagai sebuah desa wisata, infrastruktur yang menunjang kegiatan wisatawan sangat masih sangat kurang. Pembenahan infrastruktur di Desa Gumelem dapat dilakukan dengan perbaikan akses jalan, fasilitas umum dan lain-lain. Di ranah desain komunikasi visual pembenahan infrastruktur di Desa Gumelem adalah dengan pembuatan fasilitas *sign system* yang berfungsi mengarahkan wisatawan menuju obyek-obyek wisata mengingat di sign system di Desa Gumelem itu sendiri masih sangat sederhana dan belum semua ditempatkan pada titik-titik penting obyek wisata.

Pembuatan *Sign System* juga harus didukung dengan adanya identitas visual sebagai elemen pencitraan desa wisata itu sendiri yang nantinya identitas visual tersebut dapat diimplementasikan ke dalam *signage* dan media-media pendukung

lainnya. Sementara itu, Desa wisata Gumelem belum memiliki identitas visual resmi sebagai *brand image* Desa Wisata Gumelem itu sendiri.

Dengan adanya identitas visual Desa Wisata Gumelem maka ini diharapkan dapat menjadi sarana untuk mempermudah menginformasikan keberadaan Desa Wisata Gumelem serta mempertahankan dan meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan Desa Gumelem.

Berdasarkan pemaparan-pemaparan di atas, akhirnya penulis tertarik melakukan studi perancangan identitas visual Desa Wisata Gumelem berdasarkan kaidah-kaidah ilmu Desain Komunikasi Visual yang benar untuk menciptakan sebuah *brand image* dan membantu mempermudah wisatawan berkegiatan di Desa Gumelem melalui *signage system* yang ada.

1.2 Permasalahan

1.2.1 Identifikasi Masalah

- a. Belum adanya identitas visual sebagai pencitraan terhadap Desa Wisata Gumelem agar mudah diketahui dan diingat oleh masyarakat.
- b. *Sign system* di Desa Wisata Gumelem masih sangat sederhana dan belum sesuai standar.

1.2.2 Rumusan Masalah

- a. Bagaimana rancangan identitas visual Desa Wisata Gumelem yang mencitrakan karakter Desa Wisata Gumelem?
- b. Bagaimana rancangan *signage system* yang efektif dan informatif bagi pengunjung Desa Wisata Gumelem?

1.3 Ruang Lingkup

Ruang lingkup permasalahan yang akan dibahas dalam perancangan ini adalah :

- a. Obyek perancangan : Desa Wisata Gumelem, Kecamatan Susukan Kabupaten Banjarnegara, Jawa Tengah.
- b. Target market yang dituju :

1) Target Utama

- Geografis

Masyarakat yang tinggal di perkotaan, wisatawan domestik

- Demografis

Jenis Kelamin : Laki-laki dan perempuan

Usia : 40 - 60 tahun

Status Sosial : Menengah ke atas

- Psikografis

Masyarakat yang memiliki semangat tinggi untuk belajar dan mencoba hal-hal baru.

- *Behavior*

Target sasaran adalah orang dewasa tengah yang telah bekerja, berpenghasilan, berkeluarga, ingin memanfaatkan waktu luang untuk berekreasi bersama keluarga, suka melakukan kegiatan belanja, senang melakukan aktifitas luar ruang, aktif bersosialisasi dengan keluarga, teman dan masyarakat, mencintai alam, budaya, tradisi, dan sejarah.

2) Target Kedua

- Geografis

Masyarakat yang tinggal di perkotaan

- Demografis

Jenis Kelamin : Laki-laki dan perempuan

Usia : 19 – 39 tahun

Status Sosial : Menengah ke bawah

- Psikografis

Masyarakat yang memiliki semangat tinggi untuk belajar dan mencoba hal-hal baru.

- Behavior

Target sasaran kedua adalah dewasa awal yang belum berpenghasilan maupun berpenghasilan cukup, sederhana, menyukai kegiatan luar ruang, menyukai kegiatan wisata

alam dan kebudayaan, suka menunjukkan aktivitas diri di media sosial,.

- c. Perancangan yang dilakukan adalah perancangan identitas visual beserta implementasinya pada berbagai media dan perancangan *graphic system* pada *signage*.

1.4 Tujuan Perancangan

Sesuai dengan identifikasi dan ruang lingkup permasalahan di atas maka tujuan perancangan ini adalah sebagai berikut :

- a. Merancang identitas visual Desa Wisata Gumelem yang mudah dikenal dan diingat sesuai karakter Desa Wisata Gumelem.
- b. Merancang *signage system* yang efektif dan informatif sesuai standarisasi.

1.5 Cara Pengumpulan Data dan Analisis

- a. Pengamatan/Observasi

Pengamatan/observasi dilakukan dengan berkunjung langsung pada obyek perancangan untuk mengetahui seperti apa desa wisata, apa saja obyek-obyek menarik yang ada, fasilitas yang ada di sana, akses jalan dan transportasi menuju ke sana, dan media-media yang ada dalam melakukan promosi saat ini.

- b. Wawancara

Wawancara lebih dari sekedar percakapan biasa, wawancara selalu ada tujuan “percakapan dengan suatu tujuan (*conversation with a purpose*)”. Pewawancara dapat mengarahkan pembicaraan sedemikian rupa untuk mendapatkan topik yang diminatinya, sekaligus mengarahkan diskusi ke arah yang diinginkan dengan mengajukan beberapa pertanyaan. Wawancara sebagai saluran untuk mentransfer pengetahuan dari narasumber kepada

pewawancara (Daymon dan Holloway, 2002:259 dalam Soewardikoen, 2013:20).

Dalam perancangan ini penulis melakukan wawancara dengan pihak-pihak terkait yang ada pada Desa Wisata Gumelem untuk mendapatkan data-data yang lebih akurat.

c. Studi Pustaka

Menurut Soewardikoen (2013:6) Semakin banyak membaca hasil pemikiran maka semakin luas referensi yang dimiliki peneliti, maka peneliti memerlukan membaca untuk mengisi *frame of mind*-nya.

Penulis melakukan studi pustaka untuk mendapatkan referensi-referensi dan yang akan digunakan dalam memperkuat dasar pada perancangan yang akan dilakukan.

d. Kuesioner

Dari kata *question* = pertanyaan, ada yang menyebutnya Angket. Hal yang dimaksud adalah Suatu daftar pertanyaan mengenai sesuatu hal atau dalam suatu bidang, yang harus diisi secara tertulis oleh “responden”, yakni orang yang merespon pertanyaan (Soewardikoen, 2013:25)

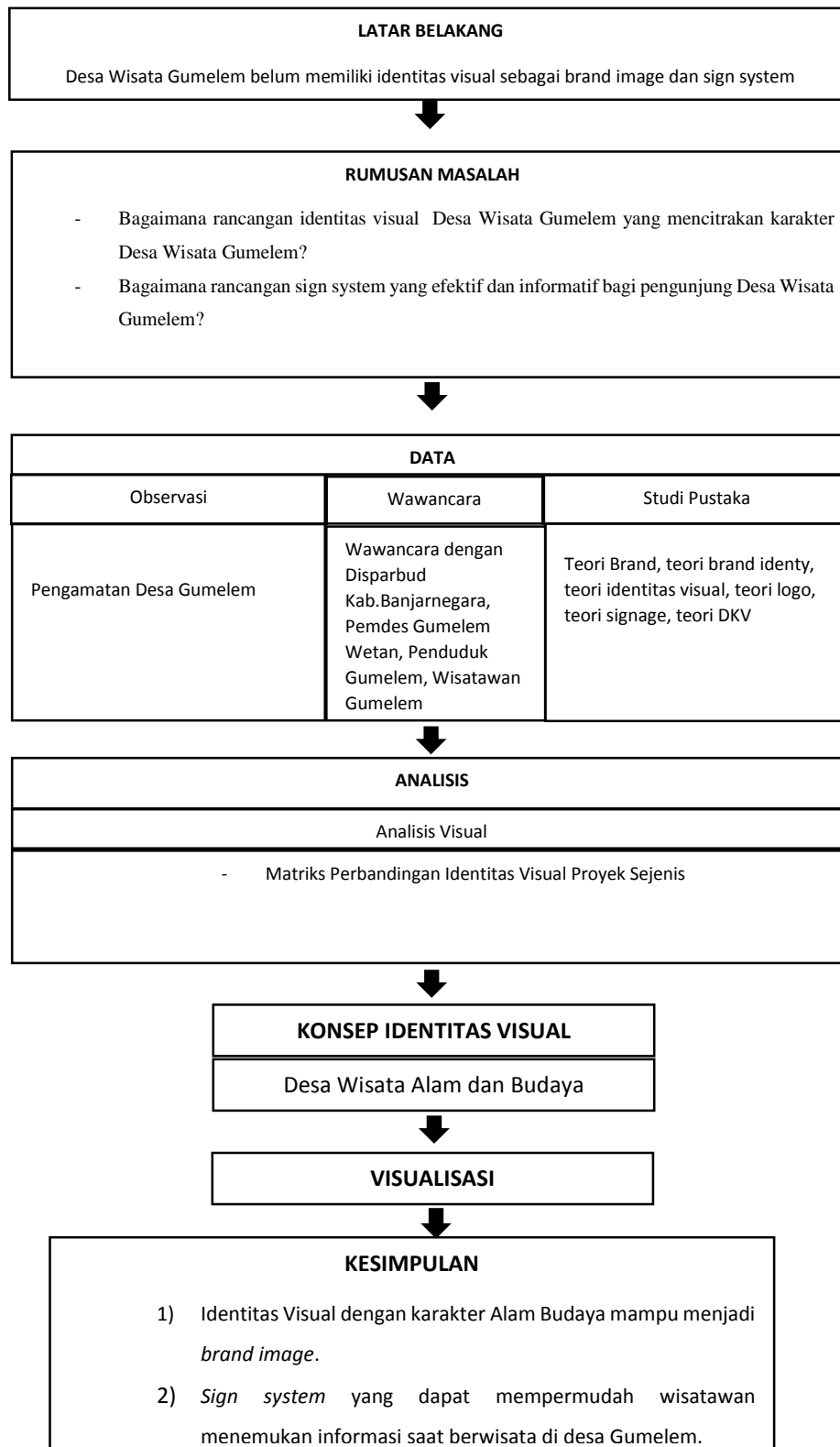
Kuesioner digunakan penulis sebelum melakukan perancangan untuk mengetahui media-media yang tepat sesuai kebiasaan dan keinginan responden dalam hal ini yang menjadi responden adalah calon wisatawan.

e. Analisis Data

Penulis melakukan analisis matriks visual yaitu menguraikan dan menginterpretasikan beberapa sampel aspek visual program sejenis.

Sebuah matriks terdiri dari kolom dan baris yang masing-masing mewakili dua dimensi yang berbeda, dapat berupa konsep atau kumpulan informasi. Pada prinsipnya analisis matriks adalah juxtaposition atau membandingkan dengan cara menjajarkan (Soewardikoen, 2013 : 6).

1.6 Kerangka Perancangan



Gambar 1.1 Skema Kerangka Perancangan

1.7 Pembabakan

BAB I PENDAHULUAN

Bab I berisi tentang hal yang menjadi latar belakang terjadinya permasalahan dalam hal ini yaitu Desa Wisata Gumelem. Dari latar belakang kemudian diidentifikasi diangkat menjadi permasalahan, lalu dilakukan perumusan masalah supaya fokus terhadap satu pokok bahasan. Setelah rumusan masalah maka disusun ruang lingkungannya, dijelaskan teknik-teknik pengumpulan data yang akan dilakukan, membuat skema perancangan konsep pemetaan masalah dalam bentuk bagan, dan yang terakhir adalah pembabakan untuk menjelaskan secara singkat isi dari setiap bab.

BAB II DASAR PEMIKIRAN

Bab II menjelaskan teori-teori yang sesuai dengan obyek dan permasalahan untuk dijadikan landasan atau acuan dalam melakukan perancangan identitas visual dan media promosi Desa Wisata Gumelem. Teori yang akan dibahas dalam bab ini adalah teori *brand identity*, teori identitas visual, teori logo, teori signage, dan teori DKV

BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH

a. Data

Berisi kumpulan dan penjelasan data yang berkaitan dengan obyek perancangan Desa Wisata Gumelem berupa profil Desa Wisata Gumelem, data hasil observasi, data hasil wawancara, dan data kuesioner.

b. Analisis Masalah

Menganalisis data dari Desa Wisata Gumelem yang telah terkumpul dengan metode analisis matrix perbandingan dengan obyek-obyek wisata lain yang sejenis.

BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN

Bab IV ini berisi tentang penjelasan mengenai konsep perancangan dan hasil perancangan. Konsep perancangan meliputi konsep komunikasi, konsep media dan konsep visual. Hasil perancangan berisi visualisasi hasil konsep perancangan.

BAB V PENUTUP

Bab V berisi kesimpulan dari hasil perancangan berdasarkan tujuan dilakukannya perancangan serta saran sebagai bentuk alternatif dalam penyelesaian masalah serupa.