

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pariwisata yang ditawarkan oleh kota Cirebon sudah cukup banyak, dari wisata kuliner, sejarah, bahari hingga wisata kesenian dan kebudayaannya. Namun ada beberapa wisata yang keberadaannya belum banyak diketahui oleh banyak wisatawan, seperti wisata patilasan makam yang bersejarah yang belum terlalu terekspose keberadaannya oleh masyarakat yang seringkali berwisata ke kota Cirebon.

Menurut KBBI patilasan berarti bekas peninggalan (umumnya yang bersejarah) seperti istana, pekuburan dan sebagainya. Ada beberapa wisata patilasan di kota Cirebon yang belum terlalu populer seperti patilasan sunan gunung jati, patilasan walang sungsang(mbah kuwu cerbon), patilasan buyut trusmi, patilasan kalijaga, patilasan nyimas gandasari, patilasan plangon. Dikarenakan kurangnya media informasi secara tertulis maupun tercetak.

Kota Cirebon adalah salah satu kota yang berada di Tatar Parahyangan, Provinsi Jawa Barat, Indonesia. Kota Cirebon terletak di bagian timur Provinsi Jawa Barat dan merupakan daerah perbatasan antara Provinsi Jawa Barat dan Jawa Tengah. Kota Cirebon berada di pesisir utara Jawa Barat, serta

dikenal dengan jalur Pantura yang menghubungkan Jakarta – Cirebon – Semarang – Surabaya. Kota Cirebon terletak pada 6°41' LU dan 108°33' BT, dan memiliki luas wilayah administrasi seluas 37,35 Km².

Kota Cirebon memiliki keragaman budaya dilihat dari Bahasa, suku, agama, kebudayaan dan adat istiadat. Keragaman tersebut merupakan potensi bagi Kota Cirebon untuk menjadi salah satu kota wisata ziarah yang ada di Jawa Barat. Kota Cirebon saat ini memiliki banyak sekali potensi obyek wisata yang dapat dikembangkan. Berdasarkan data diperoleh, ada berbagai jenis alternatif wisata yang dapat menjadi tujuan berlibur dan bersantai dengan keluarga di Kota Cirebon. Wisata di Kota Cirebon juga dibagi menjadi beberapa jenis, yaitu:

1. Wisata kesenian dan kebudayaan : Tari Topeng, Sintren, Gembyung, Lukisan Kaca, Batik Cirebon.
2. Wisata ziarah : Masjid Agung Sang Ciptarasa, Masjid At-Taqwa, Masjid Panjunan, Makam Sunan Gunung Jati, Makam Kramat Syekh Magelung, Makam Nyi Mas Ratu Gandasari, Klenteng Welas Asih, Patilasan Pangeran Drajat, Patilasan Sunan Kalijaga.
3. Wisata kuliner dan jajanan tradisional : Nasi Jamblang, Nasi Lengko, Empal Gentong, Empal Asem, Mie Koclok, Docang, Gado-gado, Sate Kalong, Teh Poci, Krupuk Mlarat, Tahu Gejrot, Growolan, Ondal-andil, Misro, Apem, Wajik Komplang, Terasi Udang, Sirup Tjampolay.

4. Wisata Bahari : Taman Ade Irma Suryani (Cirebon Waterland), Pelabuhan Cirebon, Pelabuhan Kejawanan.
5. Wisata Sejarah/budaya : Keraton Kasepuhan, Keraton Kanoman, Keraton Kacirebonan, Taman Air Gua Sunyaragi, Taman Kera Situs Kalijaga, Pedati Gede, Makam Sunan Gunung JatiMakam Syekh Nurjati, Patilasan Mbah Kuwu Cerbon / Cirebon Girang, Plangon, Situs Mbah Buyut Trusmi.

Dengan adanya beraneka ragam jenis pariwisata yang ditawarkan oleh Kota Cirebon, Pemerintah daerah Kota Cirebon saat ini berupaya lebih memperkenalkan Cirebon sebagai Kota wisata ziarah. Dengan daya tarik wisata mulai dari wisata sejarah kerajaan islam beserta peninggalan-peninggalan, serta daya tarik lainnya yang membedakan dari daerah lainnya di Indonesia, Seperti Keraton Kasepuhan, Keraton Kanoman, Keraton Kacirebonan, Taman Air Gua Sunyaragi, Taman Kera Situs Kalijaga, Pedati Gede, Makam Sunan Gunung JatiMakam Syekh Nurjati, Patilasan Mbah Kuwu Cerbon / Cirebon Girang, Plangon, Situs Mbah Buyut Trusmi.

Bersumber dari DISPORBUDPAR (Dinas Pemuda, Olahraga, Budaya dan Pariwisata) Kota Cirebon, *The Gate Of Secret* menjadi *tagline* yang digunakan dalam hal promosi wisata Cirebon. *Tagline* tersebut bermakna Cirebon sebagai gerbang rahasia yang berisi banyak ragam budaya lokal dan tempat wisatanya yang bersejarah juga bercagar budaya. Data Statistik angka kunjungan wisata kota Cirebon 5 tahun terakhir dari DISPORBUDPAR Kota

Cirebon menunjukkan; pada tahun 2012 total angka kunjungan wisata kota Cirebon baik wisatawan mancanegara maupun wisatawan nusantara sebanyak 477.207 orang; tahun 2013 sebanyak 540.945 orang; tahun 2014 sebanyak 596.046 orang; tahun 2015 sebanyak 686.121 orang; tahun 2016 sebanyak 831.152 orang. Data tersebut menjadikan DISPORBUDPAR Kota Cirebon optimis dalam meningkatkan kunjungan wisata kota Cirebon dengan target meningkat 5% setiap tahunnya atau bahkan lebih.



Gambar 1.1 Contoh Media Informasi yang dirancang oleh Dinas Pemuda, Olahraga, Budaya dan Pariwisata Kota Cirebon

Sumber: Dokumen Pribadi

Upaya untuk meningkatkan minat wisatawan dalam negeri yang datang ke Cirebon, dengan melakukan perancangan media informasi wisata ziarah di Kota Cirebon. Untuk mendukung program pemerintah daerah agar kesadaran

pemahaman tentang wisata di Cirebon itu beragam, dan penting kiranya semua informasi terkait hal-hal detail mengenai Cirebon bisa diinformasikan secara maksimal, sehingga semakin dikenal oleh masyarakat dan tetap berkembang pelestariannya, juga menjadi sumber pemasukan APBD Kota Cirebon.

1.2 Permasalahan

1.2.1 Identifikasi Masalah

1. Media dalam bentuk fisik seperti brosur yang sudah dibuat oleh DISPORBUDPAR Kota Cirebon belum maksimal, kebermanfaatannya hanya menjangkau lapisan tertentu yang tidak potensial bagi pengenalan dan pengembangan wisata di Kota Cirebon.
2. Masih kurangnya pengetahuan wisatawan lokal dengan adanya berbagai objek wisata di Kota Cirebon, hal ini dikarenakan minimnya promosi dan media informasi tercetak dan elektronik.

1.2.2 Rumusan Masalah

Bagaimana merancang media informasi pariwisata Patilasan kota Cirebon dengan keilmuan Desain Komunikasi Visual.

1.3 Ruang Lingkup

Ada beberapa tempat wisata ziarah di kota Cirebon, dan masyarakat mengunjungi makam patilasan tersebut cukup rutin bahkan dalam acara tertentu yang setiap tahunnya sering dilaksanakan pun kunjungannya bisa beberapa kali

lipat. Kebiasaan ziarah makam patilasan ini sudah berlangsung lama, oleh karenanya perlu ada upaya untuk tetap melestarikan kebudayaan ini agar keberlangsungannya tetap terjaga.

1.4 Tujuan Perancangan

Tujuan perancangan ini adalah untuk memberikan kebutuhan informasi destinasi pariwisata ziarah kota Cirebon. Sehingga memudahkan bagi wisatawan yang ingin berziarah patilasan di Kota Cirebon.

1.5 Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif, metode kualitatif itu sendiri adalah pendekatan yang temuan-temuan penelitiannya tidak diperoleh melalui prosedur statistik atau bentuk perhitungan lainnya, prosedur ini menghasilkan temuan-temuan yang diperoleh dari data-data yang dikumpulkan dengan menggunakan beragam sarana. Sarana itu meliputi pengamatan dan wawancara, namun bisa juga mencakup dokumen, buku, kaset video, dan bahkan data yang telah dihitung dengan tujuan lain, misalnya data sensus.

a. Observasi

Metode observasi adalah metode yang digunakan untuk mengamati sesuatu, seseorang, suatu lingkungan atau situasi secara tajam terinci, dan mencatatnya secara akurat dalam beberapa cara (Tjetjep Rohendi Rohidi, 2011:182). Dalam hal ini, jenis observasi yang digunakan adalah observasi biasa dengan kunjungan langsung ke tempat yang diteliti untuk

melihat dan mengamati secara langsung objek kajian yang di pakai sebagai sumber data utama. Penelitian ini berlangsung selama 4 bulan terhitung sejak agustus 2017.

b. Studi Pustaka

Teori-teori yang digunakan untuk menganalisis bersumber dari pemikiran ahli yang telah melakukan penelitian. Pengalaman pribadi tidaklah cukup, argumen-argumen dari pengalaman pribadi harus dilegitimasi, dengan pendapat-pendapat atau teori-teori yang menunjangnya, (Didit Widiatmoko, 2013:6). Dalam studi pustaka, penulis melakukan pemilahan data sebagai referensi utama, dari buku buku yang terkait dengan objek yang sedang diteliti agar kebutuhan data terpenuhi. Seperti Metodologi Penelitian Visual oleh Didit Widiatmoko Soewardikoen. M.Sn, Layout dasar dan penerapannya oleh Surianto Rustan, S.Sn, Desain Komunikasi Visual Terpadu oleh Yongky Safanayong, dan data penunjang lainnya dari berbagai artikel dan sumber lainnya.

c. Wawancara

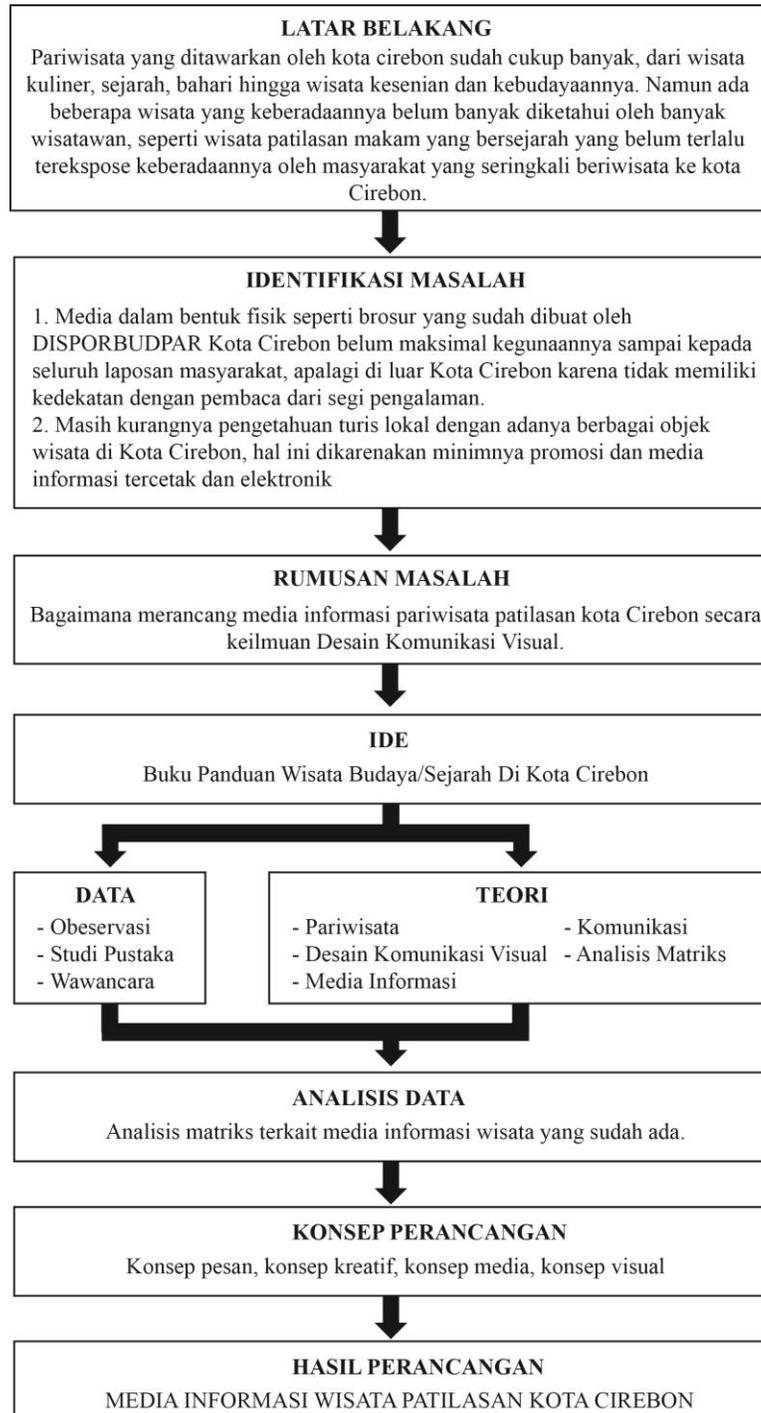
Wawancara adalah instumen penelitian. Kekuatan wawancara adalah penggalian pemikiran, konsep, pengalaman pribadi pendirian atau pandangan dari individu yang diwawancara. Mencoba mendapatkan keterangan atau pendirian secara lisan dari narasumber dengan bercakap-cakap dan berhadapan muka, (Koentjaraningrat, 1980:165 dalam buku Didit Widiatmoko, 2013:20). Dalam hal ini jenis wawancara yang dilakukan adalah wawancara tidak struktur dengan melakukan wawancara

kepada Dinas Pemuda Olahraga Kebudayaan dan Pariwisata untuk memenuhi kebutuhan data yang akan dibahas, dan wawancara dengan ahli budaya, dalam hal ini bapak Mustopa selaku pelaksana teknis pemasaran pariwisata untuk bisa lebih melengkapi data yang penulis himpun.

1.6 Analisis data

Analisis data adalah suatu cara bagi pencarian atau pengujian pernyataan umum tentang keterkaitan dan yang mendasari tema-tema yang membangun teori dari lapangan (Strauss dan Corbic, 1997 dalam buku Didit Widiatmoko, 2013:222). Dalam hal ini teori untuk menganalisis data menggunakan teori SWOT (Strength, Weakness, Opportunities, dan Threats) dari buku Manajemen Pemasaran oleh Kotler dan Keller 2009.

1.7 Kerangka Perancangan



Bagan 1.1 Kerangka Perancangan

Sumber: Dokumentasi Pribadi

1.8 Pembabakan

Dalam penyajian laporan penelitian tugas akhir ini digunakan sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I : Bab ini terdiri dari pembahasan, memberikan pendahuluan yang berisi tentang latar belakang, permasalahan, ruang lingkup, tujuan perancangan, cara pengumpulan data, dan kerangka perancangan serta pembabakan.

BAB II : Dasar Pemikiran menjelaskan dasar pemikiran dan teori-teori yang relevan untuk digunakan sebagai pijakan untuk merancang.

BAB III : Data dan analisis masalah berisikan tentang data-data seperti data institusi pemberi proyek, data proyek sejenis yang pernah dilakukan, data hasil observasi, wawancara, kuisisioner, dan analisis.

BAB IV : Konsep visual, sketsa, proses berpikir desain dan hasil perancangan.

BAB V : penutup, berisi kesimpulan dan saran hasil dari proses penelitian dan proses perancangan.