

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Indonesia sebagai negara yang memiliki banyak kepulauan dan keragaman suku dan budaya, saat ini sedang berkembang di bidang pariwisatanya. Indonesia memiliki kekayaan pariwisata dalam keindahan alam, budaya dan sejarah. Dan di setiap kepulauan indonesia memiliki keragaman suku dan budayanya masing-masing. Hal ini membuat wistawan lokal maupun mancanegara tertarik untuk datang ke indonesia yang memiliki keanekaragaman wisata yang di sajikan.

Pariwisata adalah bidang yang saat ini banyak dibicarakan oleh banyak pihak. Wisata adalah perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau kelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari daya tarik wisata yang dikunjunginya dalam jangka waktu sementara (menurut undang-undang no 10 tahun 2009, tentang kepariwisataan). Maka dari itu keberadaan potensi pariwisata yang unik dan menarik di suatu daerah seharusnya dapat dimanfaatkan melalui pengembangan pariwisata yang baik.

Salah satu daerah yang memiliki potensi pariwisata menarik untuk dikembangkan adalah kecamatan Trowulan di Kabupaten Mojokerto Jawa Timur. Dimana kawasan tersebut sejak tahun 1800an sudah dikenal menjadi objek penelitian dari arkeolog baik dari luar negeri maupun dalam negeri.

Di kawasan tersebut banyak ditemukan warisan budaya seperti situs, artefak, dan arsitektur peninggalan kerajaan Majapahit yang dapat dikunjungi. Misalnya, Candi Wringin Lawang, konon candi ini merupakan pintu gerbang kerajaan Majapahit. Kemudian ada Candi Tikus, berupa kolam yang di tengahnya terdapat sebuah candi kecil, Bajang Ratu memiliki arti Raja yang kerdil atau cacat. Mengingat Trowulan merupakan kawasan yang memiliki banyak peninggalan bersejarah dari kerajaan Majapahit yang asli dari Indonesia dan Trowulan adalah satu-satunya situs sejarah yang merupakan situs kota peninggalan zaman Hindu-Buddha di Indonesia. berdasarkan observasi dan wawancara dengan pihak BPCB

(Badan Pelestarian Cagar Budaya), membutuhkan pelestarian budaya lokal ini sangat penting untuk mengangkat kawasan Trowulan dalam segi pariwisata.

Dapat dilihat pada table di bawah merupakan data pengunjung dari BPCB tahun 2014 – 2016. Pengunjung dari candi-candi di kawasan trowulan mengalami penurunan kurang lebihnya 44.472 pengunjung tiap tahunnya, di sebabkan oleh beberapa faktor yang memperngaruhi menurutnya jumlah pengunjung tiap tahunnya.

| Tahun | Nama Candi |               |             |         |
|-------|------------|---------------|-------------|---------|
|       | Brahu      | Wringinlawang | Bajang Ratu | Tikus   |
| 2014  | 76.397     | 18.954        | 132.243     | 113.655 |
| 2015  | 65.103     | 11.510        | 103.857     | 100.337 |
| 2016  | 66.446     | 12.951        | 97.355      | 88.085  |

**Table 1.1** Data pengunjung tahun 2014-2016

**Sumber:** Arsip BPCB

faktor ini di sebabkan oleh beberapa hal yaitu,letak yang kurang strategis dari candi-candi, cuaca atau iklim, kurangnya fasilitas yang memadai, dan kurangnya promosi yang di lakukan. Dari faktor-faktor tersebut faktor utama dari lemahnya *awareness* wisatawan dan masyarakatnya adalah kurangnya melakukan promosi.

Menurut hasil wawancara dengan mas Ardha dari tim arsip BPCB mengatakan bahwa, kurangnya promosi dan mempublikasikan candi-candi yang ada di daerah tersebut menyebabkan parawisatawan lokal maupun mancanegara kurang mengetahui adanya candi di kawasan tersebut. Promosi yang di lakukan pihak pengelola selama ini hanya bersifat mulut ke mulut dan hanya melewati *photo* yang ada di sosial media saja.

Selain adanya candi-candi peninggalan kerajaan majapahit terdapat juga sebuah *event* tahunan yaitu Gaung Sakala Bhumi Majapahit. *Event* ini diadakan oleh badan pengelola candi-candi yaitu BPCB di bantu oleh komunitas-komunitas yang mengangkat dan memberikan perlindungan pada cagar budaya. *Event* ini diadakan sebagai bentuk peringatan hari jadi kerajaan majapahit yang jatuh pada setiap tanggal 10 November. *Event* ini sudah diadakan dari tahun 2011 dan terus berlangsung hingga tahun 2017 terakhir.

Setiap tahunnya event ini memiliki konsep yang berbeda-beda begitu pula rangkaian acara dari tahun ke tahun yang berbeda-beda. Tetapi *event* ini memiliki rangkaian acara yang wajib ada tiap tahunnya yaitu konten budaya dan adat, seperti wayang kulit yang menceritakan tentang kerajaan majapahit, Tari-tarian adat, dan pemujaan atau berdoa bagi yang beragama hindu.

Pengunjung dari *event* ini pun terus meningkat dari awal adanya acara ini yaitu tahun 2011 sampai dengan 2014. Akan tetapi meningkatnya pengunjung ini tidak terus terjadi, pada tahun 2014 sampai dengan 2016 pengunjung mengalami penurunan yang di sebabkan oleh rangkaian acara yang kurang menarik. Menyebabkan *awareness* pengunjung menurun pada *event* ini, dan alur pemasaran yang masih belum tepat di karenakan pemasaran yang di gunakan kebanyakan di publikasi setelah atau saat acara berlangsung. Akan sangat di sayangkan jika *event* ini menjadi hal yang biasa-biasa saja karena sebenarnya di kawasan Trowulan memiliki potensi budaya, dan edukasi yang cukup berharga dan dapat diangkat menjadi salah satu harta dari negara Indonesia. Menurut hasil wawancara dengan mas Ardha bagian arsip di BPCB.

Pada alur promosinya pengelola menggunakan poster dan banner yang di gunakan untuk media promosi dari *event* Gaung Sakala Bhumi Majapahit, poster dan banner yang digunakan kurang dalam aspek penyampaian pesannya dan dalam *design*nya menurut teori. Seperti penggunaan warna yang monoton, penggunaan typografi yang kurang sesuai, *layout* yang tidak rapih dan teratur. Dari unsur-unsur ini dapat membuat *awareness* pengunjung terhadap acara pun menjadi kurang antusias. Padahal *event* ini menanamkan budaya-budaya yang ada pada zaman kerajaan majapahit dan sebagai perantara untuk mempelajari dan menunjukan bahwa budaya kerajaan majapahit tidak kalah dengan budaya-budaya lainnya.

Kurang maksimalnya BPCB Mojokerto dalam mengenalkan dan mencitrakan serta memperluas promosi situs purbakala yang berupa candi di Trowulan, menyebabkan adanya suatu krisis mengenai identitas budaya itu sendiri. Untuk itu perlu dilakukan upaya untuk menarik antusiasme dari masyarakat sekaligus mempromosikan situs purbakala di Trowulan, banyak upaya yang bisa dilakukan untuk mencapai tujuan tersebut, salah satu upaya yang dapat dilakukan dengan cara melakukan perancangan Promosi. Boone dan kurtz (2002) promosi

adalah proses menginformasikan, membujuk, mempengaruhi suatu keputusan pembelian.

Melihat fenomena tersebut, penulis menjadikan destinasi sejarah Trowulan sebagai tema untuk menyelesaikan masalah yang ada di Candi kawasan Trowulan sesuai dengan fenomena yang sedang terjadi. Menginformasikan keunikan sejarah dari Candi-candi yang berada di kecamatan Trowulan berupa peninggalan dari pusat kerajaan Majapahit. Dengan menggunakan promosi yang selaras dengan *event* tahunan yang ada di daerah tersebut sebagai perantara dari pengenalan peninggalan budaya dan pelestarian untuk situs kerajaan Majapahit, maka dibutuhkan “Perancangan Promosi Candi di Kawasan Trowulan”. Perancangan promosi ini dilakukan, dengan harapan dapat membantu melestarikan situs purbakala di Trowulan sebagai warisan budaya lokal.

## **1.2 Permasalahan**

### **1.2.1 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan permasalahan yang terjadi dapat disimpulkan identifikasi masalah yaitu:

1. Ketidaktahuan masyarakat akan potensial edukasi budaya kawasan Trowulan sebagai pusat kerajaan Majapahit.
2. Kawasan Trowulan yang masih kurang dikenal oleh masyarakat sekitar Mojokerto.
3. Kurangnya *awareness* masyarakat terhadap pelestarian peninggalan cagar budaya yang ada di kawasan Trowulan.
4. Kurangnya strategi promosi yang dilakukan oleh pengelola dalam mempromosikan candi di kawasan Trowulan.

### **1.2.2 Rumusan Masalah**

1. Bagaimana merancang strategi promosi untuk mempromosikan objek wisata candi-candi peninggalan kerajaan Majapahit yang dapat menarik masyarakat Mojokerto dan luar ?
2. Bagaimana merancang strategi media promosi wisata candi-candi di kawasan Trowulan agar menarik pengunjung ?

## **1.3 Ruang Lingkup**

Ruang lingkup berfungsi untuk membuat pembahasan lebih terarah.

1. Apa

Perancangan Promosi Wisata Candi Kawasan Trowulan untuk membangun sebuah identitas agar di kenal oleh masyarakat.

2. Bagaimana

Perancangan promosi ini akan dilakukan dengan membuah sebuah event di lokasi wisata candi kawsan trowulan yang bersifat edukasi bagi pelajar SMA

3. Siapa

Segmen dari perancangan event ini adalah pelajar SMA karena pada masa ini masih melakukan pembelajaran secara penuh dan cepat bosan dengan pelajaran di dalam kelas.

4. Dimana

Event ini akan di adakan di lokasi Candi-candi yang berada di kawsan trowulan, dengan pemilihan segmentasi target audience yaitu lokasi kota mojokerto dikarenakan lokasi dari kawacan candi-candi ini ada di kabupaten mojokerto desa trowulan yang bersebelahan dengan kota mojokerto dan di harapkan dapat menjangkau masyarakat yang berada di kota mojokerto.

5. Kapan

Pengumpulan data dilakukan dari bulan september – desember 2017, dan pelaksanaan event ini akan di adakan pada bulan november bertepatan dengan hari jadi kerajaan majapahit.

#### **1.4 Tujuan Perancangan**

Adapun tujuan dari perancangan ini dapat meningkatkan promosi sehingga wisata kawasan trowula menjadi wisata edukasi budaya unggulan di mojokerto dan jawa timur sehingga menjadi tempat pilihan untuk rekreasi.

#### **1.5 Manfaat Perancangan**

Hasil dari proses perancangan yang dilakukan oleh penulis, diharapkan dapat memberi manfaat bagi Penulis, Fakultas Industri Kreatif Telkom University, dan Instansi Terkait dan Masyarakat Luas diantaranya:

1. Penulis

- a. Dapat memenuhi salah satu syarat kelulusan S1 program studi Desain Komunikasi Visual Fakultas Industri Kreatif, Telkom University.
  - b. Memberikan pengalaman, wawasan dan keterampilan bagi penulis dalam merancang sebuah promosi dalam bidang wisata.
  - c. Membantu BPCB (Badan Pusat Cagar Budaya) untuk menaikkan pamor dari cagar budaya kerajaan majapahit dalam bidang wisata.
2. Fakultas Industri Kreatif Telkom University
- a. Dapat bermanfaat bagi kalangan akademis terutama bagi yang akan melakukan penelitian sejenis sebagai bentuk referensi.
  - b. Dapat menerapkan ilmu desain komunikasi visual dalam ruang lingkup wisata.
3. Bagi Instansi Terkait
- a. Dengan adanya perancangan ini memberikan manfaat dengan adanya kerjasama dengan pihak BPCB (badan pusat cagar budaya) antara penulis dan instansi.
  - b. Membantu pihak BPCB dalam menemukan alternatif rancangan promosi yang inovatif dan kreatif untuk di sampaikan di khalayak umum.

## **1.6 Metode Penelitian**

### **1.6.1 Metode yang Digunakan**

Untuk dapat memecahkan masalah yang ada, maka diperlukannya data-data yang berkaitan dengan tema dari tugas akhir yang diangkat. Perancangan ini dilakukan dengan menggunakan metode penelitian kualitatif. Alasannya karena penelitian ini membutuhkan informasi yang lebih mendalam dan kompleks mengenai Trowulan dan peninggalan berupa candi-candinya. Pendekatan yang nanti akan digunakan penulis adalah wawancara, observasi, dokumentasi serta studi pustaka. Rudy Handoko dalam Sari-sari pemasaran (2017: 38) menjelaskan bahwa metodologi kualitatif sebagai prosedur dalam pengambilan data secara langsung dan menghasilkan data bersifat deskriptif dengan melakukan wawancara mendalam, observasi langsung, teknik proyeksi, dan etnografi untuk mencapai tujuan yang di tentukan. Pendapat selanjutnya dikemukakan oleh Rachmat Kriyantono (2006: 62) yang menjelaskan bahwa pendekatan berdasarkan metode

kualitatif, dikenal beberapa metode riset antara lain, wawancara mendalam, studi kasus, dan observasi.

### **1.6.2 Metode Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data yang digunakan untuk perancangan untuk promosi Trowulan adalah dengan menggunakan:

#### **1. Observasi**

Penulis melakukan observasi terhadap pengunjung dan masyarakat sekitar dalam melakukan kegiatan di sekitar candi yang bersifat merusak atau pun membantu melestarikan candi.

#### **2. Wawancara**

Dalam Proses pengumpulan data, penulis melakukan wawancara mendalam terhadap pihak pengunjung, masyarakat luar daerah dan pihak BPCB. Bertujuan untuk mendapatkan data yang valid mengenai promosi yang pernah ada dan penyebab-peyebab menurunnya jumlah pengunjung. Wawancara dilakukan dengan mas Ardha dari tim arsip BPCB sebagai narasumber.

#### **3. Dokumentasi**

Penulis melakukan dokumentasi sebagai bentuk untuk *mengexplore angle* yang menarik sebagai referensi untuk media yang akan di tetapkan.

#### **4. Studi Pustaka**

Dalam mengumpulkan data penulis menggunakan referensi buku yang berhubungan dengan Promosi, Periklanan, kerajaan majapahit, serta buku yang berhubungan dengan teori desain komunikasi visual. Penulis menggunakan teori dari para ahli dalam buku terkait untuk mendukung perancangan promosi ini. Tidak hanya itu, penulis juga melakukan analisis jurnal mengenai penelitian terkait yang telah dilakukan sebelumnya.

#### **5. Data literatur**

Penulis juga menggunakan data literatur sebagai metode pengumpulan data. Dengan mencari informasi tambahan yang dibutuhkan penulis melalui internet dan diolah kembali sebagai informasi yang sah. Penggunaan beberapa gambar juga menggunakan data literatur.

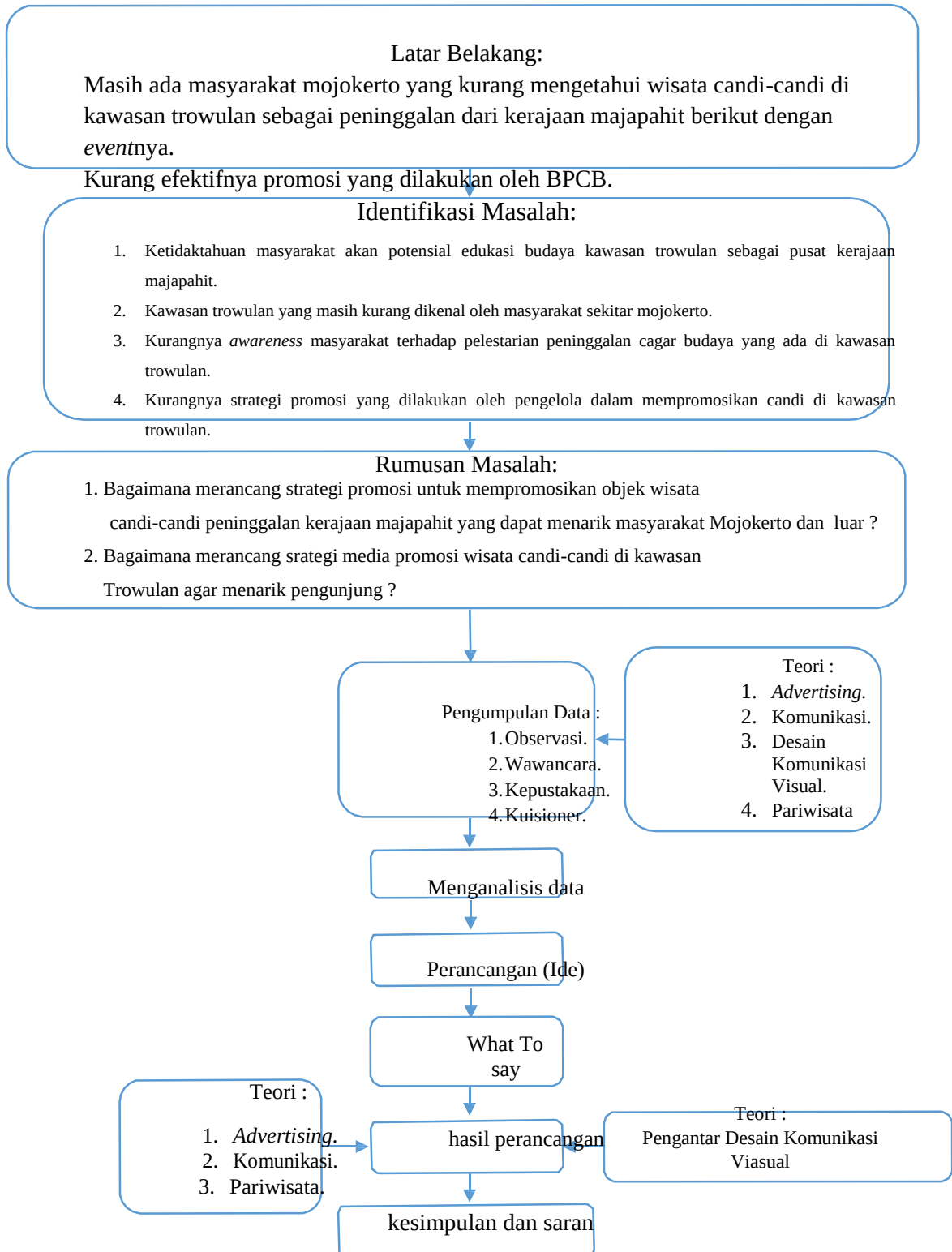
### 1.6.3 Metode Analisis

Teknik analisis data didalam penelitian ini menggunakan model Spradley dengan menggunakan analisis taksonomi. Menurut Moleong, teknik ini adalah melakukan pengamatan dan wawancara terfokus berdasarkan fokus sebelumnya yang dipilih oleh peneliti. Hasil terpilih untuk memperdalam data ditemukan melalui sejumlah pertanyaan kontras. Selanjutnya data hasil wawancara terpilih dimuat dalam catatan lapangan yang terdapat di buku lampiran (Moleong, 2004:84-110).

Adapun metode analisis yang penulis gunakan dalam perancangan promosi ini adalah analisis SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, Threat). Analisis ini berfungsi untuk membandingkan beberapa promosi sejenis untuk dapat dijadikan sebagai acuan dalam membuat strategi yang lebih efektif. Selain menggunakan analisis SWOT, demi terancangya sebuah strategi yang dapat menarik *target audience* penulis menggunakan metode analisis AOI (Activity, Opinion, Interest)



## 1.7 Kerangka Perancangan



**Bagan 1.1** Kerangka Perancangan

**Sumber :** Penulis

## **1.8 Sistematika Penulisan**

### **1. BAB I Pendahuluan**

Pada bagian pendahuluan ini membahas dan menguraikan latar belakang studi, yang terdiri keterangan dari latar belakang masalah, perumusan masalah, rumusan masalah, ruang lingkup masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian, teknik pengumpulan data, dan kerangka perancangan.

### **2. BAB II Dasar Pemikiran**

Pada bagian ini berisikan teori yang bersumber pada literatur seperti buku dan jurnal penelitian terkait, yang relevan untuk digunakan sebagai acuan perancangan kampanye.

### **3. BAB III Data dan Analisis Masalah**

Pada bab ini berisikan data-data yang sudah didapat dan dikumpulkan penulis melalui proses wawancara, observasi, dan studi pustaka. Menjelaskan analisa terhadap permasalahan yang diangkat guna perancangan tugas akhir.

### **4. BAB IV Konsep dan Hasil Perancangan**

Pada bab ini menguraikan konsep yang dirancang untuk kampanye, dimulai dari ide besar, pendekatan, media dan konsep visual guna mendapatkan hasil perancangan yang baik dan tepat sasaran.

### **5. BAB V Penutup**

Pada bab ini berisikan kesimpulan dan saran yang merupakan jawaban terhadap rumusan masalah dan uraian-uraian pada bab sebelumnya.