

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Wisata merupakan suatu bentuk kegiatan bepergian bersama yang memiliki tuas memperluas pengetahuan, bersenang-senang, dan mengenal hasil kebudayaan (Kamus Besar Bahasa Indonesia). Wisata adalah salah satu kegiatan masyarakat untuk melepas penat dari rutinitas sehari-hari, di Indonesia sendiri banyak sekali destinasi wisata mulai dari wisata alam, wisata belanja, wisata budaya, wisata kuliner, dan lain sebagainya yang layak didatangi oleh wisatawan. Satu dari banyak daerah di Provinsi Jawa Tengah yang menjadi destinasi wisata adalah Kabupaten Banyumas.

Banyumas adalah salah satu bagian dari wilayah dari budaya Banyumasan, yang berada di bagian barat Jawa Tengah. Bahasa yang dituturkan adalah Bahasa Banyumasan atau yang sering disebut dengan “Bahasa Ngapak”, yaitu suatu dialek Bahasa Jawa yang sedikit berbeda dengan dialek Bahasa Jawa pada umumnya. Banyumas juga merupakan salah satu pusat kegiatan perekonomian yang menguntungkan untuk pertumbuhan dan perkembangan daerah ini sebagai daerah tujuan bagi wisatawan luar daerah. Apalagi setelah beberapa tahun 2016 banyak objek wisata baru yang dibangun di daerah Banyumas, tentunya menambah jumlah wisatawan luar daerah yang akan berkunjung.

Semakin bertambahnya objek wisata baru yang ada di Banyumas memiliki efek langsung terhadap daerah ini, dikutip dari suaramerdeka.com dengan judul berita “Banyumas Fokus ke Promosi Pariwisata”: Kepala Dinas Pemuda Olahraga Kebudayaan Pariwisata Asis Kusumandani di Purwokerto (9 Januari 2018). Ia mengatakan bahwa, setelah berhasil melampaui target kunjungan tahun ini, Dinporabudpar dituntut untuk meningkatkan jumlah wisatawan sepanjang tahun 2018. Adapun tahun 2017 lalu, Banyumas mencatatkan 1,2 juta pengunjung dengan pendapatan Rp 10 miliar. Jumlah tersebut berasal dari 9 objek wisata yang dikelola oleh Pemkab. Baturraden adalah salah satu daerah dengan potensi wisata alam terbanyak karena letaknya

berada lereng Gunung Slamet, membuatnya memiliki pesona alam dan panorama yang indah.

Baturraden cukup dikenal oleh masyarakat Jawa Tengah sebagai daerah wisata yang menawarkan keindahan alam. Terdapat sebuah desa wisata di Baturraden yang memiliki potensi dan fasilitas yang sudah memadai yaitu Desa Wisata Ketenger menawarkan wisatawan banyak atraksi alam yang sangat indah seperti Curug (air terjun) Gede, Curug Kembar, Curug Bayan, Curug Celling, Curug Petir, Curug Gumam. “Desa Wisata Ketenger terletak di Kaki Gunung Slamet, dengan luas wilayah 138.344 Ha. Dari ibukota kecamatan Baturraden dengan perkiraan jarak 3 km, yang dapat ditempuh dengan angkutan umum maupun kendaraan pribadi dalam waktu 10 menit, dari alun-alun Purwokerto kurang lebih 13 km, waktu sekitar 25 menit. Desa Ketenger terdiri dari 2 Dusun dan 5 RW 26 RT. Kawasan ini memiliki suhu antara 17°-26° C sehingga udaranya begitu sejuk, udara yang sejuk ini dipengaruhi oleh Gunung Slamet yang merupakan gunung terbesar di Pulau Jawa dan gunung paling tinggi nomor dua setelah gunung Semeru” (Sumber: banyumaskab.go.id).

Obyek wisata alam yang berada di Desa Wisata Ketenger bisa menjadi media pembelajaran, dan bisa selain itu juga dapat dijadikan sarana *refresing* untuk menghilangkan penat terhadap aktivitas sehari-hari dan sasaran untuk berolahraga karena alamnya yang begitu indah. Wisatawan dapat berenang di bawah curug dengan air yang sangat jernih dan sejuk. Setelah lelah bermain dan menikmati objek wisata yang ada di Desa Wisata Ketenger pengunjung dapat beristirahat dengan menyewa villa yang ada. Bagi wisatawan yang ingin menikmati kuliner khas Banyumas bisa memesannya di sana. Desa Wisata Ketenger memberikan pengalaman berwisata alam yang berbeda karena di dalam satu lingkungan objek wisata sudah memberikan banyak pilihan penginapan, kuliner dan banyak pilihan tujuan.

Pengenalan identitas suatu objek wisata dibutuhkan supaya masyarakat mengetahui tentang adanya objek wisata ini, lalu mereka bisa tertarik untuk berwisata ke tempat tersebut. Karena belum memiliki identitas yang pasti salah satunya logo sehingga objek wisata ini kurang dikenal, masyarakatpun ragu untuk berwisata ke objek wisata tersebut. Desa Wisata Ketenger telah menjadi

objek wisata nan menarik dengan banyak pilihan objek wisata dapat didatangi, namun Desa Wisata Ketenger masih belum logo yang jelas. Saat mencarinya menggunakan Google Pencarian, hasilnya tidak ada logo yang valid di tampilkan. Hal ini yang membuat orang kesulitan mendapatkan informasi yang akurat tentang Desa Wisata Ketenger. Sebagus apapun sebuah objek wisata jika tidak memiliki logo yang jelas dan cukup dikenal luas maka akan sangat disayangkan mengingat pada zaman sekarang logo merupakan seperti sebuah hal wajib dimiliki pada objek wisata, dikutip dari artikel traveling.bisnis.com yang berjudul “Pentingnya Branding Untuk Pariwisata Indonesia”: “Prof. Dr. I Gede Pitana, Guru Besar Pariwisata Universitas Udayana yang juga Deputi Bidang Pengembangan Pemasaran Pariwisata Mancanegara Kementerian Pariwisata, menurutnya kelemahan dalam pariwisata Indonesia sekarang belum ada brand yang kuat, kecuali Bali”.

Wisatawan akan berkunjung ke sebuah tempat objek wisata karena mendapatkan informasi yang valid, dari informasi tersebut wisatawan bisa memiliki gambaran bagaimana tempat wisata yang akan dikunjunginya. Belum adanya media informasi yang jelas pada sebuah objek wisata juga merupakan salah satu faktor wisatawan menjadi ragu untuk berkunjung ke tempat tersebut. Dengan banyaknya pilihan tempat untuk dikunjungi di Desa Wisata Ketenger media informasi dapat mempermudah para calon wisatawan untuk membuat keputusan akan berkunjung kesana atau tidak. Desain logo dan media informasi yang menarik sangat penting untuk membuat wisatawan tertarik berkunjung ke Desa Wisata Ketenger.

Diluar Jawa Tengah, masih belum banyak masyarakat yang mengetahui keberadaan Desa Wisata Ketenger. Karena dari beberapa responden yang sempat ditanyai oleh penulis kebanyakan berdomisili diluar Jawa Tengah menjawab tidak mengetahui tentang Desa Wisata Ketenger. Hanya sedikit orang yang menjawab pernah berkunjung kesana, dan mereka pun belum menjelajahi seluruh objek wisata yang berada di kawasan Desa Wisata Ketenger. Dari permasalahan tersebut penulis berharap dengan adanya perancangan logo dan media informasi untuk Desa Wisata Ketenger dapat memudahkan wisatawan yang berencana berlibur ke Desa Wisata Ketenger dan

mereka bisa memiliki gambaran apa saja yang akan mereka lihat saat berkunjung kesana. Mengembangkan potensi daerah khususnya Desa Wisata Ketenger dan merancang identitas sebagai objek wisata yang memiliki pesona alam yang indah, agar membuatnya lebih dikenal oleh masyarakat luas. Karena membangun suatu objek wisata secara langsung atau tidak akan memiliki dampak yang besar pada kemajuan ekonomi dan pembangunan di daerah tersebut.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, dapat diidentifikasi sebuah permasalahan sebagai berikut:

1. Kurang dikenalnya Desa Wisata Ketenger oleh masyarakat luas.
2. Kurangnya media informasi yang lengkap sebagai referensi wisatawan yang akan berkunjung ke Desa Wisata Ketenger.
3. Masih banyak orang diluar daerah Jawa Tengah yang belum mengetahui keberadaan Desa Wisata Ketenger.

1.3 Rumusan Masalah

Dari identifikasi masalah, dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana merancang identitas visual Desa Wisata Ketenger agar lebih dikenal masyarakat?
2. Bagaimana cara mempermudah wisatawan untuk mendapatkan informasi yang lengkap tentang Desa Wisata Ketenger, agar mendapatkan gambaran sebelum berkunjung kesana?

1.4 Batasan Masalah

Bertujuan agar perancangan ini lebih terarah, dan menghindari pembahasan yang terlalu luas, penulis perlu membatasinya sebagai berikut:

1. Identitas visual dirancang sesuai ciri khas Desa Wisata Ketenger agar mudah dikenali oleh masyarakat.
2. Hasil perancangan identitas visual akan diterapkan kedalam media yang digunakan untuk memperkenalkan Desa Wisata Ketenger.

1.5 Ruang Lingkup

Dalam pengerjaan Tugas Akhir ini, ruang lingkup dari perancangan logo dan media informasi Desa Wisata Ketenger ini adalah:

1. Apa

Perancangan logo dan media informasi dan signage pada Desa Wisata Ketenger untuk mempermudah fungsi informasi bagi para pengunjung yang akan berkunjung kesana.

2. Bagaimana

Mempertegas identitas Desa Wisata Ketenger berupa perancangan logo dan cara penerapannya. Pada media informasi perancangan berupa brosur dan infografis untuk kepentingan media informasi digital.

3. Siapa

Sasaran dipusatkan pada wisatawan dan yang akan berwisata ke Desa Wisata Ketenger dengan raung lingkup orang tua dengan rentan usia 29 sampai 45 tahun.

Sasaran sampingan adalah remaja yang bepergian bersama pasangan maupun teman-temannya dengan rentan usia 17-29 tahun.

4. Dimana

Penelitian dan pengumpulan data akan dilaksanakan pada wilayah Desa Wisata Ketenger Baturraden, Purwokerto, Banyumas dan sekitarnya

5. Kapan

Pengumpulan data dan penelitian akan dilaksanakan pada bulan Maret – April 2019, sedangkan perancangan logo dan media promosi akan mulai dilakukan mulai pertengahan bulan Maret – Juni 2019.

1.6 Tujuan

1. Mempermudah para wisatawan yang akan berkunjung ke Desa Wisata Ketenger Baturraden dalam mencari informasi yang lengkap mengenai tempat ini.
2. Mengembangkan potensi daerah Baturraden dan membentuk identitas sebagai objek wisata yang maju agar makin dikenal oleh masyarakat luas.

1.7 Metode Pengumpulan Data

Metode yang dipakai pada perancangan ini adalah metode kualitatif. Metode kualitatif yaitu metode penelitian yang dilandasi filsafat *postpositivisme*, berguna untuk meneliti objek ilmiah dimana peneliti adalah instrument utama, pengambilan sumber data dilakukan menggunakan gabungan, analisis data yang memiliki sifat kalitatif dan *output* dari penelitian itu lebih mengedepankan makna generalisasi (Sugiyono, 2012: 30).

Metode pengumpulan data yang digunakan untuk penilitan ini adalah:

1. Observasi

Metode observasi, metode yang biasa digunakan untuk meninjau sesuatu, seseorang, lingkungan atau kondisi secara akurat dan detail, (Tjetjep Rohendi Rohidi, 2011: 182). Dalam hal tersebut penulis melakukan observasi langsung di Lokawisata Baturaden.

2. Studi Pustaka

Teori-teori yang digunakan untuk menganalisis berasal dari sumber pemikiran para ahli yang telah melakukan penelitian. Pengalaman pribadi dirasa tidak cukup, argument-argumen dari pengalaman pribadi harus dlegitimasi, dengan pendapat-pendapat atau teori-teori yang menunjangnya (Didit Widiatmoko, 2013: 6). Dalam melakukan studi pustaka, penulis melakukan pemilahan data sebagai referensi inti, dari buku yang memiliki hubungan dengan objek yang dipilih.

3. Wawancara

Wawancara yaitu instrument penelitian. Kelebihan dari wawancara ialah mengalihkan pikiran, pengalaman pribadi pendirian atau pandangan dari orang yang diwawancarai. Berusaha mencoba memperoleh keterangan berbentuk lisan dari narasumber yang ditanyai melalui perbincangan dan berhadapan-hadapan (Koentjaraningrat, 1980: 165 di dalam buku Didit Widiatmoko, 2013: 20). Dalam hal ini penulis akan melakukan wawanacara dengan pihak pengelola Lokawisata Baturaden untuk menunjang data yang diperlu.

1.8 Cara Analisis

Analisis data dilakukan dengan cara analisis Matriks ataupun SWOT.

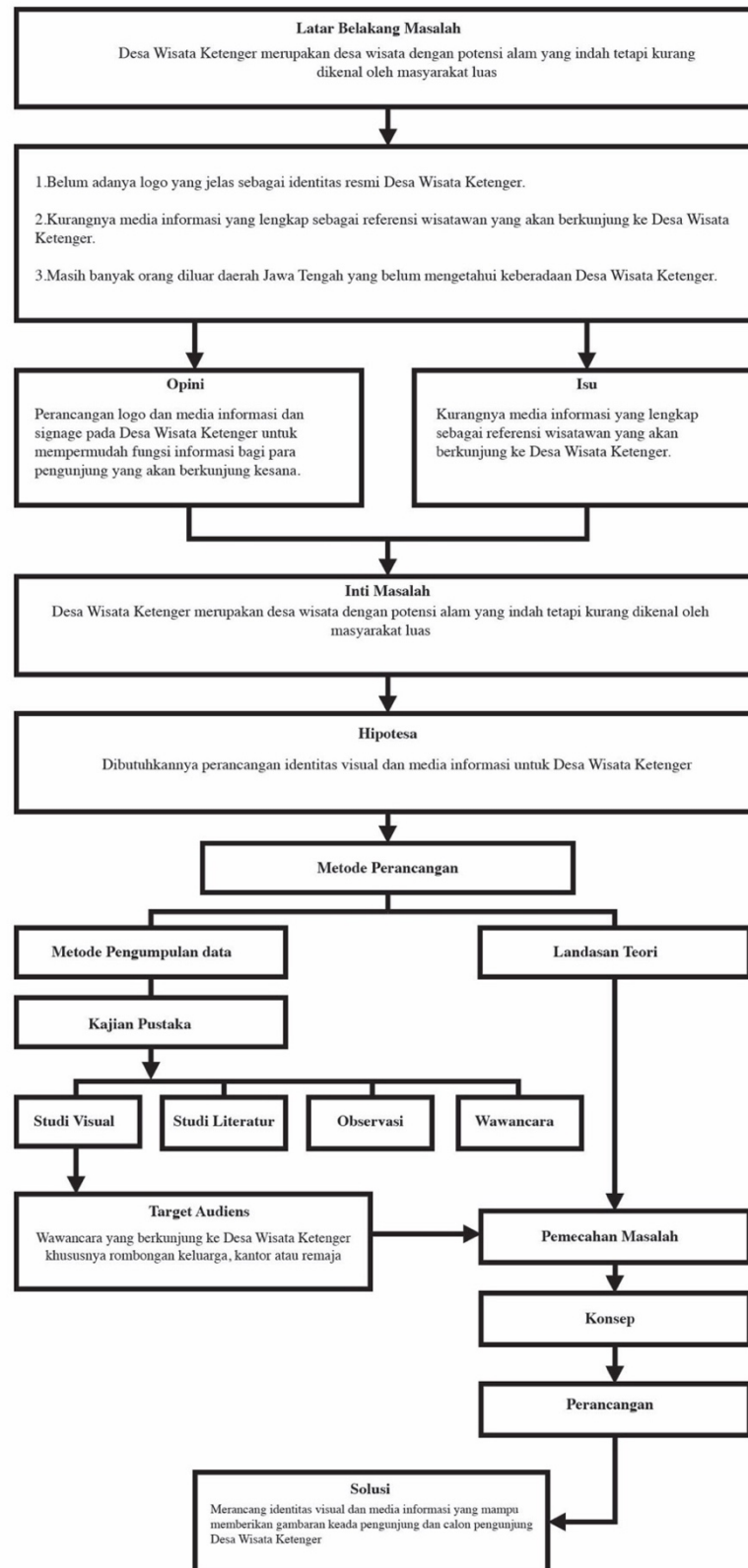
1. “Matriks metode yang bermanfaat dan digunakan guna menyampaikan sejumlah besar informasi dengan bentuk ruang yang *solid*. Matriks ialah alat yang tersusun rapi bagi pengelola informasi maupun analisis” (Rohadi, 2011: 247 dalam Soewardikoen, 2013: 51).
2. “Matriks tersusun atas kolom dan harus yang sama-sama mewakili dua dimensi berbeda, bisa berbentuk konsep atau kumpulan informasi. Pada dasarnya analisis matriks yaitu *juxtaposition* atau perbandingan dengan metode mengajarkan” (Soewardikoen, 2013: 50).
3. “Analisis SWOT memperhitungkan faktor internal (faktor dalam) diantaranya adalah *Strength* dan *Weakness* lalu faktor eksternal (faktor luar) yang tersusun dari *Opportunity* dan *Threat*”
“Analisis SWOT sering digunakan dalam memberikan nilai pada suatu perusahaan, caranya dengan membuat matriks antara faktor luar. Faktor luar adalah peluang dan ancaman dari sisi vertikal. Faktor dalam adalah kekuatan dan kelemahannya pada sisi horizontal. Sehingga perpotongan kolom dan baris menjadi empat kotak hasil campuran faktor luar dan faktor dalam yaitu peluang-kekuatan, peluang-kelemahan, ancaman-kekuatan, ancaman kelemahan. Masing masing dari hasil kombinasi tersebut adalah suatu strategi yang masing-masing memiliki ciri khusus” (Soewardikoen, 2013: 52).

Beberapa hal yang dilakukan dalam analisis ini adalah :

1. Mengembangkan peluang dan kekuatan dari Desa Wisata Baturaden, serta membuat seminimal mungkin kelemahan dan hambatannya.
2. Mencari pembandingan dari Desa Wisata Ketenger dengan objek wisata yang sejenis guna mendapatkan analisis perbandingan yang diperlukan untuk menunjang penelitian yang akan dilakukan.

3. Menarik kesimpulan sementara (hipotesa) dari analisis untuk kemudian dikaji menggunakan teori yang sudah ada guna menghasilkan penelitian seperti yang diharapkan.

1.9 Kerangka Perancangan



Tabel 1.1 Kerangka Perancangan

1.10 Pembabakan

1. Bab I Pendahuluan

Tentang latar belakang masalah yang isinya menjelaskan tentang permasalahan secara umum yang diambil sebagai bahan untuk diteliti agar bisa diambil tentang penjelasan fokus permasalahan, rumusan masalahnya, serta batasan masalah yang diteliti. Hal tersebut dilakukan agar penelitian bisa menetapkan tujuan dari perancangan atau penelitian yang dilakukan. Pada pendahuluan dijelaskan juga tentang metode atau cara pengumpulan data yang akan dilakukan serta kerangka perancangan sebagai skema urutan kejadian yang akan dilakukan pada sebuah proses penelitian, serta penggambaran tentang isi tiap-tiap bab.

2. Bab II Dasar Pemikiran

Berisi kumpulan teori yang digunakan sebagai acuan dasar dalam perancangan logo dan media informasi.

3. Bab III Data dan Analisis Masalah

Menguraikan data yang diperoleh dari penelitian yang terdiri dari hasil observasi, wawancara, kuesioner serta menjelaskannya dengan metode analisis dari data yang telah didapatkan dan dengan teori relevan yang dijabarkan pada Bab II untuk konsep perancangan logo dan media informasi

4. Bab IV Konsep dan Hasil Perancangan

Berisi konsep dalam perancangan, yang tersusun dari konsep desain dan komunikasi, konsep kreatif, konsep media, konsep warna, konsep visual, serta menampilkan hasil perancangan logo dan media informasi mulai dari sketsa hingga penerapan pada media yang telah dipilih.

5. Bab V Penutup

Berisi saran dan masukan pada saat sidang.