

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Seperti informasi yang didapatkan (Republika, 07 Desember 2018 , p.3) Industri pariwisata dinilai sebagai salah industri dengan potensi terbesar di Indonesia baik penyediaan lapangan kerja maupun peningkatan nilai tambah dan devisa. Jika dibandingkan dengan negara yang setara, jumlah wisatawan mancanegara yang masuk Indonesia masih relatif rendah. Dikabupaten Tangerang sendiri terdapat beberapa kawasan wisata, salah satunya adalah Taman Tebing Koja. Taman Tebing Koja ini terletak di Desa Cikuya, Kecamatan Solear, Kabupaten Tangerang. Tebing koja atau sering disebut Kandang “*Godzilla*” ini, dahulunya merupakan galian pasir. Sering disebut Kandang “*Godzilla*”, karena ada tebing yang berbentuk “*Godzilla*” yang dikelilingi tebing-tebing tinggi yang terlihat seperti kandangnya.

Namun, setelah tidak lagi digunakan untuk penggalian pasir, dikarenakan sudah semakin dalam lubang yang diciptakan dari galian pasir tersebut. Tebing tinggi yang berbaris ini menjadi perbincangan oleh seluruh warga Tangerang di medsos dari berbagai generasi. Cukup dengan membayar tiket sebesar Rp5.000,- para pengunjung bisa datang dan menikmati suasana tebing yang menjulang tinggi. Dibalut dengan pemandangan hamparan sawah dengan rumput yang menguning, lokasi wisata Tebing Koja ini sangat cocok sebagai tempat untuk berburu foto dengan *angle-angle* yang menarik, demikian menurut penuturan Pak Enjen.

Tempat ini juga sering digunakan sebagai lokasi shooting sinetron, *video clip*, hingga film layar lebar. Namun, ada beberapa tebing baru yang dibuat warga sekitar yang masih keluarga Pak Enjen untuk mencari keuntungan dengan menggunakan lahan perusahaan bukan lahan pribadi, menurut penuturan Pak Enjen yang memiliki lahan Tebing Koja. Ada dua tebing baru yang dibuka untuk wisata, tetapi tebing baru itu bukanlah Tebing Koja Kandang “*Godzilla*” yang asli. Petunjuk untuk memasuki wisata

ini juga masih belum menyampaikan informasi yang belum memadai bagi pengunjung Tebing Koja. Begitu pula dengan tiket masuk yang masih kurang untuk wisata tersebut.

Pasalnya objek wisata yang telah disediakan oleh alam yang sangat indah ini tidak banyak masyarakat Tangerang yang mengetahuinya. Sangat disayangkan karna wisata Taman Tebing Koja ini sangat berpotensi sekali sebagai destinasi alternatif bagi warga Tangerang, Tangerang selatan, maupun Jakarta dan sekitarnya. Akan tetapi penataanya belum bisa dikelola dengan baik. Ditengah proses pembangunan yang sudah mulai menggeliat, harusnya pemerintah daerah bisa memanfaatkan potensi-potensi yang bisa dijadikan sebagai aset wisata daerah (*dispar.bantenprov.go.id*, Tebing Koja destinasi yang makin digandrungi warga Tangerang, 2017)

Berdasarkan fenomena yang terjadi, serta permasalahan-permasalahan yang ada, penulis dalam hal ini mencoba menghadirkan salah satu solusi yang dapat menekan masalah-masalah yang terjadi, yaitu dengan membuat sebuah identitas visual dan media promosi bagi Taman Tebing Koja di Kabupaten Tangerang. Identitas visual yang akan berperan sebagai media penyampaian pesan terhadap masyarakat tentang Taman Tebing Koja. Dengan ini juga diharapkan akan meningkatkan minat masyarakat untuk berkunjung ke Taman Tebing Koja, baik masyarakat Tangerang sendiri ataupun masyarakat dari luar Tangerang. Diharapkan dengan identitas visual dan media promosi ini akan menarik pengunjung pada wisata tebing ini dan juga untuk membantu pemasukan daerah Kabupaten Tangerang sendiri.

1.2 Permasalahan

1.2.1 Identifikasi Masalah

- a. Tebing koja di Kabupaten Tangerang belum memiliki identitas visual yang belum tersampaikan dengan jelas.
- b. Kurangnya memperluas promosi Tebing Koja khususnya di media internet yang memiliki potensi wisata di Kabupaten Tangerang.

1.2.2 Rumusan Masalah

Bagaimana merancang identitas visual dan media promosi Taman Tebing Koja dan menerapkan identitas visual ke media promosi ?

1.3 Ruang Lingkup

Penulisan Laporan Penelitian ini dibatasi berdasarkan batasan berikut:

1. Apa
Tebing Koja merupakan wisata tebing yang terletak di Desa Cikuya, Kecamatan Solear, Kabupaten Tangerang, Banten. Tebing Koja ini dahulunya merupakan tambang pasir yang sudah tidak terpakai lagi dan dimanfaatkan oleh pemilik lahan untuk tempat wisata.
2. Dimana
Kegiatan perancangan terletak di Desa Cikuya, Kecamatan Solear, Kabupaten Tangerang, Banten.
3. Kapan
Pengumpulan data, analisis, hingga proses perancangan dan penerapan dilakukan pada jangka waktu Januari s.d. Juli 2019, dan penerapan dilakukan setelah proses perancangan selesai.

4. Siapa

Segmentasi dalam perancangan ini adalah yang belum dan ingin datang berwisata ke Tebing Koja yang berumur 18 sampai dengan 35 tahun. Yang sedang berlibur dan sedang ingin menikmati indahnya Tebing Koja.

5. Bagian mana

Memberikan identitas visual dan media promosi untuk masyarakat luas dan pengunjung Tebing Koja. Yang nantinya akan memudahkan wisatawan untuk mendapatkan informasi tentang Tebing Koja dan dapat menimbulkan daya Tarik untuk Tebing Koja itu sendiri.

1.4 Tujuan

Agar Tebing Koja memiliki identitas visual dan media promosi, untuk menjadi potensi aset wisata daerah Kabupaten Tangerang. Diharapkan meningkatkan minat masyarakat luas untuk dapat berkunjung ke Tebing Koja.

1.5 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang dipakai merupakan metode kualitatif:

1. Metode wawancara

Metode wawancara yang digunakan adalah wawancara terstruktur. Konteks pertanyaan yang diajukan pada pengunjung dan pengelola, adalah untuk mengetahui tentang informasi Taman Tebing.

2. Metode observasi

Dalam observasi dilakukan juga kepada masyarakat Kabupaten Tangerang dan sekitarnya, dan pengunjung yang datang serta lingkungan Taman Tebing Koja, dengan mengumpulkan data visual selama proses observasi.

3. Studi Pustaka

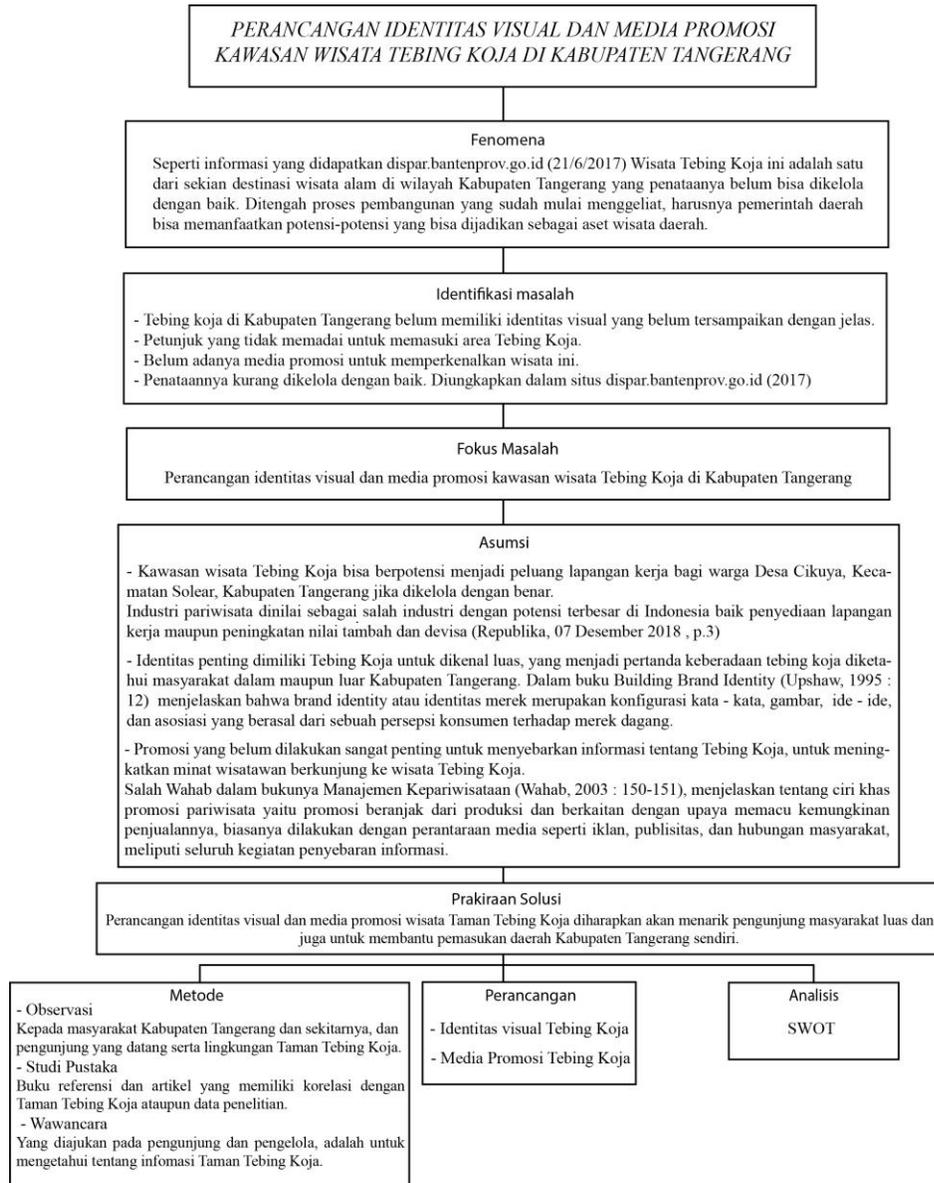
Sumber tertulis yang digunakan adalah buku referensi dan artikel yang memiliki korelasi dengan Taman Tebing Koja ataupun data penelitian.

1.6 Metode Analisis Data

a. Analisis SWOT

SWOT merupakan akronim dari bahasa Inggris, berupa aspek internal *Strengths* (kekuatan), *Weaknesses* (kelemahan) dan aspek eksternal, yaitu *Opportunities* (peluang), *Threats* (ancaman) yang ada di lingkup dunia bisnis (Rangkuti, Reddy, 2014 : 20). Agar dapat membantu penelitian tentang perancangan identitas visual dan media promosi dari segi aspek internal dan aspek eksternal Tebing Koja di Kabupaten Tangerang.

1.7 Kerangka Perancangan



Bagan Kerangka Perancangan

(Sumber : Muhammad Rizky Andrian, 2019)

1.8 Pembabakan

Bab I Pendahuluan

Membahas latar belakang permasalahan yaitu, kejadian/fenomena, mengapa masalah diambil. Terdapat juga identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan, batasan-batasan masalah, metode-metode penelitian, kerangka perancangan, serta pembabakan.

Bab II Dasar Pemikiran

Pada bagian ini menjelaskan tentang teori-teori dan dasar pemikiran mengenai identitas visual dan media promosi untuk dijadikan sebagai acuan dan landasan panduan, sehingga dapat didapatkan solusinya menggunakan Teori Perancangan, Teori Identitas Visual, Teori *Branding*, Teori Desain Komunikasi Visual.

Bab III Data dan Analisis Masalah

Berisi tentang Data yang berkaitan dengan wisata tebing koja di Kabupaten Tangerang, serta analisis dari data-data yang sesuai dengan tujuan perancangan, untuk menghasilkan identitas visual dan media promosi untuk Taman Tebing Koj di Kabupaten Tangerang.

Bab IV Konsep dan Hasil Perancangan

Terdapat konsep-konsep perancangan untuk identitas visual dan media promosi, baik dalam konsep ide, maupun konsep visual yang berupa sketsa dan visual perancangan. Berisi juga konsep akhir identitas visual, hingga penerapan identitas visual pada media.

Bab V Penutup

Penutup berisi saran dan masukan, serta kesimpulan yang menjawab tujuan dari penelitian