

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Pariwisata salah satu kemajuan yang dipertimbangkan oleh banyak negara di seluruh dunia. Pengaruh suatu kemajuan pariwisata kepada perkembangan suatu daerah, terutama peningkatan pembangunan serta perekonomian pada suatu wilayah cukup besar. Pada lingkup kepariwisataan internasional, kedekatan kabupaten Tegal dengan Semarang sebagai pintu masuk utama para wisatawan internasional, merupakan peluang yang baik untuk perkembangan dan kemajuan pariwisata.

Dengan letaknya yang strategis, kabupaten Tegal menjadi salah satu tujuan wisata bagi masyarakat sekitar Jawa Tengah. Daya tarik pariwisata atau potensi kepariwisataan yang dimiliki oleh kabupaten Tegal berupa; sumberdaya alam (natural resources) dan sumberdaya kebudayaan (cultural resources) dan manusia (human resources) sebagai pelaku pariwisata (Soekadijo, 2000). Beberapa destinasi pariwisata Kabupaten Tegal yang menjadi daya tarik wisatawan diantaranya; Curug Putri, Pantai Alam Indah, Bukit Goa Lawa, Waduk Cacaban, Sulaku Bumijawa Park dan Rita Park Tegal. Distribusi lokasi destinasi pariwisata tersebut berada di pusat pelayanan publik, serta pemerintahan kabupaten Tegal.

Dari banyaknya objek wisata di kabupaten Tegal ini, terkenal pula beberapa objek wisata yang dikelola oleh perorangan maupun perusahaan, mulai dari wisata kuliner, belanja, edukasi, rekreasi dan alam. Ada satu objek wisata yang sudah cukup tua di kabupaten Tegal yaitu objek wisata alam sekaligus rekreasi Taman Wisata Guci atau yang akrab disebut Guci oleh warga kabupaten Tegal, yang terdapat pemandian air panas sumber dari kaki gunung Slamet berdiri pada tahun 1974 sebagai salah satu wisata alam memiliki daya pembeda dibandingkan dengan tempat lainnya yaitu Pancuran 13 dan Pancuran 7 terdapat wahana rekreasi dan penginapan di dalam Taman Wisata Guci, pembeda inilah yang menjadi nilai tambah tersendiri bagi Taman Wisata Guci, yang akan membedakannya dengan tempat wisata lain.

Keunikan lainnya dari tempat ini adalah memiliki lahan luas dengan tersedianya area rekreasi untuk keluarga, seperti wahana bermain dan kuliner. Pada awalnya Taman Wisata Guci hanya untuk masyarakat sekitar di kawasan bumijawa, dan pada tahun 1979 pemerintah kabupaten Tegal membuka secara umum. Seiring berkembangnya, Taman Wisata Guci mulai membangun akses jalan ke tempat wisata keadaan sumber air panas sebelum dikelola oleh pemerintah masih berada di dalam goa air panas untuk menyembuhkan segala macam penyakit. Pada tahun 1970-an pengunjung yang datang kebanyakan berasal dari Tegal, Tahun 1984-an mulai banyak para investor yang tertarik untuk berinvestasi di objek wisata Guci, diantaranya mereka mulai membangun penginapan-penginapan untuk para wisatawan yang menginap. Pemerintah juga mulai membangun fasilitas-fasilitas lain seperti arena bermain anak, menambah kuda dan pemandu kuda untuk para pengunjung yang ingin mengelilingi objek wisata Guci dengan menunggang kuda., pemerintah menambah pancuran agar semua pengunjung dapat mandi bersama tanpa menunggu pengunjung lain selesai mandi. Tahun. Untuk mempercantik objek wisata Guci Tahun 1998 mulai dibangun kawasan untuk para pedagang agar bisa lebih tertib. Pedagang makanan dan pedagang souvenir-souvenir khas Guci di pisahkan. Para pedagang makanan kaki lima juga di pisahkan. Di bangun juga Mushola dan panggung hiburan. Dengan begitu Perkembangan objek wisata Guci semakin pesat, untuk para orang tua yang tidak pemandian air panas dapat menikmati waktu bersama anaknya dengan berwisata kuliner, atau berwisata rekreasi bermain wahana yang ada dan menikmati fasilitas lainnya, dan juga di Taman Wisata Guci.

Melihat semua keunikan yang dimiliki Taman Wisata Guci bisa menjadi daya tarik pengunjung, namun sangat disayangkan masih banyak masyarakat luas yang tidak mengetahui tempat ini secara jelas serta tidak adanya pembaruan yang dilakukan seperti, tidak adanya gapura pada pintu masuk, kurangnya media informasi yang menjelaskan tentang tempat ini, lawasnya identitas visual dari tempat ini, kurangnya media informasi yang memudahkan pengunjung untuk mengeksplorasi tempat ini. Kurangnya perhatian terhadap kelangsungan tempat membuat Taman Wisata Guci kurang minat pengunjung.

Melihat hal di atas, dapat dikatakan bahwa Taman Wisata Guci memiliki keunikan tersendiri untuk para pengunjungnya jika dibandingkan dengan tempat wisata alam pada umumnya. Dengan keunikan dan segala sumber daya yang dimiliki, Taman Wisata Guci memiliki potensi menjadi wisata alam dan rekreasi terbesar di Tegal dan dapat lebih dikenal oleh masyarakat luas tentang wisata yang terdapat didalamnya, namun sangat disayangkan pengunjung Taman Wisata Guci semakin hari semakin sepi kecuali pada saat akhir pekan karena identitas visual yang dimiliki tidak mencerminkan ciri khas dan keunikan yang dimiliki, dan tidak memiliki media informasi yang menunjukkan tentang adanya wisata ini dan menjelaskan apa saja yang terdapat didalamnya, serta tidak adanya pembaruan identitas visual yang dilakukan, dan munculnya beberapa wisata baru menjadi salah satu faktor yang membuat Taman Wisata Guci kurang memiliki peminat. Oleh karena itu dibutuhkan pembaruan identitas visual untuk Taman Wisata Guci agar wisatawan bisa dengan mudah melihat dan menerima informasi tentang wisata ini sehingga dapat menarik perhatian dan daya tarik untuk berkunjung ke Taman Wisata Guci. Dengan demikian secara tidak langsung akan meningkatkan jumlah pengunjung yang datang, dan meningkatkan kualitas citra dimata wisatawan atau masyarakat luas.

Dibutuhkan perancangan ulang identitas visual guna memperbaiki citra perusahaan tersebut dan menyampaikan informasi kepada masyarakat tentang apa itu Taman Wisata Guci dengan segala kelebihan yang menjadi potensi untuk menarik minat masyarakat. Dengan penyampaian dan pendekatan yang tepat dalam merancang ulang identitas visual dari Taman Wisata Guci diharapkan dapat meningkatkan minat wisatawan untuk datang ke Taman Wisata Guci, dan meningkatkan jumlah pengunjung yang datang serta dapat meningkatkan kualitas citra di mata wisatawan atau masyarakat luas, hal ini dapat meningkatkan perhatian akan wisata lokal serta hal-hal tradisional asli suatu daerah dan dapat mempertahankannya sehingga ciri khas yang dimiliki akan tetap terjaga.

## **1.2 Permasalahan**

### **1.2.1 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan diatas, masalah dapat diidentifikasi sebagai berikut :

1. Sektor pariwisata pemandian air panas guci daerah kabupaten tegal menurun.
2. Kawasan wisata pemandian air panas guci tegal yang tidak memiliki identitas visual serta media informasi yang belum ada.
3. Perlunya identitas visual sebagai ciri eksistensi keberadaan tempat wisata air panas guci tegal .

### **1.2.2 Rumusan Masalah**

Dari penjabaran diatas, perumusan masalah untuk tugas akhir ini adalah bagaimana merancang identitas visual untuk Taman Wisata Guci di Kabupaten Tegal yang sesuai dengan ciri khas dan karakter yang dimiliki agar meningkatkan minat dan daya Tarik wisatawan untuk berkunjung dari destinasi wisata Pemandian Air Panas Guci Kabupaten Tegal?

## **1.3 Ruang Lingkup**

Dalam menjelaskan suatu masalah ada baiknya menggunakan ruang lingkup masalah agar permasalahan tidak menyimpang, adapun ruang lingkup masalahnya adalah:

1. Apa  
Perancangan identitas visual dan media promosi untuk Taman Wisata Guci
2. Siapa  
Target audiens utama perancangan ini adalah wisatawan local yang dari luar Kabupaten Tegal atau sekitarnya dengan usia remaja dan dewasa.
3. Kapan  
Penelitian akan dilaksanakan dari bulan agustus 2019 sampai dengan selesai.
4. Dimana  
Penelitian ini dilakukan di Taman Wisata Guci.

## 5. Kenapa

Taman Wisata Guci memiliki potensi pemandian air panas sekaligus rekreasi terbesar di Tegal, namun belum memiliki identitas visual yang mencerminkan ciri khas dan karakter yang dimiliki serta minimnya media informasi. Tentu hal ini menjadi kendala dalam menyampaikan informasi yang dapat di serap oleh masyarakat atau wisatawan, serta dapat mempengaruhi persepsi masyarakat tentang taman wisata guci itu sendiri.

## 6. Bagaimana

Merancang identitas visual yang nantinya bisa diterapkan pada media utama dan pendukung sehingga menarik minat pengunjung untuk datang ke Taman Wisata Guci.

### **1.4 Tujuan Perancangan**

Merancang identitas visual untuk Taman Wisata Guci di Kabupaten Tegal yang sesuai dengan ciri khas dan karakter yang dimiliki agar meningkatkan minat dan daya tarik wisatawan untuk berkunjung ke Taman Wisata Guci sebagai objek wisata pemandian air panas dan rekreasi meningkatkan *brand awareness*.

### **1.5 Metode Pengumpulan Data dan Analisis**

#### **1.5.1 Metode Pengumpulan Data**

Dalam penulisan ini penulis menggunakan metode pengumpulan data kualitatif. Metode kualitatif sendiri, adalah suatu penelitian yang menampilkan data deskriptif yang berupa kata tersusun maupun lisan dari narasumber yang diamati. Penelitian ini digunakan apabila suatu masalah kurang dapat dipahami, untuk memahami makna tersembunyi, memahami suatu interaksi social, mengembangkan suatu permasalahan dan teori, serta berguna untuk memastikan kebenaran data. Penelitian dengan metode ini memungkinkan penulis dapat mengamati dan mengetahui lebih dalam pendapat masyarakat terhadap objek penelitian. Maka dari itu, berikut adalah metode yang digunakan penulis untuk mengumpulkan data:

### **1. Observasi**

Observasi ini akan dilakuakn secara langsung dilapangan, dengan melihat secara langsung di tempat Taman Wisata Guci.

### **2. Wawancara**

Penulis akan melakukan wawancara kepada pihak Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Tegal, wisatawan yang berkunjung ke kawasan Wisata pemandiaan air panas guci Tegal ataupun pengelola Wisata pemandiaan air panas guci Tegal untuk mengetahui kondisi Wisata pemandiaan air panas guci Tegal apa saja yang sudah dilakukan oleh dinas terkait, wawancara juga dilakukan kepada pengunjung Wisata pemandiaan air panas guci Tegal 5-20 menit untuk mengetahui pendapat pengunjung mengenai potensi wisata ini kedepannya.

### **3. Kuesioner**

Kuesioner yang dilakukan penulis dilakukan secara online dan disebar kepada seratus koresponden yang berdomisili di sekitar Kabupaten Tegal dan Bandung. Kuesioner sendiri dilakukan untuk mengetahui media apa saja yang sering bersentuhan dengan target audience.

### **4. Dokumentasi**

Dokumentasi yang dilakukan penulis akan berfokus pada dua tempat di daerah wisata ini, yaitu pemandiaan air panas guci Tegal, dokumentasi ini dimaksudkan untuk membantu dalam membuat identitas visual bagi kawasan wisata tersebut.

### **5. Studi Pustaka**

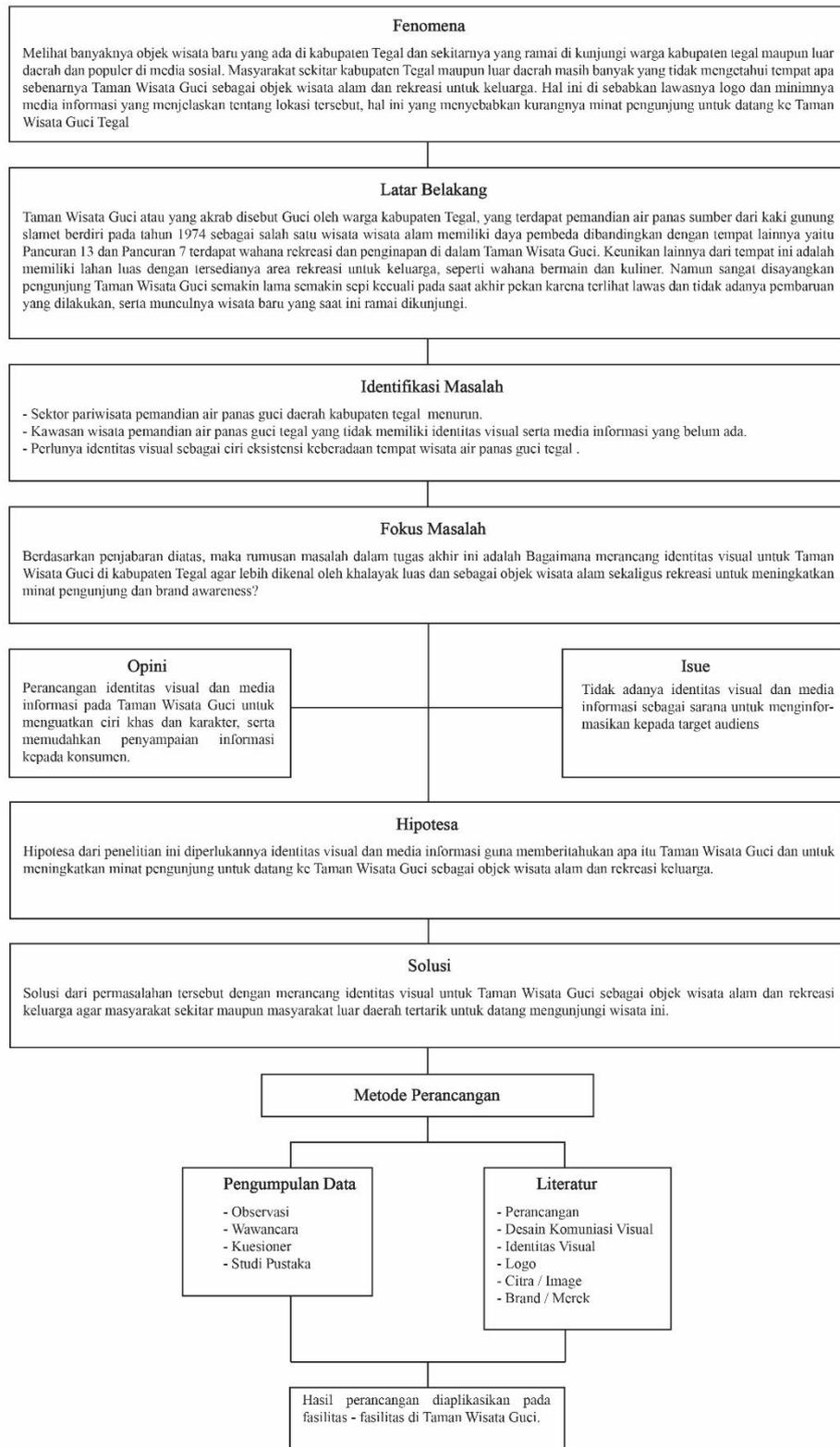
peneliti harus mengumpulkan informasi sebanyak-banyaknya dari kepustakaan yang berhubungan dengan topik yang diambil. Sumber-sumber kepustakaan dapat diperoleh penulis dari : jurnal, buku, majalah, hasil-hasil penelitian dan sumber-sumber lainnya yang sesuai (internet, koran dll). Studi ini dilakukkan dengan pengumpulan data, membaca, mempelajari buku, serta literature-literatur yang berkaitan dengan permasalahan yang diambil.

### **1.5.2 Analisis Data**

Metode analisis yang digunakan penulis yaitu menggunakan analisis SWOT. Dengan analisis ini akan membantu penulis meneliti dimana letak dari kekuatan (Strength), peluang (Opportunities), kelemahan (Weaknesses), dan ancaman (Threats) yang dimiliki oleh aplikasi ini sehingga membantu dalam proses perancangannya.

Selain itu Analisis Matriks Perbandingan pada penelitian ini akan digunakan juga analisis perbandingan guna mendapatkan informasi tambahan. Analisis perbandingan ini akan membandingkan antara objek penelitian dengan competitor sejenis.

## 1.6 Kerangka Perancangan



Gambar 1.1 Kerangka Perancangan

(Sumber: Yodi Novian, 2020)

## **1.7 Pembabakan**

### **BAB I: PENDAHULUAN**

Pada bab ini akan membahas mengenai latar belakang masalah identifikasi masalah, rumusan masalah, ruang lingkup, tujuan perancangan, cara pengumpulan data, kerangka perancangan, dan pembabakan tugas perancangan tugas akhir.

### **BAB II: DASAR PEMIKIRAN**

Menjabarkan teori – teori atau pemahaman dasar yang relevan dalam bidang perancangan identitas visual sebagai tumpuan dalam tugas akhir ini.

### **BAB III: DATA DAN ANALISIS MASALAH**

Berisi tentang data badan pemberi proyek, data produk, data target audiens, data visual, data wawancara dan analisis dari data – data yang telah dikumpulkan.

### **BAB IV: KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN**

Menjelaskan mengenai konsep perancangan berupa konsep pesan, konsep media, konsep visual, sketsa hingga penerapan konsep pada media tugas akhir.

### **BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab penutup ini diisi dengan kesimpulan dari semua pembahasan dan perancangan juga penutup yang berisikan saran pada saat pelaksanaan tugas akhir.