

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri pariwisata saat ini menjadi salah satu sektor industri yang berkembang dan memiliki potensi besar bagi Negara Indonesia. Melihat potensi tersebut didukung oleh sumber daya yang dimiliki Indonesia seperti SDM (sumber daya Manusia) dan SDA (Sumber Daya Alam) yang didukung oleh keberagaman dan luas wilayah yang dimiliki oleh Indonesia. Hal ini menjadi daya tarik para wisatawan baik lokal maupun mancanegara. Dikutip dari Kompas.com, Bank Indonesia (BI) menyatakan bahwa sektor pariwisata di Indonesia merupakan sektor yang paling efektif dalam meningkatkan devisa Indonesia. Bank Indonesia dibantu dengan pemerintah menargetkan pada tahun 2019 dapat mengumpulkan devisa sebesar 20 Miliar Dolar AS atau setara dengan Rp 2,8 Triliun (1 Dollar = Rp 14.000). Pada tahun 2018 devisa pariwisata Indonesia mencapai 19,29 Miliar Dolar AS, dengan nominal tersebut devisa pariwisata Indonesia hampir menembus target tahun 2019 yaitu 20 Miliar Dolar AS.

Dikutip dari Lifestyle.kontan.id, Pulau Lombok yang terletak di Nusa Tenggara Barat dianugrahi oleh keindahan alam yang menjadi incaran wisatawan, seperti pantai Kuta dan pantai Tanjung Aan yang terletak di Mandalika, Lombok Tengah, Nusa Tenggara Barat. Kedua pantai itu menyajikan pemandangan laut biru yang jernih dengan deburan ombak yang menenangkan. Namun, tak hanya keindahan pantai, ternyata Lombok juga kaya akan tradisi yang masih terawat hingga saat ini. Salah satunya, Dusun Sasak Ende Lombok di Desa Sengkol, Kecamatan Pujut, Lombok Tengah. Ini merupakan sebuah kampung yang dihuni oleh 37 kepala keluarga Suku Sasak. Menariknya, masyarakat Sasak masih menjunjung tinggi nilai dan adat istiadat di tengah gempuran teknologi. Warganya menempati rumah adat yang masih tradisional, di mana seluruh material bangunan rumah terbuat dari alam. Sementara lantai rumahnya menggunakan tanah liat. Penggunaan tanah liat ini

karena mayoritas masyarakat di sana memeluk agama islam dan percaya bahwa manusia terbuat dari tanah. Uniknya, lantai tanah liat telah dilumuri dengan kotoran sapi atau kerbau, penggunaan kotoran ternak ini berfungsi merekatkan tanah liat agar tidak mudah retak. Selain itu kotoran tersebut dipercaya sebagai simbol kerja keras petani. Karena sebagai besar masyarakat Sasak Ende hidup sebagai petani dan peternak.

Dikutip dari SUARANTB.COM, Gubernur NTB, Dr. H. Zulkieflimansyah, SE, M. Sc telah menandatangani SK penetapan 99 desa wisata yang fokus dikembangkan dalam lima tahun ke depan. Tahun 2019 ini, Pemprov fokus melakukan intervensi terhadap 20 desa wisata yang tersebar di NTB. Sesuai SK Gubernur, 99 desa wisata tersebut tersebar di 10 kabupaten/kota. Di Lombok Tengah ditetapkan 16 desa wisata. Yakni Sukarara, Marong, Mertak, Lantan, Kuta, Labulia, Bonjeruk, Sepakek, Selong Belanak, Mekar Sari, Karang Sidemen, Rembitan, Aik Berik, Tanak Beak, Penujak dan Sengkol. Di Lombok Timur ditetapkan 18 desa wisata. Antara lain Tetebatu, Sembalun Bumbung, Kembang Kuning, Pringgasele, Tanjung Luar, Jeruk Manis, Sekaroh, Sembalun Lawang, Lenek Ramban Biak. Jerowaru, Labuhan Pandan, Sugian, Lenek Pesiraman, Bebidas, Senanggalih, Seriwe, Sapit dan Sembalun.

Dikutip dari PesonaTravel.com, Lombok ternyata masih menyimpan beragam kekayaan alam dan budaya yang tak pernah habis untuk diarungi. Agar dapat mengenal Lombok lebih jauh, tak ada salahnya untuk coba mengenal lebih dekat suku asli pulau ini yaitu Suku Sasak Ende yang terletak di Desa Sengkol, Kecamatan Pujut, Kabupaten Lombok Tengah. Selain masih menjaga erat budaya warisan leluhur, warga desa juga masih tinggal dalam rumah tradisional Suku Sasak, yang terbuat dari bahan alami. Bahan yang dapat dengan mudah ditemui sekitar tempat tinggal mereka. Rumah berlantai tanah liat, tiang-tiang kayu, dinding anyaman bambu serta atap alang-alang adalah yang pertama kali terlihat saat memasuki desa yang asri nan sejuk ini.

Dikelilingi pepohonan besar, warga menyambut ramah setiap wisatawan yang datang berkunjung.

Saat ini pariwisata di Indonesia berkembang dengan beberapa kota/kabupaten mulai berbenah dan menunjukkan potensi pariwisata daerah masing-masing. Salah satunya melalui program desa wisata, karena banyak hal yang dapat dilakukan masyarakat untuk mengembangkan potensi yang dimiliki di desa. Salah satunya penggunaan dana desa untuk membangun desa wisata. Dalam strategi meningkatkan pendapatan daerah dari potensi wisata, beberapa daerah mulai melakukan *branding* dengan strategi komunikasi pemasaran seperti memiliki identitas visual sekaligus sistem desain sebagai ciri khas visual daerah tersebut dalam mengenalkan potensi pariwisata kepada wisatawan melalui media komunikasi visual.

Desa Wisata Ende memiliki potensi wisata yang besar, dengan jenis destinasi wisata berbasis budaya, karena potensi daya tarik wisatanya berasal dari tradisi budaya yang dimiliki oleh Suku Sasak yang tinggal di Desa Wisata Ende. Masih banyak juga masyarakat yang belum mengetahui Desa Wisata Ende yang berada di Kabupaten Lombok Tengah ini. Promosi yang dilakukan oleh Desa Wisata Ende masih sangat kurang, hanya mengandalkan promosi melalui mulut ke mulut dan melalui event atau pameran. Penggunaan media promosi sebagai publikasi informasi mengenai potensi wisata Desa Wisata Ende masih sangat kurang. Maka dari itu penulis ingin merancang pembuatan identitas visual dan media promosi bagi Desa Wisata Ende di Lombok Tengah.

Dalam fenomena promosi wisata perlu adanya pengemasan visual yang dapat merepresentasikan potensi daerah pariwisata disertai dengan media promosi yang tepat. Desa Wisata Ende belum memiliki identitas visual, maka dari itu perlu adanya perancangan identitas visual Desa Wisata Ende sebagai bagian dari perancangan *branding* agar memiliki fondasi merek yang kuat. Dengan adanya identitas visual dan media promosi diharapkan Desa Wisata Ende dapat dikenal oleh masyarakat luas dan menarik minat wisatawan untuk

berkunjung ke Desa Wisata Ende untuk menikmati destinasi wisata berbasis budaya dari Desa Wisata Ende.

1.2 Permasalahan

1.2.1 Identifikasi Masalah

Dari latar belakang yang dijelaskan, dapat diambil beberapa permasalahan, sebagai berikut:

1. Banyak masyarakat yang belum mengenal Desa Wisata Ende.
2. Desa Wisata Ende belum memiliki identitas visual.
3. Belum maksimal dalam pengelolaan promosi Desa Wisata Ende.

1.2.2 Rumusan Masalah

Bagaimana merancang identitas visual dan media promosi Desa Wisata Ende agar memiliki identitas yang kuat sehingga dapat dikenal oleh masyarakat dan dapat menarik minat wisatawan untuk berkunjung ke Desa Wisata Ende.

1.3 Ruang Lingkup

Agar penelitian tidak terlalu luas untuk pembahasannya, penulis fokus membatasi ruang lingkup sebagai berikut:

a) Apa

Perancangan identitas visual dan media promosi Desa Wisata Ende.

b) Siapa

Target perancangan promosi dan publikasi Desa Wisata Ende mencakup wisatawan daerah dan nasional.

c) Dimana

Perancangan, pengumpulan data dan analisis akan dilakukan di Lombok dan Bandung.

d) Kapan

Perancangan ini dilakukan dengan jangka waktu Januari 2020 hingga Juli 2020.

e) Kenapa

Perancangan ini dibuat untuk menyelesaikan permasalahan promosi bagi Desa Wisata Ende karena masih banyak masyarakat yang belum mengenal Desa Wisata Ende.

f) Bagaimana

Merancang pembuatan identitas visual dan media promosi Desa Wisata Ende dengan menonjolkan potensi budaya yang dimiliki.

1.4 Tujuan dan Manfaat Perancangan

1.4.1 Tujuan

Terancangnya pembuatan identitas visual dan media promosi Desa Wisata Ende agar memiliki identitas yang kuat dan dapat dikenal oleh masyarakat sehingga dapat menarik minat untuk berkunjung ke Desa Wisata Ende.

1.4.2 Manfaat

Manfaat yang diharapkan dari perancangan ini adalah dapat menjawab permasalahan yaitu berguna dan membantu desa wisata ende agar lebih baik promosi pariwisatanya dengan perancangan identitas visual dan implementasi visual pada media promosi dapat meningkatkan *brand awareness* sehingga wisatawan tertarik untuk berkunjung ke Desa Wisata Ende. Dengan adanya laporan tugas akhir ini diharapkan dapat bermanfaat dan digunakan sebagai referensi dalam kajian yang berkaitan dengan artikel ini secara teoritis dan praktis.

1.5 Cara Pengumpulan Data

1.5.1 Metode Observasi

Observasi adalah kegiatan untuk mengkaji proses dan perilaku dengan menggunakan indera penglihatan dan pendengaran sebagai jendela dalam merekam data (Suwartono, 2014:41). Pada kegiatan observasi ini

peneliti akan melakukan pengamatan langsung ke Desa Wisata Ende untuk mengetahui kondisi dan potensi wisata.

1.5.2 Metode Wawancara

Wawancara merupakan cara dalam mendapatkan informasi dan data melalui interaksi verbal atau lisan yang berhubungan dengan perasaan, pikiran, pengalaman, pendapat, dan hal lain yang bersifat tidak bisa diamati (Suwartono, 2014:48). Pada laporan ini penulis akan mewawancarai Ketua Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS) Desa Wisata Ende dan juga pihak dari Dinas Pariwisata Provinsi Nusa Tenggara Barat pada bagian Pengembangan Destinasi.

1.5.3 Metode Kuisioner

Kuisioner atau yang biasa disebut Angket. Hal yang dimaksud adalah suatu daftar pertanyaan mengenai suatu hal atau dalam suatu bidang, yang harus diisi secara tertulis oleh “responden”, yakni orang yang merespon pertanyaan (Soewardikoen, 2013: 35).

1.5.4 Kajian Pustaka

Kajian Pustaka adalah landasan teori atau patokan penelitas yang digunakan untuk memperkuat perspektif dengan konteks yang dibahas (Soewardikoen, 2013: 16). Kajian Pustaka ini berfungsi sebagai referensi dan pandangan terhadap topik yang dibahas.

1.6 Metode Analisa Data

1.6.1 Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan metode Analisa yang berfungsi sebagai penilaian dala suatu perusahaan dengan memperhatikan faktor internal *strength* dan *weakness* adapun faktor eksternal seperti *opportunity* dan *threat*. metode ini dapat membantu dalam segi penilaian dengan

penambahan skor di setiap poin-nya yang dengan hasil konsep bagi perancangan (Soewardikoen, 2013:62).

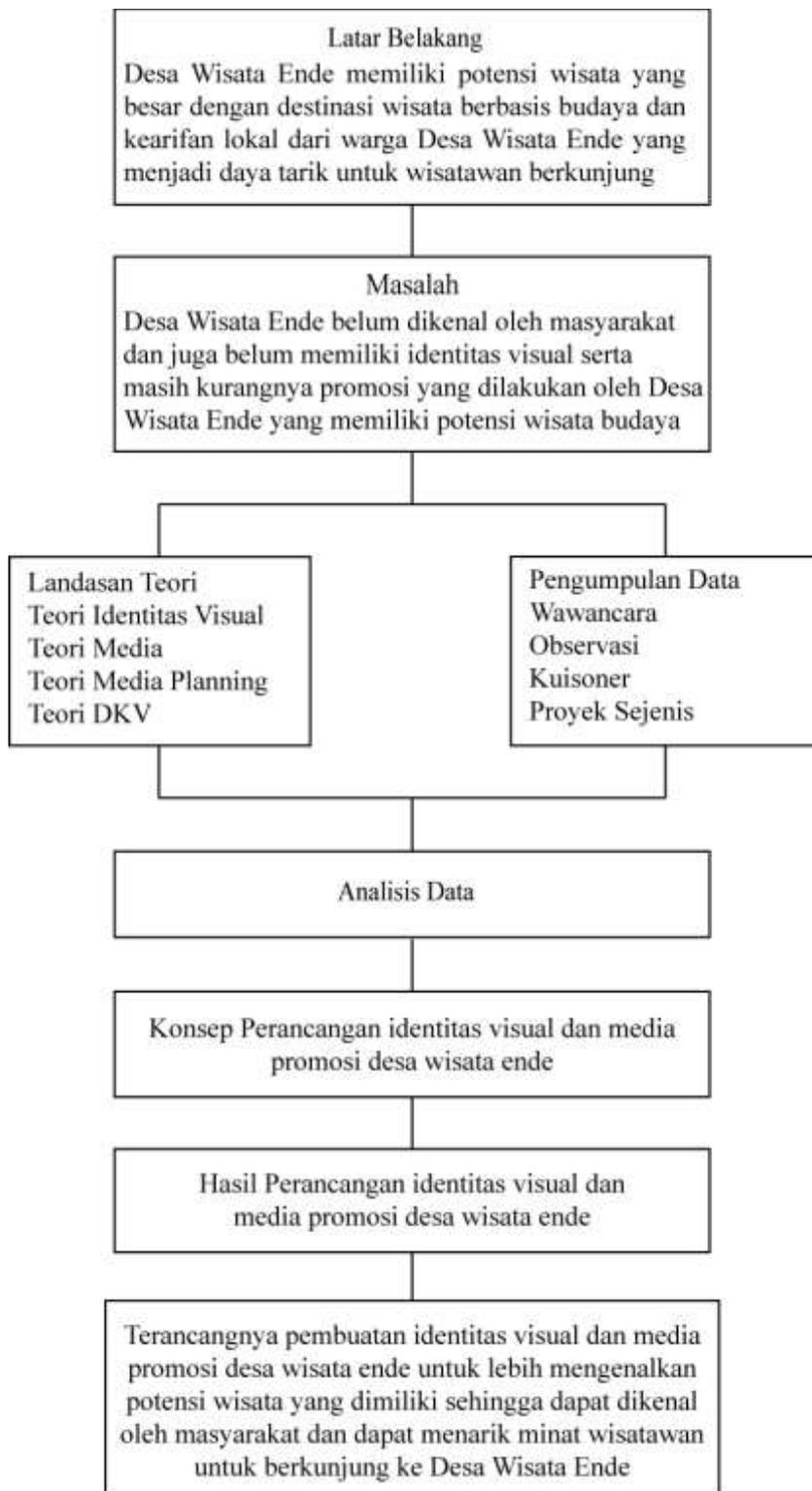
1.6.2 Analisis Data Kuisisioner

Analisis data kuisisioner adalah data kuantitatif obyek penelitian berdasarkan dari hasil penghitungan dengan penyesuaian poin-poin variabel yang telah ditentukan (Soewardikoen, 2013:55). Hasil analisis data kuisisioner dapat menjadi perbandingan dan membuktikan asumsi yang ada.

1.6.3 Analisis Matriks

Analisis Matriks adalah metode analisis yang digunakan untuk membantu penyajian data secara seimbang dengan teks dan gambar yang berfungsi membuat perbandingan dalam mengidentifikasi persamaan dan perbedaan dalam data penelitian (Soewardikoen, 2013:60). Analisis dalam perancangan ini dilakukan dengan membandingkan data visual dari logo *Enjoy* Jakarta, Gorontalo, dan Kudus.

1.7 Kerangka Pemikiran



1.8 Pembabakan

a) BAB I PENDAHULUAN

Pada Bab ini menjelaskan latar belakang, identifikasi masalah, perumusan masalah, ruang lingkup, tujuan penelitian, cara pengumpulan data dan analisis data, serta kerangka pemikiran laporan penelitian.

b) BAB II DASAR PEMIKIRAN

Pada Bab ini berisi teori-teori yang relevan dengan topik permasalahan dengan membuat kerangka teori sebagai fondasi utama penelitian agar menghindari kesesatan dalam proses analisis.

c) BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH

Pada bab ini akan membahas tentang data dan analisis masalah sesuai dengan permasalahan dan didukung sesuai dengan kerangka penelitian.

d) BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN

Pada Bab ini akan membahas konsep dan hasil perancangan identitas visual dan media promosi desa wisata ende. Konsep yang dibahas yaitu: konsep pesan, konsep kreatif, konsep media dan konsep visual. Serta hasil perancangan identitas visual dengan menunjukkan proses perancangan dari sketsa hingga hasil akhir pada media yang diterapkan.

e) BAB V PENUTUP

Pada Bab ini berisi kesimpulan dari hasil perancangan dan saran sebagai masukan, ide, dan solusi dari hasil perancangan.