

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan negara kepulauan terbesar di dunia yang memiliki kurang lebih 17.000 pulau yang tersebar luas di seluruh Indonesia, sehingga Indonesia merupakan salah satu negara yang kaya akan sumber daya alamnya. Keindahan alam yang terbentang luas se-Indonesia memiliki banyak potensi dalam hal sumber daya alam. Sumber daya alam yang berpotensi tersebut dapat memajukan industri pariwisata Indonesia maupun untuk memakmurkan masyarakat di sekitarnya. Besar dan banyaknya pulau di Indonesia meninggalkan banyak objek wisata yang sudah dilestarikan maupun yang belum dilestarikan. Salah satu objek wisata yang sangat berpotensi untuk memajukan wisata Indonesia yaitu pantai Madasari.

Wisata pantai Madasari merupakan salah satu objek wisata di Pangandaran yang memiliki keindahan pantai, tebing, serta karang di sekitarnya yang khas dan sangat indah. Keindahan dari pantai ini memiliki perbedaan yang sangat signifikan dari pantai-pantai di sekitarnya. Nama Madasari berasal dari dua kata, Madang dan Sari, Madang berarti makan dan Sari yang berarti rasa, seiring dengan perjalanan waktu namanya pun diminimalisir menjadi Madasari. Sesuai namanya, pantai Madasari memiliki keunggulan yang terletak pada wisata kulinernya, menyajikan makanan segar dan enak, yang berbeda dengan pantai lainnya. Selain dari kuliner, pantai ini menyajikan tebing-tebing yang eksotis dan dapat didaki, panorama alam yang menakjubkan, bertepatan dengan letak *sunrise* yang indah, tempat *camping* yang nyaman, sebagai lokasi pacuan kuda yang menghibur, dan masih banyak lagi yang dapat dijelajahi. Fasilitas umum pun sudah cukup memadai dimulai dari toilet, kamar mandi, masjid, warung-warung yang menjual berbagai makanan dan minuman, dan penginapan. Selain itu, apabila ingin menikmati *camping* pun di pantai ini sudah menyediakan alat-alat *camping*. Wisata pantai Madasari memiliki julukan wisata pantai eksotis yang tersembunyi di Pangandaran, karena terletak di Desa Masawah, Kecamatan Cimerak, Kabupaten Pangandaran, Jawa Barat yang

memiliki jarak tempuh yang jauh dari pusat Kota Pangandaran, dengan jarak kurang lebih 40 km dan dapat ditempuh dengan kurang lebih 1 jam setengah. Tempatnya yang tersembunyi membuat wisata pantai Madasari ini kerap kali kurang disinggahi oleh wisatawan. Kejelasan mengenai info serta media promosi yang memperkenalkan pantai Madasari pun belum ada, hanya beberapa situs yang memberikan ulasan mengenai wisata pantai ini. Sehingga wisatawan yang mengunjungi wisata pantai Madasari merupakan wisatawan yang sebagian besar mengetahui dari mulut ke mulut.

Apabila dilihat dari *Google Review* mengenai pantai Madasari ini banyak wisatawan yang ingin mengunjungi pantai Madasari, namun info mengenai dimana serta biaya masuk ke pantai ini belum jelas. Sebagai contoh, beberapa kontributor *Google Review* mengatakan biaya *camping* Rp. 350.000 sedangkan beberapa mengatakan gratis. Ketidakjelasan mengenai biaya ini membuat pengunjung menjadi malas untuk mengunjungi wisata pantai Madasari karena adanya indikasi pungli oleh oknum. Tidak adanya info jelas mengenai pantai Madasari menjadi salah satu penyebab pantai Madasari kurang disinggahi oleh wisatawan. Penyebab lainnya yaitu wisata pantai Madasari masih dikelola oleh Pemerintah Desa, seperti yang dikatakan di artikel *HarapanRakyat*, Kepala Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Pangandaran, Undang Sohbarudin mengatakan Pantai Madasari di Kecamatan Cimerak masih dikelola Pemerintah Desa, bukan oleh Pemerintah Daerah. Apabila dibandingkan, Pemerintah Daerah mengelola pantai Pangandaran, Batu Karas, Batu Hiu, dan Green Canyon yang selalu ramai oleh pengunjung. Walaupun jaraknya jauh, namun akses jalan menuju wisata pantai Madasari pun sudah lebih baik dari beberapa tahun silam dan seharusnya jarak jauh pun tidak masalah dengan kondisi jalan yang bagus.

Identitas visual merupakan salah satu bentuk identitas pada suatu produk, merek, ataupun individual yang diidentifikasi secara visual. Identitas visual adalah citra pertama yang dilihat oleh masyarakat mengenai suatu produk. Wisata pantai Madasari belum memiliki identitas visual yang mampu menunjukkan keindahan dari pantai Madasari, sehingga wisatawan yang ingin mengunjungi belum memiliki bayangan dari apa yang pantai Madasari tawarkan. Kejelasan dalam info mengenai wisata pantai Madasari pun bermain peran penting dalam identitas visual, karena selama ini dengan belum adanya media promosi, maka kejelasan mengenai wisata pantai

Madasari masih kurang dapat dicerna oleh wisatawan. Selain dari menjelaskan info mengenai wisata pantai Madasari, media promosi juga akan mampu menarik daya tarik wisatawan.

Wisata pantai Madasari sangatlah berpotensi untuk memajukan pariwisata Indonesia dan untuk memakmurkan kesejahteraan masyarakat sekitarnya. Dengan adanya potensi yang dapat dikembangkan, perancangan ini bertujuan untuk membawa pesona keindahan pantai Madasari ke dalam bentuk identitas visual yang nantinya akan menghasilkan media promosi, maupun lainnya agar dapat meningkatkan jumlah wisatawan.

1.2 Permasalahan

1.2.1 Identifikasi Masalah

Dari fenomena yang sudah dibahas, masalah yang dapat diidentifikasi yaitu:

1. Wisata pantai Madasari belum memiliki identitas visual
2. Belum adanya kejelasan info mengenai wisata pantai Madasari
3. Belum ada media promosi mengenai wisata pantai Madasari

1.2.2 Rumusan Masalah

Bagaimana merancang identitas visual destinasi wisata pantai Madasari yang menarik agar dapat meningkatkan pengunjung?

1.3 Ruang Lingkup

Agar proses perancangan tidak meluas, ruang lingkup yang akan dibahas memiliki cakupan metode 5W1H yang diantaranya yaitu:

1. What (apa)

Merancang identitas visual destinasi wisata pada pantai Madasari.

2. Who (siapa)

Perancangan identitas visual destinasi wisata pantai Madasari ditargetkan untuk:

1. Demografis

- a. Jenis Kelamin : Pria dan Wanita
- b. Usia : Semua umur

2. Geografis

- a. Wisatawan lokal yang berasal dari daerah sekitar Pangandaran
- b. Wisatawan lokal yang berasal dari kota-kota besar di Pulau Jawa
- c. Wisatawan mancanegara yang berasal dari negara-negara tetangga

3. Psikografis

- a. Memiliki hobi *travelling*
- b. Pencinta alam
- c. Suka mengadakan liburan keluarga
- d. Senang mengabadikan foto

3. When (kapan)

Proses pengumpulan data yang dilakukan pada tanggal 28 Februari 2021 dan perancangan dimulai dari tanggal 10 Maret 2021.

4. Where (dimana)

Destinasi wisata pantai Madasari yang berada di Desa Masawah, Kecamatan Cimerak, Kabupaten Pangandaran, Jawa Barat.

5. Why (kenapa)

Untuk mengembangkan potensi wisata pantai Madasari menjadi wisata yang dapat memajukan pariwisata Indonesia serta memakmurkan masyarakat sekitarnya.

6. How (bagaimana)

Dengan merancang identitas visual wisata pantai Madasari agar dapat merepresentasikan citra yang dimiliki, serta media promosi untuk menarik minat wisatawan lebih luas.

1.4 Tujuan Perancangan

Tujuan dari perancangan ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk memberikan info jelas mengenai wisata pantai Madasari melalui identitas visual kepada wisatawan.
2. Untuk menarik wisatawan lebih luas dengan media promosi.

1.5 Cara Pengumpulan Data dan Analisis

1.5.1 Pengumpulan Data

1.5.1.1 Observasi

Observasi adalah dasar dari semua ilmu pengetahuan (Nasution, 2016:310). Observasi yang akan dilakukan dalam perancangan ini yaitu observasi pasif. Observasi pasif yaitu mengamati dan memahami segala aspek kegiatan maupun tempat dan mengumpulkannya ke dalam data tanpa ikut terlibat segala kegiatan yang ada. Observasi akan dilakukan dengan mengamati kegiatan yang berada di pantai Madasari, seperti wisatawan yang datang pada pantai Madasari, pengusaha lokal, hingga pengurus pantai Madasari.

1.5.1.2 Wawancara

Wawancara adalah pertemuan dua orang untuk saling bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga pemaknaan dapat terkonstruksi dalam suatu topik tertentu (Sugiyono, 2016:317). Proses tanya jawab yang melibatkan 3 orang ahli atau lebih secara tatap muka menukar informasi dan ide yang nantinya dijadikan ke dalam suatu pengumpulan data. Data yang didapatkan dari narasumber akan lebih akurat. Narasumber yang akan diwawancara yaitu berupa Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Pangandaran,

pengurus destinasi wisata pantai Madasari, dan Desainer yang memiliki kompetensi di bidang *branding*.

1.5.1.3 Studi Pustaka

Studi pustaka dilakukan dengan cara melakukan studi berupa literatur agar mendapatkan data-data yang dapat mendukung data lainnya agar lebih akurat. Pengumpulan data dengan metode studi pustaka didapat dari buku-buku maupun situs-situs yang berkaitan. Studi pustaka yang akan diangkat berupa buku literatur ataupun artikel yang mengulas tentang identitas visual.

1.5.1.4 Kuesioner

Kuesioner adalah metode dalam pengumpulan data yang memungkinkan mempelajari sikap-sikap, keyakinan, perilaku, dan karakteristik beberapa orang utama di dalam organisasi yang bisa terpengaruh oleh sistem yang diajukan atau oleh sistem yang sudah ada. Di dalam kuesioner, terdapat beberapa pertanyaan mengenai individu maupun topik yang diangkat. Kuesioner dilakukan melalui format link *Google Form* yang disebarluaskan. Kuesioner akan disebarluaskan kepada masyarakat dengan deskripsi yang sesuai dengan target pasar. Kuesioner ini dilakukan untuk mencari tahu apa yang masyarakat ketahui tentang pantai Madasari dan visual apa yang cocok untuk identitas visual destinasi wisata pantai Madasari.

1.5.2 Analisis Data

Untuk menganalisis data yang terkumpul dalam perancangan ini, penulis menggunakan 4 analisis data, yang diantaranya yaitu:

1.5.2.1 Analisis Data Hasil Kuesioner

Salah satu metode pengumpulan data berupa kuesioner dianalisis dengan menyebarkan kuesioner dalam rentang waktu tertentu dan dianalisis satu per satu lalu diambil kesimpulan secara garis besar dari suatu topik. Kuesioner akan disebarluaskan kepada masyarakat atau sampel dari suatu kelompok yang memiliki

deskripsi yang sama seperti yang dideskripsikan pada target masyarakat pada perancangan ini.

1.5.2.2 Analisis Data Hasil Wawancara

Wawancara yang telah dilakukan dengan 3 orang atau lebih kemudian dijabarkan dengan menuangkannya ke dalam kalimat secara satu per satu yang akan dianalisis dan mendapatkan data dari narasumber yang telah diwawancara.

Wawancara yang dikumpulkan berupa dari para ahli maupun yang berperan dalam perancangan ini.

1.5.2.3 Analisis Data SWOT

Untuk menganalisis data yang terkumpul dalam perancangan ini, penulis menggunakan analisa data dengan analisis SWOT. SWOT merupakan kepanjangan dari *Strength* (Kekuatan), *Weakness* (Kelemahan), *Opportunity* (Peluang), dan *Threat* (Ancaman).

1.5.2.4 Analisis Data AISAS

Analisis ini bertujuan agar dapat mengetahui perilaku wisatawan terhadap suatu produk. Analisis ini memiliki sasaran yang sangat efektif sehingga *output* yang dikeluarkan dari hasil analisis ini tepat sesuai sasaran. AISAS sendiri memiliki kepanjangan dari A (*Attention*/Perhatian), I (*Interest*/Tertarik), S (*Search*/Mencari), A (*Action*/Tindakan), dan S (*Share*/Berbagi).

1.5.2.5 Analisis Matriks Perbandingan

Analisis matriks perbandingan merupakan proses menganalisis suatu data yang terkait dengan identitas visual destinasi wisata kemudian dibandingkan dalam sebuah matriks yang terstruktur. Matriks perbandingan akan membandingkan identitas visual yang dimiliki pantai-pantai lainnya di Indonesia.

1.6 Kerangka Perancangan



Tabel 1 Kerangka Perancangan

1.7 Pembabakan

Penulisan tugas akhir ini disusun berdasarkan sistematika Penulisan yang sudah ditetapkan, berupa:

Bab I: Pendahuluan

Bab ini berisi mengenai Latar Belakang, Permasalahan, Ruang Lingkup, Tujuan, Metode Pengumpulan Data, Analisis Data dan Visual, Kerangka Perancangan, dan Pembabakan pada setiap bab dalam tugas akhir ini.

Bab II: Dasar Pemikiran

Bab ini berisi mengenai penjelasan dari berbagai teori relevan yang akan digunakan sebagai acuan dalam perancangan.

Bab III: Data dan Analisis

Bab ini berisi hasil dari pengumpulan data di lapangan yang nantinya akan dianalisis menggunakan teori untuk mendapatkan kesimpulan berupa konsep ideal yang akan digunakan dalam perancangan

Bab IV: Konsep dan Hasil Perancangan

Bab ini berisi penjelasan mengenai konsep kreatif, konsep komunikasi, konsep media, dan konsep visual. Lalu ditampilkan hasil dari perancangannya seperti sketsa, visual, hingga penerapannya.

Bab V: Penutup

Bab ini berisi kesimpulan atas perancangan yang telah dibuat serta saran terhadap karya yang dihasilkan.