

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dilansir dari kompas.com yang mengutip dari situs Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia menyatakan bahwa majunya Indonesia sangat bergantung kepada kebudayaan daerahnya. Budaya dari setiap daerahnya memiliki perbedaan yang dapat menarik perhatian. Salah satu contoh wisata budaya yang ada di Indonesia yaitu Pasar Kaulinan Menes yang tepatnya berada di Provinsi Banten.

Pada tahun 2018, Dinas Pariwisata Provinsi Banten menambah sebuah sarana sebagai tempat wisata untuk melestarikan kebudayaan daerahnya yaitu Pasar Kaulinan Menes. Pasar ini terletak di Kampung Nanggorak, Desa Alaswangi, Kecamatan Menes, Kabupaten Pandeglang, Banten. Kecamatan Menes merupakan daerah yang cukup strategis karena termasuk ke dalam rute yang sering dilewati oleh wisatawan yang ingin berlibur ke pantai, karena Pandeglang sendiri merupakan kota yang cukup terkenal akan wisata alamnya.



Gambar 1.1 Pasar Kaulinan Menes

Sumber: Kapetiga.com

Pasar Kaulinan Menes merupakan pasar digital yang menjual berbagai macam kuliner khas Banten seperti bubur sop, kue balok khas Pandeglang,

kue apem dan makanan tradisional lainnya. Para pedagang yang menjajakan kuliner khas Banten tersebut, mayoritas berasal dari masyarakat setempat yang berdagang di daerah alun-alun Kecamatan Menes. Pengelola Pasar Kaulinan Menes menyediakan tempat untuk para pedagang berupa tenda yang terbuat dari kayu, bambu dan bahan alam lainnya. Tidak hanya tenda pedagang, hampir keseluruhan fasilitas dibuat menggunakan bahan dari alam.

Setiap minggunya, pasar ini juga mengadakan acara yang menampilkan kesenian silat, rampak bedug, debus dan tarian daerah lainnya. Penampilan kesenian tersebut berasal dari sanggar-sanggar yang ada di Banten terutama Pandeglang. Tidak hanya itu, pasar ini menyediakan fasilitas alat-alat permainan tradisional yang dapat digunakan oleh pengunjung seperti congklak, egrang, jamparing, bebedikab, gatrik, aroan balang, terompa panjang hingga menyediakan lapangan untuk bermain gobak sodor.

Pasar Kaulinan Menes dikelola oleh komunitas Generasi Pesona Indonesia (Genpi) Banten sebagai tempat wisata yang memperkenalkan dan menunjukan banyak kebudayaan daerah Banten. Pasar Kaulinan Menes ini merupakan wisata destinasi digital kedua yang dikelola oleh Genpi Banten. Genpi sendiri merupakan sebuah komunitas dibawah naungan Kementerian Pariwisata. Genpi membantu dalam memperkenalkan, mempromosikan hingga mengelola Pasar Kaulinan Menes melalui media digital.

Pada saat pertama kali dibuka, Pasar Kaulinan Menes memiliki daya tarik yang luar biasa hingga pengunjung yang datang cukup ramai. Kebanyakan dari pengunjung merupakan masyarakat daerah setempat. Untuk masyarakat luas, masih belum banyak yang mengetahui keberadaan Pasar Kaulinan Menes ini. Cukup disayangkan karena Pasar Kaulinan Menes ini dapat jadi pilihan untuk mengisi kegiatan di akhir pekan bersama keluarga dan teman.

Ekonomi dan pariwisata Indonesia melumpuh sejak adanya pandemi Covid-19. Menurut Kartiko (2020) dalam Utami & Kafabih (2021:384) pandemi Covid-19 mempengaruhi sektor pariwisata Indonesia karena para wisatawan luar bahkan yang berasal dari dalam negeri merasa takut dan cemas jika melakukan kunjungan ke suatu tempat. Hal tersebut juga yang

menyebabkan jumlah pengunjung Pasar Kaulinan Menes mengalami penurunan. Promosi tetap dilakukan melalui media sosial namun tidak dapat menaikkan jumlah pengunjung, sampai pada akhirnya Pasar Kaulinan Menes memutuskan untuk ditutup sementara di akhir tahun 2019 hingga waktu yang tidak ditentukan.

Berdasarkan permasalahan diatas, maka hal yang harus dilakukan yaitu membuat pembaharuan konsep baru bagi Pasar Kaulinan Menes sebagai wisata budaya dengan merancang signage dan wayfinding beserta identitas visualnya yang menarik sebagai media informasi bagi pengunjung. Hal tersebut bertujuan agar masyarakat luas terutama daerah Banten dapat mengetahui keberadaan Pasar Kaulinan Menes ini sehingga tempat wisata ini. Dengan beroperasinya kembali, Pasar Kaulinan Menes diharapkan dapat menjadi tempat hingga solusi untuk memperkenalkan dan melestarikan kebudayaan daerah yang akan diteruskan oleh generasi penerus.

1.2 Permasalahan

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka identifikasi masalah dari penelitian ini yaitu:

1. Menurunnya jumlah pengunjung Pasar Kaulinan Menes diakibatkan karena media informasi yang telah digunakan kurang efektif.
2. Masyarakat Banten dan sekitarnya masih banyak yang belum mengetahui lokasi tempat wisata budaya Pasar Kaulinan Menes dikarenakan lokasinya yang masuk kesebuah perkampungan yang cukup jauh dari dari jalan utama.

1.2.2 Rumusan Masalah

Dari permasalahan yang telah diuraikan, maka didapatkan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana cara merancang *environmental graphic design* sebagai media informasi di Pasar Kaulinan Menes?

1.3 Ruang Lingkup

Pada penelitian ini, penulis memiliki batasan ruang lingkup agar menghindari pembahasan dan juga penelitian yang terlalu luas. Adapun ruang lingkup tersebut seperti:

1. Apa

Perancangan *environmental graphic design* bagi Pasar Kaulinan Menes.

2. Siapa

Perancangan ini ditujukan untuk remaja usia 15-18 tahun untuk target primer dan anak-anak usia 9-14 tahun untuk target pasar sekunder.

3. Kapan

Penelitian ini dimulai pada bulan Maret 2022.

4. Dimana

Tempat yang akan dijadikan sebagai objek penelitian yaitu di Pasar Kaulinan Menes yang terletak di Kampung Naggorak, Desa Alaswangi, Kecamatan Menes, Pandeglang, Banten.

5. Mengapa

Pasar Kaulinan Menes yang merupakan sarana pelestarian kebudayaan daerah Banten yang dimana masih banyak masyarakat Banten sendiri yang masih belum mengetahui keberadaan wisata ini. Selain itu wisata budaya ini mengalami penurunan minat pengunjung dan juga didukung dengan adanya pandemi, sehingga berimbas juga pada penutupan sementara Pasar Kaulinan Menes.

6. Bagaimana

Untuk menyelesaikan masalah yang ada, dengan merancang *environmental graphic design* untuk Pasar Kaulinan Menes menjadi suatu cara yang dapat menarik perhatian dan membantu mengarahkan pengunjung ke Pasar Kaulinan Menes saat wisata ini dibuka kembali.

1.4 Tujuan Penelitian

1. Penelitian ini bertujuan untuk mengenalkan Pasar Kaulinan Menes pada masyarakat luas.
2. Perancangan media informasi dilakukan untuk membantu masyarakat Banten dalam menemukan keberadaan Pasar Kaulinan Menes.

1.5 Metode Penelitian

Metode untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Menurut Sugiyono (2008:25) dalam metode kualitatif yang menggunakan data arsip serta wawancara dengan yang ahli, sangat tepat untuk meneliti sebuah perkembangan baik itu pada manusia, alam, mesin, dan yang lainnya. Maka dari itu, metode kualitatif sangat tepat digunakan pada penelitian ini.

1.5.1 Metode Pengumpulan Data

Pada proses pengumpulan data atau informasi menggunakan beberapa teknik guna membantu dalam penelitian yang terstruktur dan baik. Teknik-teknik tersebut yaitu:

1. Observasi

Menurut Sukmadinata (2005) dalam Hardani, dkk (2020:124), observasi merupakan metode dalam memperoleh informasi atau data yang dilakukan dengan meneliti langsung ke lingkungan objek penelitian.

2. Studi Pustaka

Studi pustaka merupakan pengumpulan data utama maupun penunjang dalam penelitian yang berasal dari sumber bacaan yang telah dikumpulkan (Darmalaksana, 2020). Sumber bacaan tersebut dapat menggunakan buku, jurnal, artikel dan lain sebagainya.

3. Wawancara

Wawancara adalah perbincangan yang dilakukan oleh peneliti dan narasumber untuk menggali informasi berdasarkan gagasan,

pengetahuan dan pengalaman dari narasumber yang tidak dapat diteliti secara langsung oleh peneliti (Soewardikoen, 2021:53).

4. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik mengumpulkan data secara luas dan cepat melalui pertanyaan yang diisi oleh responden dengan memilih jawaban yang telah disediakan (Soewardikoen, 2021:60).

1.5.2 Metode Analisis Data

Untuk menganalisis data yang telah didapat, maka diperlukan beberapa cara yaitu seperti:

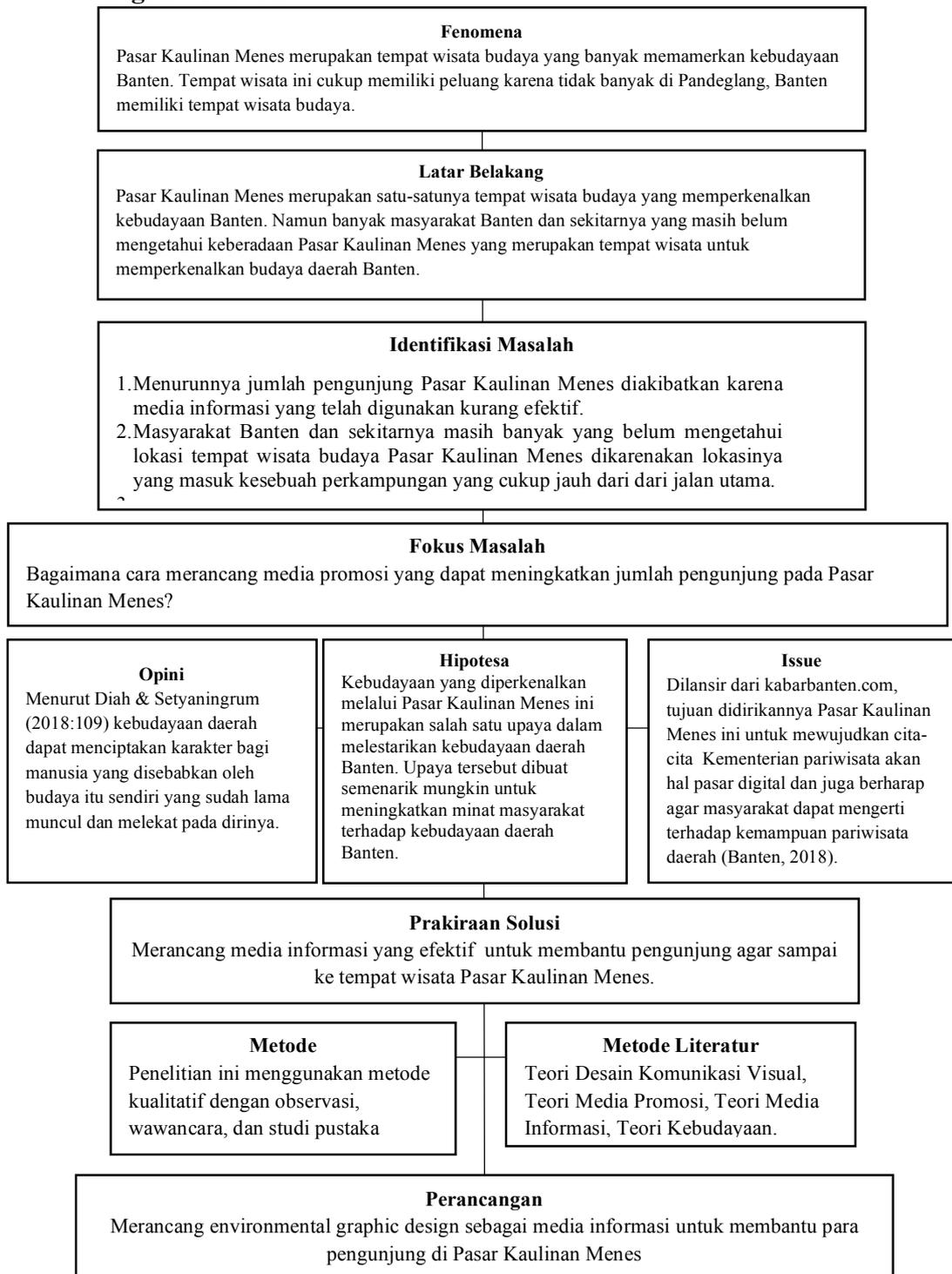
1. Matriks Perbandingan

Analisis matriks merupakan metode untuk mempertimbangkan dua aspek atau sudut pandang berbeda yang sepadan disetiap bagiannya sehingga mempermudah untuk melihat hasil dari perbedaan tersebut (Soewardikoen, 2021).

2. Analisis SWOT

Mempertimbangkan kualitas dari sebuah perusahaan yang terdiri dari kekuatan dan kelemahan, serta peluang dan ancaman perusahaan. SWOT itu sendiri merupakan singkatan dari *strength* (kekuatan), *weakness* (kelemahan), *opportunity* (peluang), dan *threat* (ancaman) (Soewardikoen, 2021).

1.6 Kerangka Penelitian



Gambar 1.2 Kerangka Penelitian

Sumber: Dwi Kartika Millania, 2022.

1.7 Sistematika Penulisan

BAB I: PENDAHULUAN

Pada bab ini berisikan tentang penggambaran penelitian secara umum melalui latar belakang, permasalahan, ruang lingkup, teknik pengumpulan data, kerangka penelitan dan pembabakan pada setiap babnya.

BAB II: KAJIAN PUSTAKA

Bab ini membahas mengenai gagasan materi dari para tokoh yang sudah profesional dibidangnya sehingga teorinya dapat dijadikan sebagai landasan penelitian oleh penulis.

BAB III: DATA DAN ANALISIS

Pada bab ini penulis mengumpulkan data untuk digunakan sebagai panduan dalam membuat konsep perancangan.

BAB IV: KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN

Pada bab ini membahas mengenai konsep dan ilustrasi mengenai rancangan dari hasil penelitian yang akan dibuat. Dibagian ini, terdapat beberapa gambar referensi, sketsa hingga hasil dari rancangan media.

BAB V: PENUTUP

Menyimpulkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan. Selain kesimpulan, ada juga saran yang bertujuan agar penelitian selanjutnya lebih baik dari pada penelitian yang sebelumnya.