

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Sumatra Utara adalah provinsi di Indonesia yang terletak di bagian Utara pulau Sumatra dan juga salah satu provinsi yang memiliki kekayaan alam yang Indah salah satunya Kabupaten Karo dengan kekayaan alam dan keindahan yang dimiliki, tidak sedikit orang yang memanfaatkan berbagai keindahan alam itu sebagai tempat pariwisata.

Sapo Juma merupakan destinasi wisata di puncak perbukitan Tongging, Kabupaten Karo, Sumatera Utara. Sapo Juma menawarkan keindahan hamparan taman bunga dengan pemandangan eksotisme Danau Toba. Di taman rekreasi ini juga menawarkan penginapan berupa homestay dengan suasana asri bagi wisatawan, dikutip dari website *Travelspromo.com* pada 10 September 2021.

Destinasi wisata Sapo Juma memiliki beragam fasilitas salah satunya yaitu: kafe, area untuk berkemah, pondok-pondok, *gazebo*, ayunan dan juga penginapan asri *homestay* di sekitar taman. Ada banyak juga spot untuk foto di setiap sudutnya, dan juga fasilitas yang ada bisa dijadikan objek foto dan juga spot foto bagi para wisatawan yang berkunjung, dan juga pemandangan Danau Toba.

Media promosi adalah salah satu bagian penting yang juga diperlukan untuk meningkatkan ketertarikan pengunjung untuk datang. Sedangkan, Identitas Visual atau Logo adalah salah satu bagian penting yang digunakan sebagai pembeda antara satu dengan lainnya, identitas visual juga dirancang sehingga memiliki arti yang dapat mempresentasikan tempat wisata tersebut.

Sesuai dengan namanya, identitas visual digunakan sebagai identitas atau pengenal dari destinasi wisata Sapo Juma dan juga memberikan kesan karakter yang bisa membuat wisatawan dapat mengenali apa yang ada di tempat wisata tersebut.

Hingga saat ini Sapo Juma belum memiliki identitas, yang dimiliki Sapo Juma saat ini hanya tulisan “Sapo Juma” yang tertera di gerbang masuk destinasi Wisata Sapo Juma. Sapo Juma menggunakan sosial media *Instagram* dan *Facebook* sebagai

tempat untuk memberikan Media Promosi, namun media promosi yang dilakukan oleh Sapo Juma pun belum tersusun dengan baik. Pada *Instagram* dan *Facebook* ada beberapa poster dan mengunggah ulang foto yang di unggah oleh pengunjung Sapo Juma. Dengan potensi yang dimiliki oleh Sapo Juma Media Promosi yang dilakukan masih kurang maksimal dikarenakan dalam wawancara kepada Bapak Honest Karo-Karo jumlah pengunjung yang datang tidak meningkat dengan signifikan setiap Tahunnya. Sapo Juma juga terdaftar di Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Karo sebagai salah satu objek wisata alam namun informasi yang ada dalam situs Dinas Pariwisata dan Kebudayaan tersebut juga hanya berupa foto dan tidak ada keterangan dalam bentuk tulisan.

Dengan adanya identitas visual yang baru, Sapo Juma bisa memberikan kesan baru yang dapat mempresentasikan Sapo Juma. Melihat semakin banyak destinasi wisata yang mulai bermunculan bisa menjadi acuan utama untuk memperbaharui Sapo Juma menjadi tempat yang lebih menarik lagi agar tidak tergantikan dengan destinasi wisata yang lain dan perancangan media promosi yang baru bisa meningkatkan ketertarikan audiens untuk berkunjung.

Dengan cara merancang desain identitas visual yang baru bisa menggambarkan karakteristik dan mempresentasikan arti dari identitas visual tersebut sehingga meningkatkan daya tarik (*interest*) Sapo Juma dan juga memberikan tanda pengenal untuk Sapo Juma sekaligus pembeda dari tempat wisata yang lain dan juga bisa memudahkan Sapo Juma dalam menggunakan Media Promosi yang bisa memicu *brand awareness* kepada wisatawan.

1.2. Permasalahan

1.2.1. Identifikasi Masalah

Berdasarkan fenomena tersebut, masalah diidentifikasi sebagai berikut:

1. Masyarakat ataupun Wisatawan banyak yang belum mengetahui Sapo Juma karena kurang maksimalnya promosi.
2. Belum adanya *brand awareness* dari Sapo Juma karena belum adanya Identitas Visual.

1.2.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang didapatkan maka perumusan masalah yang diperoleh adalah bagaimana merancang identitas visual dan media promosi yang bisa mempresentasikan arti dari destinasi wisata Sapo Juma dan juga memberi *brand awareness* dari Sapo Juma.

1.3. Ruang Lingkup

Agar penelitian ini tidak meluas, peneliti memberi batasan ruang lingkup permasalahan sebagai berikut

1. Apa
Identitas visual Sapo Juma.
2. Siapa
Wisatawan yang menyukai pemandangan alam dari semua kalangan dan umur dari anak-anak hingga dewasa.
3. Dimana
Lokasi penelitian yang dilakukan yaitu di Kabupaten Karo Sumatera Utara.
4. Kapan
Penelitian dan perancangan dilakukan mulai Bulan Oktober 2021.
5. Kenapa
Untuk mengembangkan potensi destinasi wisata Sapo Juma.
6. Bagaimana
Dengan merancang sebuah identitas visual yang dapat mempresentasikan Sapo Juma dan memberikan *brand awareness* kepada wisatawan.

1.4. Tujuan Penelitian

Adapun Tujuan dari Penelitian yang dilakukan ini adalah sebagai berikut:

1. Maksimalkan Media Promosi yang digunakan untuk meningkatkan daya tarik pada Destinasi Wisata Sapo Juma.
2. Memberikan Identitas Visual yang baru dan meningkatkan *brand awareness* untuk Destinasi Wisata Sapo Juma.

1.5. Metode Pengumpulan Data

A. Observasi

Observasi adalah Teknik cara pengumpulan data dengan cara pengamatan suatu objek yang diperlukan dalam penelitian secara teliti dan sistematis yang mendukung proses penelitian. (Yusuf, 2005:132).

Pengamatan dilakukan di dinas pariwisata dan budaya Kabupaten Karo Sumatera Utara, dan masyarakat sekitar kawasan objek wisata.

B. Wawancara

Wawancara adalah teknik cara pengumpulan data menggunakan pertanyaan dengan ruang kosong di bawah tiap pertanyaan. Hasil wawancara ditulis tangan pada ruang kosong tersebut. (Soewardikoen, 2013:32)

Wawancara Dilakukan dilakukan dengan mengajukan pertanyaan ke narasumber diantaranya, narasumber yang memiliki keterlibataban penting dengan destinasi wisata Sapo Juma dan kepada ahli dalam bidang desain.

C. Kuisoner

Kuisoner adalah Teknik cara untuk memperoleh data dalam waktu yang relative singkat karena banyak orang dapat sekaligus dihubungi. Pertanyaan sudah disiapkan terlebih dahulu, diarahkan ke suatu jawaban untuk dikuantifikasi (dihitung). (Soewardikoen. 2013:35).

Kuisoner diberikan pada target audiens yaitu masyarakat yang berada di loka dan juga masyarakat yang berada di luar.

D. Studi Pustaka

Studi Pustaka adalah Teknik cara pengumpulan data dengan membaca sehingga menemukan ide-ide. Buku ditulis sebagai penuangan pemikiran dari penulisnya, dari khayalan dan impian, pemikiran, hasil pengamatan dan penelitian dituangkan dalam

bentuk tulisan. Semakin banyak membaca hasil pemikiran maka semakin luas referensi yang dimiliki oleh peneliti. (Soewardikoen, 2013:35).

Studi pustaka yang dilakukan meliputi pengumpulan data dari sumber atau dokumen pustaka yang berasal dari perusahaan dan data survey yang masih berkaitan dengan objek penelitian yang diperoleh dari website untuk mendapatkan informasi yang berkaitan dengan penyusunan laporan, serta beberapa teori dari beberapa buku yang dapat menunjang analisis objek penelitian.

1.6. Metode Analisis

1. Analisis Matriks SWOT

SWOT dilakukan dengan cara menilai faktor internal dari perusahaan yang terdiri dari strength (kekuatan) dan weakness (kelemahan) juga menilai dari faktor eksternal perusahaan yaitu opportunity (peluang) dan threat (ancaman) (Soewardikoen, 2019:108). SWOT akan digunakan dalam perancangan identitas Visual dan Media Promosi Sapo Juma

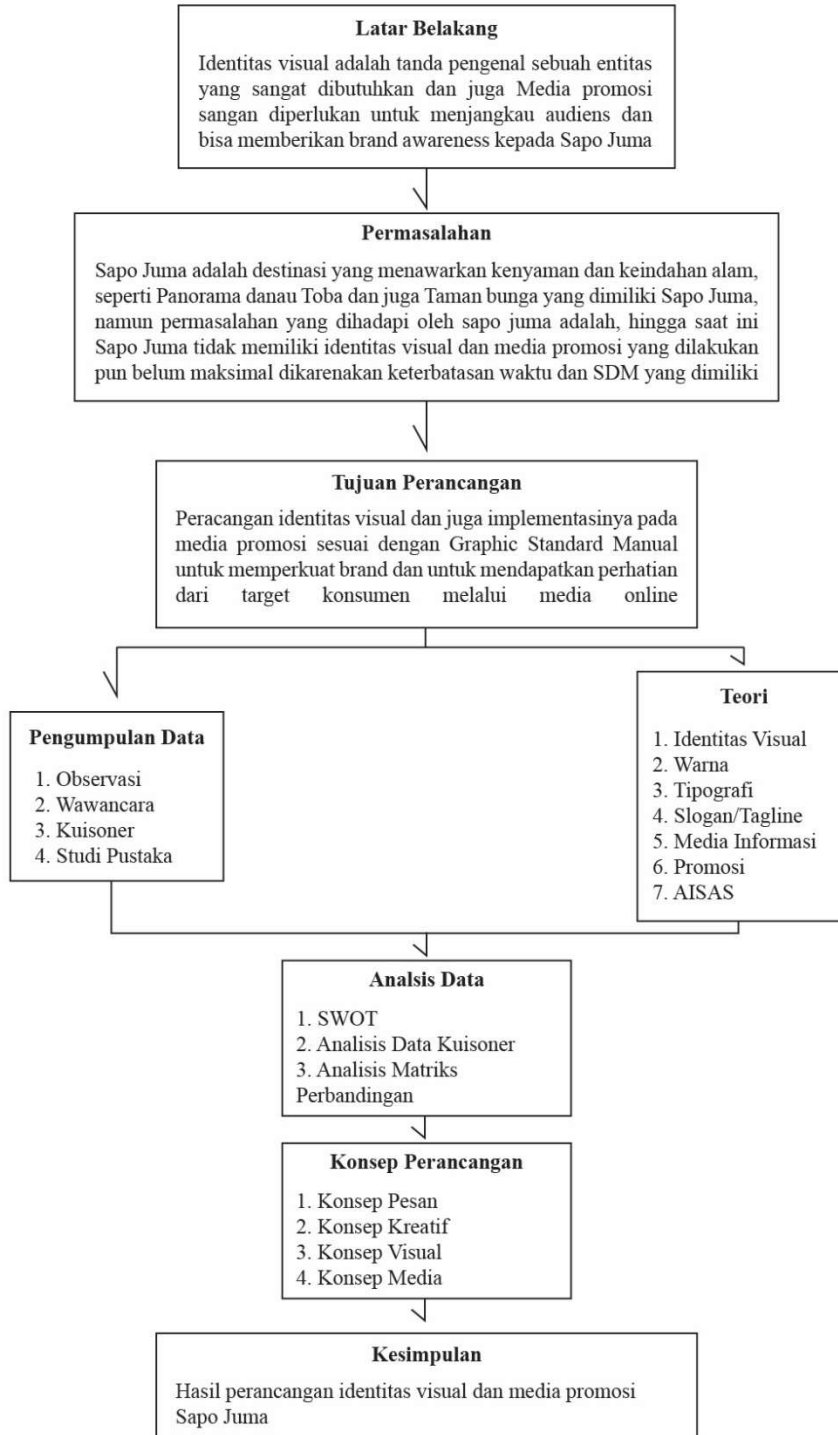
2. Analisis Data Kuisioner

Penulis membuat kuisioner dan disebarluaskan kepada semua orang yang memiliki kesempatan untuk datang ke destinasi wisata Sapo Juma. Dengan adanya kuisioner ini, penulis bisa mendapatkan data yang akurat dari individu yang telah menjawab kuisioner tersebut.

3. Analisis Matriks Perbandingan

Analisis Matriks dengan cara membandingkan karya visual satu dengan yang lainnya dengan cara mensejajarkan dengan teori yang digunakan. Analisis data dalam perancangan ini dilakukan dengan membandingkan data visual dari beberapa logo yaitu Logo Hutan Pinus Rahong, Bantul dan Ranca Upas.

1.7. Kerangka Penelitian



Gambar 1.1 Kerangka Penelitian

(Sumber: Dokumen Pribadi)

1.8. Pembabakan

BAB I Pendahuluan

Bab ini berisikan latar belakang masalah, permasalahan, ruang lingkup, tujuan penelitian, cara pengumpulan data dan analisis, kerangka perancangan identitas visual destinasi wisata Sapu Juma dan juga pmembabakan dari tiap bab dalam penelitian ini.

BAB II Landasan Teori

Bab ini berisikan penjelasan dari teori-teori yang relevan yang digunakan sebagai pijakan atau acuan dalam proses perancangan identitas visual destinasi wisata Sapu Juma di Kabupaten Karo Sumatera Utara

BAB III Data dan Analisis Data

Bab ini berisikan uraian hasil pencarian data secara terstruktur sebagai bukti validasi laporan, seperti aspek visual, wawancara, data kuisioner, analisis konten, analisis visual, serta penarikan kesimpulan data yang terkumpul di Destinasi Wisata Sapu Juma

BAB IV Konsep & Perancangan

Bab ini akan menjelaskan konsep dan juga perancangan dari perannancangan identitas visual dan media promosi Sapu Juma.

BAB V Penutup

Pada Bab ini akan membahas tentang kesimpulan serta saran dari hasil penelitian dan perancangan identitas visual destinasi wisata Sapu Juma di Kabupaten Karo Sumatera Utara.