

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kabupaten Klaten merupakan salah satu dari 35 kabupaten/kota dalam lingkup Pemerintah Provinsi Jawa Tengah yang mempunyai nilai sejarah dan memiliki peranan yang sangat penting dalam proses pertumbuhan di provinsi tersebut. Alasannya adalah letak geografisnya berada di jalur yang sangat strategis karena berbatasan langsung dengan Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) dan Kota Surakarta. Bukan hanya itu saja, terdapat gunung merapi dan gunung merbabu yang sangat dekat dengan wilayah tersebut serta berbagai macam pesona alam yang sangat indah sehingga memunculkan berbagai macam objek wisata yang potensial. Daerah Klaten sendiri memiliki beberapa julukan salah satunya adalah kota 1001 Umbul karena memang banyak terdapat mata air dan masih begitu terjaga kealamiannya yang tersebar ke berbagai wilayah. Umbul merupakan bahasa jawa yang jika diartikan dalam bahasa indonesia berarti mata air.

Mata air sebenarnya merupakan sebuah air yang berada di bawah permukaan tanah tepatnya pada batuan yang bersifat jenuh air atau akuifer yang melewati proses geologi di dalam tanah sehingga air tersebut muncul di atas permukaan tanah. Air yang muncul itulah yang dikenal sebagai mata air. Sebelum menjadi terkenal seperti saat ini, dulunya berbagai umbul yang ada di daerah Klaten digunakan sebagai sarana mencuci pakaian, kendaraan, hingga mandi oleh warga sekitar. Hal ini dikarenakan sumber air yang dihasilkan sangat segar dan bersih karena melalui proses purifikasi alami. Namun karena terdapat nilai daya tarik yang menyimpan potensi wisata, pada akhirnya beberapa objek tersebut dikelola secara serius menjadi destinasi wisata yang patut untuk dikunjungi salah satunya adalah Umbul Sigedang yang berlokasi di kecamatan Polanharjo.

Nama Sigedang diambil dari kata bahasa jawa yaitu ‘gedang’ yang berarti pisang karena konon pada awal mula ditemukan terdapat banyak pohon pisang yang mengelilingi sekitar umbul. Umbul Sigedang memiliki dua mata air, yakni mata air Sigedang dan mata air Kapilaler. Terdapat mitos terkenal yang beredar di masyarakat sekitar bahwa pada zaman dulu area ini merupakan tempat pemandian bagi para putri kerajaan. Maka dari itu, hingga kini kolam tersebut juga masih digunakan warga sekitar untuk mandi pada pagi dan sore hari. Tak jarang terdapat beberapa pengunjung yang memanfaatkan lokasi sebagai tempat ritual yang dilakukan

tiap malam jumat dengan mandi di salah satu mata air yang dianggap sakral. Pada awalnya tempat pemandian dibagi menjadi dua, yaitu pemandian lanang khusus digunakan oleh laki-laki dan pemandian wedok khusus digunakan oleh perempuan. Namun seiring dengan berjalannya waktu, tidak ada lagi batasan yang memisahkan pengunjung untuk memakai tempat pemandian yang dipilih.

Untuk mencapai lokasi, wisatawan perlu masuk melalui kawasan permukiman warga. Hal ini karena letak kolam mata air tersebut memang berada di tengah desa dan dikelilingi oleh rumah-rumah warga. Wisatawan harus melalui jalan menurun untuk bisa sampai ke umbul tersebut. Setibanya di sana, pengunjung tidak hanya dapat menemukan kolam yang begitu jernih dan segar. Namun berbagai keindahan lainnya pun juga dapat turut dinikmati seperti nuansa pemandangan yang begitu asri, penuh dengan pepohonan rindang, dan terdapat Pohon Beringin besar yang dapat dijadikan sebagai spot foto yang unik. Bagian dasar kolam berupa tanah beserta bebatuan dan yang membuat lebih menarik lagi adalah pengunjung dapat merasakan sensasi berendam ditemani oleh beragam ikan yang cantik seperti ikan Koi, Nila, dan ikan hias lainnya. Mata air ini juga dimanfaatkan oleh Perusahaan air minum Aqua untuk memproduksi air kemasan. Banyak pengunjung berpendapat bahwa jika berenang di umbul tersebut sama saja berenang di kolam yang di isi oleh air mineral yang sangat segar.

Namun, letaknya yang berada pada daerah yang kurang terjamah membuat umbul ini menjadi seolah terisolasi dari dunia luar. Akibatnya, umbul yang menawarkan pesona dan daya tarik yang berbeda jika dibandingkan dengan umbul serupa di wilayah lain menjadi tidak se terkenal mereka. Fenomena ini dirasa kurang adil karena tingkat pamor Umbul Sigedang tidak sebanding dengan kualitas pengalaman yang ditawarkan. Hal ini dapat dilihat dari beberapa contoh salah satunya adalah jumlah pengikut sosial media instagram pada bulan Juni 2022 yang memperlihatkan akun instagram @Umbul.Sigedang dengan jumlah pengikut 1.792 lebih sedikit dari akun instagram @umbulmanten dengan 4.435 pengikut, @umbulpelemwaterpark dengan 8.496 pengikut, @newrivermoon dengan 10.700 pengikut, dan @umbulponggok dengan 9.586 pengikut. Permasalahan tersebut menjadi tantangan POKDARWIS (Kelompok Sadar Wisata) selaku unsur masyarakat pariwisata yang berkomitmen untuk membantu pemerintah dalam membangun dan mengembangkan dunia kepariwisataan. Perlu usaha yang efektif dan langkah yang tidak mudah dalam proses pengenalan kepada masyarakat luas khususnya luar kota. Salah satu media promosi yang paling efektif dilakukan pada era saat ini adalah menggunakan media online. Alasannya adalah tingkat jangkauan yang lebih luas dan lebih mudah tepat sasaran. Tentu proses promosi menggunakan media offline juga tak kalah

penting. Kedua instrumen media promosi tersebut perlu dirancang menggunakan strategi yang efektif.

Melihat Fenomena diatas, penulis tertarik untuk menyusun sebuah Tugas Akhir yang berjudul Perancangan Identitas Visual dan Pengaplikasiannya pada Media Promosi Wisata Umbul Sigedang Kabupaten Klaten. Perancangan ini penulis susun untuk membentuk sebuah citra melalui identitas visual yang konsisten selaras dengan media promosi yang akan digunakan.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, dapat di identifikasikan masalahnya sebagai berikut:

1. Akses Lokasi Umbul Sigedang terlalu masuk kedalam pemukiman warga sehingga mengakibatkan pesona keindahan dan daya tarik yang Objek Wisata tersebut tawarkan menjadi kurang terekspos.
2. Tingkat kepopuleran Umbul Sigedang masih rendah jika dibandingkan dengan Objek Wisata Umbul sekitar yang memiliki akses lokasi yang lebih mudah sehingga wisatawan luar kota yang belum mengenal Umbul Sigedang cenderung memilih tujuan sesuai dengan apa yang mereka riset sebelumnya maupun apa yang mereka temukan di sepanjang perjalanan. Hal ini berdampak pada perekonomian daerah setempat dan masyarakat yang turut ikut andil dalam mengelola Umbul tersebut menjadi kurang maksimal.

1.3 Rumusan Masalah

Sesuai dengan identifikasi masalah di atas, penulis dapat menarik rumusan masalah yang ada yaitu Bagaimana cara merancang Identitas Visual Wisata Umbul Sigedang secara konsisten serta media promosi yang akan digunakan sehingga dari rancangan tersebut diharapkan mampu membentuk Citra maupun persepsi agar lebih mudah dikenali oleh masyarakat luas.

1.4 Ruang Lingkup

Untuk menghindari bahasan yang terlalu luas dilakukan pembatasan dengan membuat ruang lingkup agar penelitian berfokus pada hal yang menjadi rumusan masalah penelitian antara lain Perancangan Identitas Visual dan pengaplikasiannya pada Media yang akan digunakan untuk keperluan Promosi Objek Wisata Umbul Sigedang. Penelitian ini difokuskan

kepada Pengunjung dan Masyarakat yang mencari informasi tentang segala macam hal yang berkaitan dan lokasi yang menjadi fokus utama penelitian ada pada Objek Wisata Umbul Sigedang yang terletak di Kecamatan Polanharjo, Kabupaten Klaten, Provinsi Jawa Tengah yang dilaksanakan mulai dari bulan Maret hingga bulan Agustus 2022. Perancangan Identitas Visual dilakukan dengan tujuan agar Objek Wisata Umbul Sigedang lebih mudah dikenali dan dapat dikenal lebih luas menggunakan strategi promosi yang tepat. Diperlukan proses pengumpulan dan analisis data yang diperoleh secara langsung dari lapangan yang hasilnya kemudian dijadikan sebagai landasan dalam proses penciptaan identitas visual dalam media promosi yang akan digunakan.

1.5 Tujuan Perancangan

Dari pernyataan diatas, dapat disimpulkan bahwa tujuan dari Perancangan adalah mampu untuk menciptakan persepsi pada masyarakat sehingga meningkatkan kepopuleran yang diharapkan mampu untuk meningkatkan perekonomian daerah dengan meningkatnya jumlah wisatawan yang berkunjung ke Umbul Sigedang Kabupaten Klaten.

1.6 Metode Pengumpulan dan Analisis Data

Dalam perancangan ini, metode yang akan digunakan merupakan metode campuran/Mix Methods. Metode ini menggabungkan antara metode kualitatif yang menggunakan instrumen wawancara dan observasi dalam pengambilan data untuk mengembangkan konsep sensitivitas pada masalah yang dihadapi, menerangkan realitas yang berkaitan dengan penelusuran teori dari bawah (grounded theory) dan mengembangkan pemahaman akan satu atau lebih dari fenomena yang dihadapi, dikombinasikan dengan Metode Kuantitatif yang menggunakan instrumen Kuesioner dalam pengambilan data untuk menganalisa tingkat efektivitas komunikasi pemasaran Umbul Sigedang baik secara Online maupun Offline.

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

Data yang diperoleh dalam pengerjaan tugas akhir ini menggunakan beberapa metode pengumpulan sebagai berikut :

1. Metode Observasi

Observasi adalah bagian dalam pengumpulan data yang berarti mengumpulkan data dengan melakukan pengamatan secara langsung dari lapangan. Proses ini dimulai dengan mengidentifikasi tempat yang hendak diteliti. Dilakukan peninjauan secara

langsung pada objek penelitian yang bersangkutan yaitu Umbul Sigedang yang terletak di Kecamatan Polanharjo, Kabupaten Klaten. Peninjauan ini mencakup objek lokasi penelitian, kegiatan pengunjung, serta proses edukasi yang dilakukan. Sementara, teknik dokumentasi dilakukan langsung selama proses observasi untuk memperoleh data informasi terdahulu dari pihak perusahaan seperti logo, stationery, leaflet, poster, billboard, dan objek visual lainnya. Tujuannya untuk mengetahui seberapa jauh keserasian objek visual dengan target konsumen serta efektifitas media promosi yang telah dilakukan oleh perusahaan. Menurut Hadi Sutrisno (1992), sebagai metode ilmiah, observasi merupakan pengamatan dan pencatatan yang dilakukan secara sistematis terhadap suatu gejala yang diselidiki. Shaughnessy dan Zechmeister (1994) juga mengemukakan bahwa observasi ilmiah dilakukan pada kondisi yang sudah didefinisikan secara tepat, dengan cara sistematis dan objektif, serta pelaksanaan pencatatannya dilakukan dengan hati-hati.

2. Metode Wawancara

Wawancara merupakan salah satu dari beberapa teknik dalam mengumpulkan informasi atau data. Wawancara merupakan metode yang pertama digunakan dibandingkan alat lain dalam penelitian (Fandi, 2016:2). Jenis wawancara yang dilakukan adalah wawancara mendalam/tidak terstruktur, seperti yang dikutip dalam buku Metodologi Penelitian Visual (Soewardikoen, 2013 : 22) mengatakan wawancara tidak terstruktur menghasilkan data paling kaya, dan sering mengungkapkan bukti yang mengejutkan. Wawancara dilakukan terhadap Kepala Desa Ponggok, Penanggung Jawab Umbul Sigedang, serta Masyarakat yang ikut andil dalam pelayanan jasa wisatawan pada destinasi wisata setempat. Tujuannya adalah untuk mendapatkan informasi-informasi yang dibutuhkan untuk memecahkan permasalahan yang tepat dan sesuai dengan fakta yang ada di lapangan serta data umum yang dimiliki pihak terkait.

3. Metode Kuesioner

Kuesioner atau daftar pertanyaan merupakan sebuah set pertanyaan yang disusun secara logis berhubungan dengan masalah maupun fenomena dalam penelitian. Tiap jawaban yang diberikan oleh responden mengandung nilai dan makna dalam menguji sebuah hipotesis. Metode ini menjadi salah satu instrumen yang digunakan untuk memperoleh data pada suatu penelitian. Proses pelaksanaan pencarian data dilakukan dengan menyebarkan Kuesioner kepada 80 pengunjung yang berada di

Umbul Sigedang. Tujuannya adalah untuk mengetahui tingkat pengetahuan responden terkait Objek Wisata Umbul Sigedang.

4. Metode Studi Pustaka

Studi pustaka umumnya adalah sumber sekunder, dalam arti bahwa peneliti memperoleh bahan dari tangan kedua dan bukan data orisinil dari tangan pertama di lapangan. Studi pustaka adalah teknik pengumpulan data dengan mengadakan studi penelaahan terhadap buku-buku, literatur-literatur, catatan-catatan, dan laporan-laporan yang ada hubungannya dengan masalah yang dipecahkan. (M. Nazir, 1988 : 111) Studi pustaka dilakukan melalui berbagai sumber buku, jurnal, artikel, dan internet yang berkaitan dengan sejarah perusahaan, identitas visual objek wisata, promosi kepariwisataan, serta teori lainnya yang berkaitan dengan Desain Komunikasi Visual.

1.6.2 Metode Analisis Data

Dalam perancangan ini, penulis menggunakan metode analisis yang dibagi menjadi dua bagian antara lain:

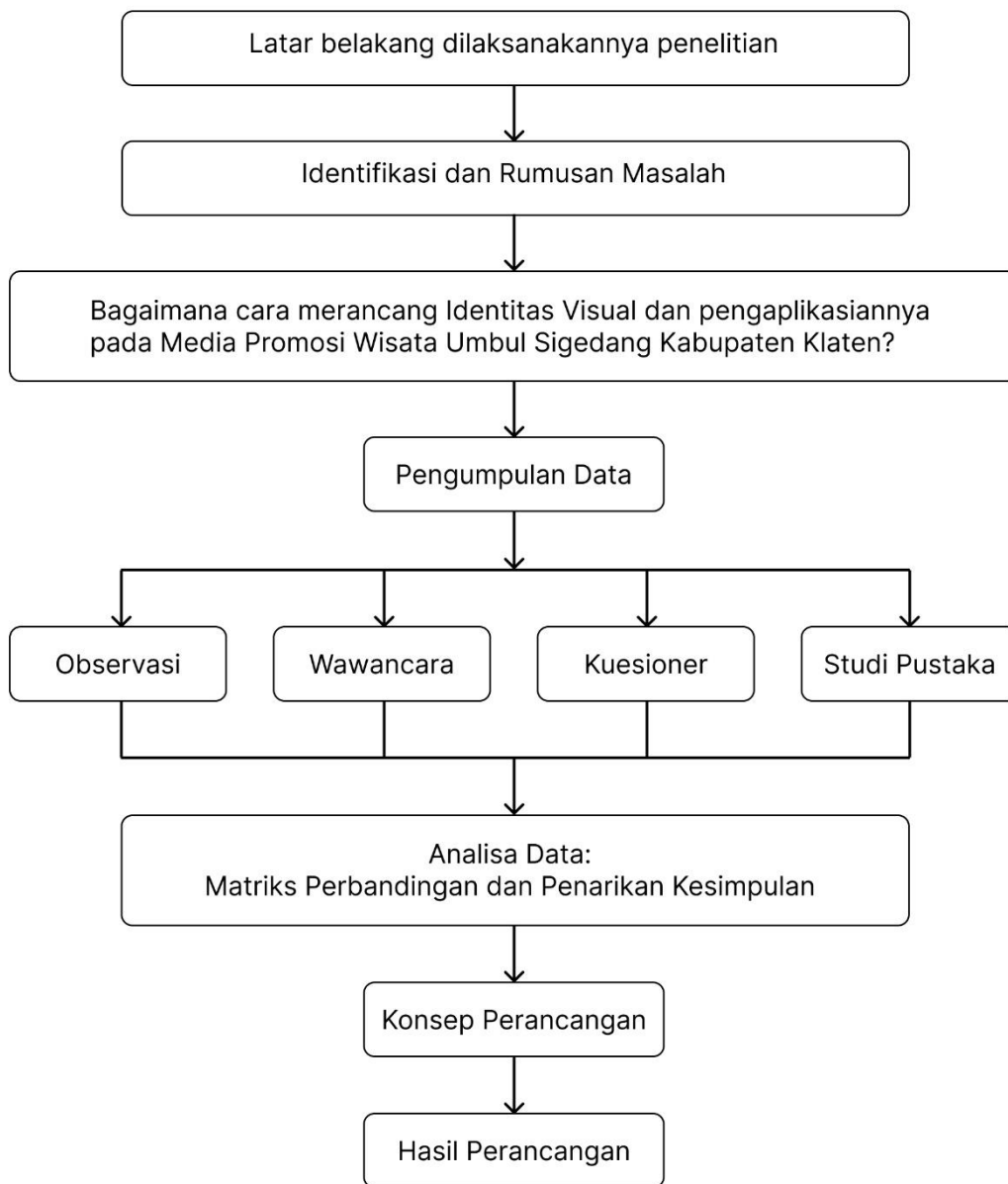
1. Perbandingan Matriks

Perbandingan Matriks merupakan sebuah metode analisa data yang terdiri dari kolom dan baris yang masing-masing mewakili dimensi yang berbeda yang dapat berupa konsep maupun kumpulan informasi. Matriks sering digunakan untuk menyampaikan sejumlah besar informasi dalam bentuk ruang yang padat. Matriks merupakan alat yang rapi baik bagi dalam pengelolaan informasi maupun analisis (Rohidi, 2011:247).

2. Penarikan Kesimpulan

Upaya penarikan kesimpulan dilakukan secara terus menerus selama berada di lapangan. Dari permulaan pengumpulan data, mulai mencari arti benda-benda, mencatat keteraturan pola-pola (dalam catatan teori), penjelasan-penjelasan, konfigurasi-konfigurasi yang mungkin, alur sebab akibat, dan proposisi. Kesimpulan-kesimpulan ini ditangani secara longgar, tetap terbuka, dan skeptis, tetapi kesimpulan sudah disediakan. Mula-mula belum jelas, namun kemudian meningkat menjadi lebih rinci dan mengakar dengan kokoh.

1.7 Kerangka Perancangan



Gambar 1.1 Kerangka Perancangan
Sumber : rancangan pribadi

1.8 Pembabakan

BAB 1 akan menjelaskan mengenai latar belakang fenomena yang terjadi pada Umbul Sikedang Kabupaten Klaten beserta tujuan, ruang lingkup, penelitian, cara mengumpulkan data dan metode analisis yang digunakan, serta kerangka perancangan.

BAB 2 menjelaskan teori yang relevan dengan topic masalah serta objek penelitian yang diangkat seperti teori perancangan, strategi, visual identity, destination branding, hingga media

promosi. Selain itu terdapat pula kerangka pemikiran dan asumsi dalam penelitian yang digunakan sebagai landasan perancangan identitas visual dan media promosi.

BAB 3 merupakan sajian data serta menjabarkan hasil analisis data dari proses wawancara, observasi, dan studi pustaka.

BAB 4 menguraikan strategi yang digunakan dalam merancang Identitas Visual dan Media Promosi.

BAB 5 sebagai penutup berisi kesimpulan dan saran pada waktu sidang.