

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Sektor pariwisata di Indonesia termasuk sektor penting dalam membangun perekonomian. Berdasarkan data yang dimuat pada laman situs resmi Kominfo, pariwisata memiliki posisi yang strategis dalam meningkatkan devisa negara. Indonesia terkenal dengan kekayaan dan keindahan alamnya. Namun sejatinya pariwisata bukan hanya berbasis situs seperti destinasi wisata alam dan rekreasi. Terdapat pariwisata berbasis peristiwa (*event*) yang di Indonesia dikenal sebagai kegiatan konser, festival, pameran, pagelaran seni budaya, dan sebagainya.

Pada era perkembangan teknologi saat ini, jaringan internet semakin meluas dan fasilitas-fasilitas yang semakin canggih di Indonesia, membuat banyak sektor mulai melebarkan media ke media digital. Salah satunya adalah sektor pariwisata. Terdapat istilah pariwisata digital atau *digital tourism* yang merupakan upaya pengelolaan dan pemasaran sektor pariwisata dengan memanfaatkan media digital. Hal ini seperti melakukan promosi secara *online* di media sosial dan juga melakukan kegiatan pariwisata itu sendiri secara *online* atau terhubung dalam jaringan internet. Salah satu contoh kegiatan pariwisata digital adalah pariwisata berbasis *event* yang diselenggarakan saat pandemi Covid-19, dimana saat itu keadaan tidak memungkinkan untuk melakukan kegiatan tatap muka dikeramaian.



Gambar 1.1 Poster Kegiatan *Talk Show Online*

(Sumber: cnbcindonesia.com)



Gambar 1.2 Kegiatan *Talk Show Online*

(Sumber: youtube.com)

Walaupun pandemi Covid-19 sudah berakhir, namun tidak menyurutkan perkembangan teknologi digital dan juga aktivitas menggunakan internet, dalam hal ini pariwisata digital. Bahkan semakin gencar penggunaan media digital untuk mempromosikan pariwisata. Oleh karena itu, sebagai negara dengan potensi pariwisata yang melimpah, baik pariwisata berbasis situs maupun peristiwa (*event*), perlu menyiapkan sumber daya manusia kita agar sektor ini dapat dikelola oleh negara kita sendiri. Salah satu upayanya adalah dengan menyelenggarakan pendidikan pada bidang pariwisata. Saat ini sudah banyak instansi pendidikan dengan latar belakang pariwisata di Indonesia, seperti Sekolah Tinggi Pariwisata, Politeknik Pariwisata, Akademi Pariwisata, dan lain-

lain. Meninjau dari instansi pendidikan pariwisata yang sudah ada di Indonesia saat ini, mereka lebih fokus pada pariwisata berbasis situs seperti wisata alam, perhotelan, restoran, dan *hospitality*. Pendidikan pariwisata saat ini juga lebih mempelajari praktik daripada teori karena institusi pendidikannya berbentuk diploma. Salah satunya adalah Akademi Pariwisata Bunda Mulia yang lebih fokus mempelajari pengelolaan bisnis perhotelan dan restoran.

Pendidikan pariwisata berbasis peristiwa (*event*) dan pariwisata digital masih kurang dipelajari secara spesifik dan mendalam di Indonesia. Padahal pendidikan dibidang ini cukup penting karena mencakup bagaimana mengelola keberlangsungan bisnis pariwisata, baik situs maupun peristiwa, dan diimbangi dengan perkembangan teknologi. Oleh karena itu, pariwisata berbasis peristiwa dan pariwisata digital ini juga bisa menjadi peluang bisnis pada sektor pendidikan.

Dari fenomena mengenai pendidikan pariwisata di Indonesia tersebut, Universitas Telkom melalui Fakultas Ekonomi Bisnis melihat sebuah potensi atau peluang yang bisa dikembangkan dengan membuka program studi baru yaitu S1 Manajemen Bisnis Rekreasi atau *Leisure Management*. Pengesahan program studi ini ditandai dengan Surat Keputusan Menteri Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi Republik Indonesia, Nomor 845/E/O/2022. Program studi ini didirikan atas dasar memenuhi kebutuhan di industri pariwisata, dimana saat ini untuk institusi pendidikan pariwisata dan rekreasi belum ada yang secara khusus mempelajari tentang manajerial dan keilmuan *leisure*. Program studi ini melengkapi program-program studi dibidang pariwisata yang sudah ada sebelumnya, seperti Perhotelan dan Pariwisata.

Program studi S1 Manajemen Bisnis Rekreasi berbeda dengan program studi lain dibidang pariwisata ditinjau dari kurikulum pelajaran serta profil lulusan yang diinginkan. Pada program studi ini, mahasiswa diarahkan agar memiliki jiwa kewirausahaan dengan memanfaatkan perkembangan internet dan

teknologi digital yang semakin pesat saat ini. Hal ini selaras dengan salah satu misi dari Universitas Telkom yaitu menyelenggarakan dan mengembangkan pendidikan berstandar internasional yang berbasis ICT atau teknologi informasi dengan memanfaatkan teknologi, sains, dan seni. S1 Manajemen Bisnis Rekreasi memiliki 2 fokus peminatan yaitu *Leisure Specialist* dan *Event Management*. Hal yang menarik dari program studi ini selain menjadi gebrakan baru dalam dunia pendidikan pariwisata adalah mata kuliah yang diselenggarakan, dimana pada peminatan *event management* akan mempelajari mengenai *game* dan *E-Sport*. Dunia *game* dan *E-Sport* saat ini banyak menarik minat anak-anak hingga dewasa muda karena sedang naik daun, didukung oleh perkembangan teknologi dan juga internet. Hal ini membuat program studi Manajemen Bisnis Rekreasi melihat adanya peluang bisnis yang dapat dikembangkan.

Program studi S1 Manajemen Bisnis Rekreasi baru memulai kegiatan belajar mengajar pada tahun 2022. Hal ini menyebabkan program studi ini belum memiliki ciri khas atau karakter yang dapat dilihat secara visual. Padahal hal ini berperan sangat penting sebagai media pengenalan sebuah objek. Hakikatnya segala objek memiliki ciri khas, karakter, serta sifat yang berbeda antar satu dengan yang lainnya atau biasa kita sebut identitas. Dengan identitas yang jelas, seseorang atau objek dapat dikenali dengan baik. Sebaliknya, identitas yang samar, tidak jelas, akan mengakibatkan tidak dikenalnya objek bahkan bisa sampai ditinggalkan atau dilupakan. Identitas berperan sangat penting bagi citra dari suatu objek. Semakin baik identitasnya, maka akan semakin baik pula citra objek tersebut. Manusia, hewan, tumbuhan, benda mati, hingga instansi harus memiliki identitas. Selain memiliki nama, suatu objek juga harus memiliki karakter sehingga bisa dibedakan antara satu dengan yang lain. Sebagai contoh sebuah instansi, walaupun sudah memiliki nama, ia juga butuh identitas lain seperti tujuan instansi, visi dan misi, ruang lingkupnya, serta identitas secara visual. Identitas-identitas dari sebuah instansi atau perusahaan ini biasa dikenal dengan *corporate identity*.

Corporate identity yaitu identitas yang dimiliki sebuah perusahaan atau instansi. Tanpa adanya identitas perusahaan, *audience* akan sulit membedakan perusahaan satu dengan yang lainnya. Selain itu, dengan identitas perusahaan dapat membantu untuk meningkatkan kesadaran *audience* serta membantu dalam proses promosi bagi perusahaan itu sendiri. *Corporate identity* harus mencerminkan *value*, karakter, dan selaras dengan pemasaran perusahaan (Mahdi dan Foroudi, 2022: 1, 20, 25, 45).

Sejalan dengan teori di atas, instansi pendidikan S1 Manajemen Bisnis Rekreasi atau *Leisure Management* belum memiliki rancangan identitas visual yang mencerminkan *value* yang ingin mereka tampilkan. Konsep dan karakteristik desain yang dapat mempengaruhi citra program studi (Mahdi dan Foroudi, 2022: 52) serta menjadi acuan dalam perancangan identitas visual juga belum ada, akibatnya pengenalan program studi ini ke masyarakat khususnya calon mahasiswa hanya sebatas definisi program studi dan gambaran mata kuliah yang akan dipelajari. Berdasarkan penelusuran pada tanggal 10 Desember 2022, pada situs web Fakultas Ekonomi dan Bisnis dan situs web penerimaan mahasiswa baru Universitas Telkom, program studi S1 Manajemen Bisnis Rekreasi hanya sebatas informasi nama program studi saja. Hal ini membuat program studi ini kurang menarik perhatian masyarakat, khususnya calon mahasiswa baru.

Dari pemaparan fenomena diatas, maka perlu adanya perancangan identitas visual untuk program studi S1 Manajemen Bisnis Rekreasi yang sesuai dengan *value* yang ingin ditampilkan. Hal ini karena identitas visual harus dimiliki oleh setiap instansi untuk menampilkan citra program studi dan memberikan pembeda dengan instansi lain secara visual.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana konsep desain yang sesuai dengan *value* studi S1 Manajemen Bisnis Rekreasi Universitas Telkom untuk digunakan dalam perancangan identitas visual agar program studi ini memiliki identitas visual yang dapat mempermudah proses pengenalan program

studi serta menarik minat calon mahasiswa baru untuk bergabung ke program studi ini.

1.2 Permasalahan

1.2.1 Identifikasi Masalah

Adapun identifikasi masalah dari latar belakang yang dipaparkan pada penelitian ini adalah:

1. Belum adanya rancangan visual *corporate identity* untuk program studi S1 Manajemen Bisnis Rekreasi Universitas Telkom
2. Minimnya informasi mengenai program studi S1 Manajemen Bisnis Rekreasi Universitas Telkom

1.2.2 Rumusan Masalah

Bagaimana konsep perancangan *corporate identity* program studi S1 Manajemen Bisnis Rekreasi Universitas Telkom sebagai identitas visual serta penunjang proses penyebaran informasi program studi?

1.3 Ruang Lingkup

Pembatasan masalah dilakukan agar penelitian ini dapat terfokuskan dengan baik. Pembatasan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. *What* (apa)
Objek perancangan adalah *corporate identity* jenis *corporate visual*
2. *Who* (siapa)
Penelitian ini ditujukan untuk masyarakat khususnya calon mahasiswa baru
3. *When* (kapan)
Penelitian dilakukan mulai bulan Oktober 2022
4. *Why* (mengapa)

Penelitian ini dilakukan karena tidak adanya identitas visual serta kurangnya informasi dari program studi S1 Manajemen Bisnis Rekreasi

5. *Where* (dimana)

Penelitian dilakukan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Telkom

6. *How* (bagaimana)

Melalui perancangan *corporate identity*, program studi S1 Manajemen Bisnis Rekreasi memiliki identitas visual yang bisa digunakan dan dikembangkan untuk proses pengenalan serta pemasaran program studi

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Membuat rancangan visual *corporate identity* program studi S1 Manajemen Bisnis Rekreasi Universitas Telkom
2. Menyediakan media informasi untuk penyebar luasan informasi program studi S1 Manajemen Bisnis Rekreasi Universitas Telkom

1.5 Pengumpulan Data dan Analisis

1.5.1 Pengumpulan Data

Pada tahap pengumpulan data, penelitian ini menggunakan metode observasi, wawancara, dan studi pustaka sehingga penelitian ini merupakan penelitian dengan metode kualitatif, yaitu penelitian yang dilakukan dengan mengumpulkan, menafsirkan, serta menganalisis data yang diperoleh dari hasil pengamatan (Corbin dan Strauss, 2015: 26).

1. Observasi

Pada penelitian ini observasi dilakukan dengan menganalisis *value* yang ingin ditampilkan, visi dan misi, tujuan, serta profil lulusan dari program studi ini dan menganalisis instansi pendidikan dibidang pariwisata lainnya.

2. Wawancara

Pada tahap wawancara, kegiatan yang dilakukan yaitu sesi tanya-jawab dengan pihak Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Admisi Nasional SMB Universitas Telkom, serta pengamat dan praktisi logo.

3. Studi Pustaka

Studi pustaka dilakukan dengan mengumpulkan data dari buku serta jurnal yang berkaitan dengan topik *corporate identity*. Selain itu juga buku serta jurnal yang menguatkan data fenomena mengenai pariwisata dan pendidikan pariwisata di Indonesia. Dari tahapan ini diperoleh informasi yang dapat membantu penyusunan laporan dalam hal teknis serta diperoleh teori-teori yang dapat menunjang proses perancangan.

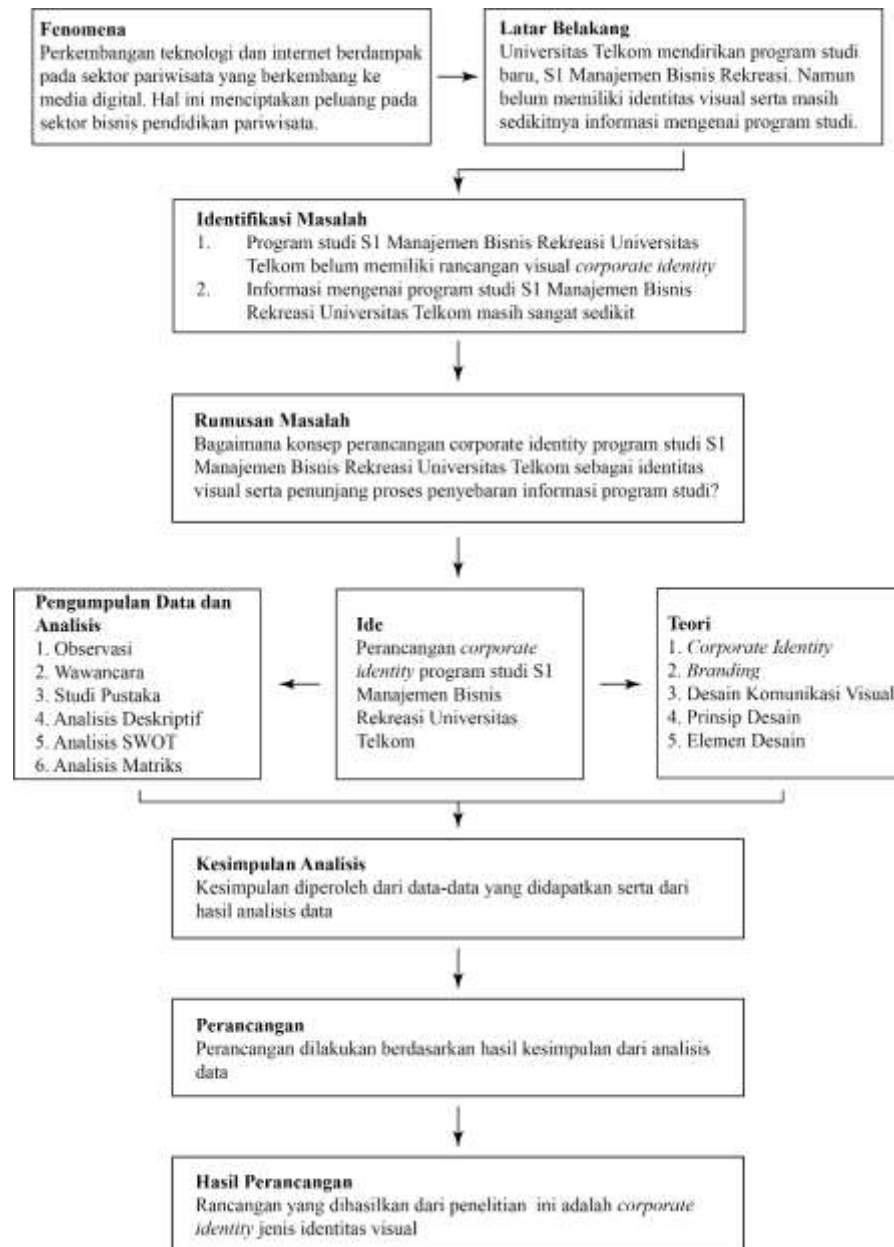
1.5.2 Analisis

Metode yang dilakukan untuk menganalisis data pada penelitian ini adalah analisis deskriptif, analisis matriks, analisis SWOT. Analisis deskriptif yaitu analisis yang dilakukan dengan mengumpulkan data yang sesuai dengan keadaan sebenarnya dan sejalan dengan topik penelitian. Analisis matriks, menganalisis dengan cara membandingkan objek penelitian (Soewardikoen, 2021: 111). Sedangkan analisis SWOT merupakan analisis berbentuk matriks yang biasanya bertujuan untuk menilai sebuah perusahaan atau instansi (Soewardikoen, 2021: 114).

Pada analisis deskriptif dilakukan pengumpulan data yang diperlukan untuk mendukung penelitian agar dapat mendeskripsikan masalah yang ada. Analisis matriks dilakukan dengan melakukan analisis visual, membedah dan mengartikan gambar berdasarkan unsur-unsur desain (Soewardikoen, 2021: 89) atau membandingkan beberapa objek visual penelitian dengan faktor pembanding berdasar kepada landasan teori. Sedangkan pada analisis SWOT, analisis dilakukan membuat matriks faktor internal, *Strength* dan *Weakness* di sisi horizontal, serta faktor eksternal, *Opportunity* dan *Threat* di sisi vertikal,

kemudian menghasilkan empat kotak hasil campuran faktor internal dan eksternal (Soewardikoen, 2021: 115).

1.6 Kerangka Pemikiran



Gambar 1.3 Kerangka Penelitian
(Sumber: Syahma Kamilia Rahma, 2023)

1.7 Kerangka Penulisan

1. BAB I Pendahuluan

Memuat informasi mengenai latar belakang permasalahan yang memaparkan tentang fenomena yang terjadi yaitu adanya program studi baru di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Telkom yang belum memiliki identitas visual. Berdasarkan latar belakang tersebut dirumuskan identifikasi masalah, rumusan masalah, ruang lingkup penelitian, tujuan, serta cara pengumpulan data.

2. BAB II Landasan Teori

Memuat teori-teori yang menjadi penunjang untuk memecahkan masalah yang telah disampaikan di Bab I. Teori yang akan dicantumkan antara lain teori *corporate identity*, prinsip-prinsip desain, serta elemen-elemen dalam perancangan. Bab ini ditutup dengan kerangka teori.

3. BAB III Data dan Analisis

Berisi data pemberi proyek, objek yang akan dirancang, khalayak sasaran, serta data-data yang dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dan studi pustaka. Dilanjutkan dengan analisis data dengan berlandaskan kepada teori-teori pada Bab II, kemudian dilakukan penarikan kesimpulan.

4. BAB IV Konsep dan Hasil Perancangan

Berisi konsep yang menjadi ide besar dari penelitian, pendekatan, media, serta konsep bisnis yang digunakan. Bab ini ditutup dengan pemaparan hasil perancangan yang terdiri dari sketsa hingga penerapan visualnya pada media.

5. BAB V Penutup

Memuat kesimpulan dari seluruh bab penelitian dan saran.