

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Pariwisata merupakan salah satu sektor ekonomi yang paling penting dan dinamis di Indonesia. Pariwisata memiliki posisi yang strategis dalam peningkatan devisa bagi negara. Pada beberapa tahun yang lalu, industri pariwisata Indonesia mampu menyumbangkan sekitar \$10 miliar devisa negara. Posisi tersebut menjadikan pendapatan negara terbanyak nomor dua setelah minyak dan gas. Pariwisata merupakan sektor jasa yang berbasis kreatif, dapat berupa transportasi, akomodasi, hingga kegiatan rekreasi. Sehingga, peran dari industri perjalanan wisata dalam pariwisata Indonesia adalah sebagai perantara antara wisatawan dan penyedia layanan pariwisata, berdasarkan data yang diperoleh dari Kominfo (2022).

Bali merupakan salah satu daerah di Indonesia yang menjadi penyumbang devisa negara terbesar untuk pariwisata Indonesia. Dinas Pariwisata Kota Denpasar menyatakan jumlah agen perjalanan wisata di Kota Denpasar pada tahun 2022 mencapai 289 usaha. Keberadaan agen perjalanan wisata tersebut menjadi hal yang penting bagi industri pariwisata. Beberapa contoh pentingnya industri jasa perjalanan wisata adalah kontribusinya pada pariwisata yaitu dengan menyediakan perjalanan yang menarik dan layanan yang berkualitas. Aktivitas ini tidak hanya memberikan manfaat bagi destinasi wisata, tetapi juga berdampak positif bagi perekonomian lokal dan nasional melalui pengeluaran wisatawan.

PT Indo Fajar Ciptakarya Wisata (IFC) adalah salah satu perusahaan agen perjalanan dan biro perjalanan yang berdiri sejak tahun 2013 di Bali. Perusahaan ini hadir sebagai solusi pariwisata yang membantu wisatawan asing khususnya wisatawan yang berasal dari Negara Jepang. Saat ini, Indo Fajar Ciptakarya Wisata hanya beroperasi di Pulau Bali. Namun, dapat membantu kliennya yang berada di seluruh Indonesia seperti pulau Jawa, Sulawesi, hingga Papua.

Produk yang ditawarkan oleh Indo Fajar Ciptakarya Wisata merupakan produk jasa, seperti penyedia akomodasi, pembelian tiket, dan perizinan pemakaian lokasi. Selain itu, produk lain yang ditawarkan adalah jasa konsultasi dan bantuan pembuatan dokumen visa seperti visa bekerja, visa pensiun, dan visa kunjungan yang digunakan sebagai bukti

bahwa pemerintah negara Indonesia telah menyetujui kedatangan atau izin tinggal dari pemohon atau klien dari Indo Fajar Ciptakarya Wisata.

Sejak berdirinya Indo Fajar Ciptakarya Wisata pada tahun 2013, produk yang dipasarkan hanya dilakukan melalui *word of mouth* atau penyaluran informasi yang disampaikan orang ke orang melalui komunikasi lisan. Klien yang telah menggunakan jasa Indo Fajar Ciptakarya merekomendasikan pelayanan IFC kepada teman dan kerabatnya. Klien tersebut merupakan staf maupun pekerja dari perusahaan Jepang yang diantaranya adalah *Key Coffee*, NHK (*Nippon Hoso Kyokai*), dan Bali Japan Club. Staf dari perusahaan tersebut menjadi klien tetap Indo Fajar Ciptakarya Wisata sejak tahun 2013 dan merupakan sumber utama profit perusahaan.

Indo Fajar Ciptakarya Wisata memiliki potensi yang besar dengan produknya yang beragam, namun Indo Fajar Ciptakarya Wisata dalam tiga tahun terakhir belakangan ini mengalami penurunan klien, ada beberapa faktor yang menyebabkan penurunan klien yang akan menggunakan jasanya. Faktor pertama disebabkan dengan pandemi COVID-19 pada tahun 2020 yang menyebabkan turunnya kunjungan wisatawan dan ketidakpastian ekonomi untuk berbisnis. Faktor kedua yaitu disebabkan karena masih kurangnya *brand awareness* yang mengakibatkan turunnya calon klien yang ingin menggunakan jasa Indo Fajar Ciptakarya Wisata. Faktor lainnya yaitu perkembangan teknologi digital dapat mengubah perilaku konsumen, sehingga wisatawan kini mencari informasi secara mandiri.

Untuk membuat produk menjadi efektif, maka strategi desain sangat dibutuhkan untuk mengembangkan strategi komunikasi dalam bentuk visual, yaitu dengan cara menyampaikan pesan dengan dikemas dalam sebuah bentuk karya visual (Dusita dan Prabawa, 2016;184). *Output* dari strategi desain adalah sebuah konsep bisnis yang akan diimplementasikan kepada media visual sesuai dengan target audiens yang akan dituju.

Dari pemaparan tersebut, terpilih “Visualiasi Strategi Desain” sebagai topik pada perancangan tugas akhir ini. Visualisasi strategi desain yang tepat diharapkan dapat membantu Indo Fajar Ciptakarya Wisata dalam meningkatkan potensi pengembangan usaha.

## 1.2 Permasalahan

Melalui latar belakang di atas terdapat beberapa masalah yang diidentifikasi sebagai berikut :

1. Pandemi COVID-19 yang menyebabkan kondisi pariwisata menurun dan ketidakpastian ekonomi.
2. Indo Fajar Ciptakarya Wisata sebagai merek belum berhasil mengadaptasi *brand awareness*.
3. Menurunnya klien yang menggunakan jasa Indo Fajar Ciptakarya Wisata.
4. Perubahan perilaku konsumen akibat perkembangan teknologi.

## 1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan permasalahan yang telah dipaparkan, maka rumusan masalah yang tepat adalah “Bagaimana visualisasi strategi desain untuk PT Indo Fajar Ciptakarya Wisata dalam meningkatkan *brand awareness*?”.

## 1.4 Ruang Lingkup Permasalahan

Dalam kaitannya dengan program studi Desain Komunikasi Visual konsentrasi *Designpreneur*, maka perancangan ini akan difokuskan pada visualisasi strategi desain yang dirancang untuk meningkatkan target pasar Indo Fajar Ciptakarya Wisata. Dengan melakukan analisis internal Perusahaan secara manajemen dan bisnis, penelitian ini bertujuan untuk menemukan solusi desain yang tepat untuk meningkatkan perkembangan Indo Fajar Ciptakarya Wisata. Pengumpulan data hingga perancangan akan dilakukan tahun 2023 dan dilakukan di Denpasar. Segmentasi dari Indo Fajar Ciptakarya Wisata terbagi menjadi 2 segmen. Yang pertama adalah para orang dewasa yang menjalankan bisnis dan usahanya di Indonesia yang mayoritas berada di Pulau Jawa yang memiliki pasar dan infrastruktur yang baik. Yang kedua adalah lansia kalangan menengah keatas yang ingin menetap sementara di Indonesia dengan rentang umur 55-70 tahun yang mayoritas di Pulau Bali. Perancangan tugas akhir ini diharapkan dapat membantu meningkatkan citra merek Indo Fajar Ciptakarya Wisata sehingga dapat bertumbuh dengan lebih baik.

## 1.5 Tujuan Permasalahan

Mengacu kepada latar belakang dan permasalahan yang telah dijabarkan, penelitian ini bertujuan untuk mengvisualisasikan strategi desain yang tepat untuk meningkatkan perkembangan bisnis Indo Fajar Ciptakarya Wisata.

## **1.6 Metode Pengumpulan Data dan Analisis**

### **1.6.1 Metode Pengumpulan Data**

#### **a. Primer**

##### **1. Metode Wawancara**

Wawancara merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan melibatkan objek yang diteliti. Wawancara dapat dilakukan dengan mengungkapkan beberapa pertanyaan terkait topik penelitian terhadap narasumber yang terkait (Soewardikoen, 2019).

Wawancara perlu dilakukan dengan pendekatan kepada narasumber, kemudian membuka diri kepada narasumber dan membuat kesan saling percaya. Kemudian, pewawancara pun tidak boleh merasa lebih tinggi dari yang akan diwawancara (Soewardikoen, 2019).

Metode wawancara ini digunakan dengan melakukan metode wawancara terstruktur kepada pemilik Indo Fajar Ciptakarya Wisata mengenai keadaan internal perusahaan, permasalahan yang dialami perusahaan, serta target pasar dari Indo Fajar Group. Selain itu, metode wawancara ini juga dilakukan kepada konsumen yang pernah menggunakan jasa Indo Fajar Ciptakarya Wisata untuk mengetahui proses pembelian tiap konsumen.

##### **2. Metode Observasi**

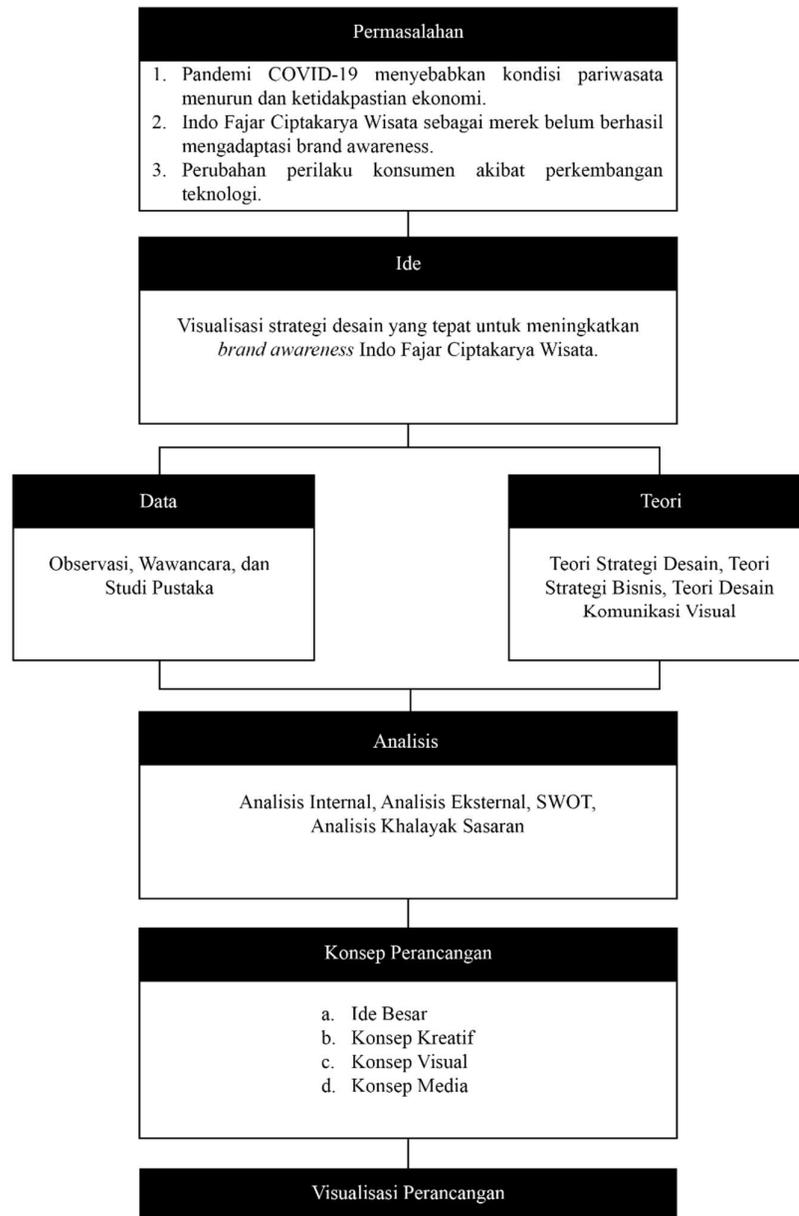
Observasi merupakan teknik pengumpulan data yang melibatkan pengamatan secara langsung atas fenomena yang diteliti (Sugiyono, 2017). Metode ini memungkinkan peneliti untuk mengumpulkan informasi mengenai kondisi alami dari subjek dan objek penelitian tanpa campur tangan dari peneliti. Observasi dalam penelitian ini dilakukan dengan mengamati media yang digunakan oleh perusahaan. Observasi juga dilakukan pada sistem kerja perusahaan dan perilaku pengguna jasa.

## **b. Sekunder**

### **1. Metode Studi Pustaka**

Studi Pustaka merupakan suatu pendekatan penelitian yang digunakan dengan cara memanfaatkan sumber-sumber tertulis dan bahan pustaka lainnya untuk mengumpulkan informasi dan data mengenai masalah penelitian yang ingin diselesaikan (Sugiyono, 2017). Tujuan dari metode ini adalah membangun dasar teoritis yang kuat untuk penelitian dan menyusun hipotesis penelitian yang relevan. Studi pustaka pada penelitian ini dikumpulkan melalui buku-buku, artikel, dan karya ilmiah yang berhubungan dan dapat menjadi penunjang data primer dalam perancangan strategi desain untuk Indo Fajar Ciptakarya Wisata.

## 1.7 Kerangka Penelitian



Gambar 1. 1 Kerangka Penelitian

Sumber : Data Pribadi

## **1.8 Pembabakan**

Sistematika penulisan yang akan dilakukan dalam penulisan Tugas Akhir ini adalah sebagai berikut :

### **BAB I Pendahuluan**

Bagian pendahuluan akan menjelaskan mengenai latar belakang, identifikasi dan perumusan masalah yang ditemukan terkait objek penelitian. Kemudian memuat ruang lingkup, tujuan penelitian, dan kerangka penelitian, dan sistematika mengenai formulasi strategi desain untuk Indo Fajar Ciptakarya Wisata.

### **BAB II Landasan Pemikiran**

Pada bab ini berisi mengenai teori-teori sebagai penunjang untuk memecahkan masalah yang telah disampaikan di Bab I. Teori yang akan dipergunakan antara lain teori strategi bisnis dan desain, ilustrasi, dan Desain Komunikasi Visual. Bab ini ditutup dengan kerangka teori dan asumsi.

### **BAB III Data dan Analisis Data**

Berisi data-data terkait Indo Fajar Ciptakarya Wisata yang dikumpulkan melalui observasi, wawancara, kuesioner dan studi pustaka. Data tersebut akan dianalisis dengan acuan teori yang telah dipaparkan pada bab landasan pemikiran dan disimpulkan menjadi dasar dari konsep yang akan digunakan dalam perancangan.

### **BAB IV Konsep & Hasil Perancangan**

Pada bab ini menjelaskan mengenai konsep dari perancangan yang akan dibuat untuk Indo Fajar Ciptakarya Wisata. Proses perancangan akan ditampilkan secara detail, dimulai dari penjabaran konsep hingga implementasi pada media yang sesuai.

### **BAB V Penutup**

Bagian penutup memuat kesimpulan dari penelitian dan perancangan yang dilakukan. Selain itu, pada bagian ini akan memuat saran agar penelitian dapat dilakukan dengan lebih baik.