

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Jakarta Utara merupakan salah satu wilayah bagian dari DKI Jakarta yang merupakan Ibukota Negara Indonesia. Sebagaimana diketahui, Jakarta Utara yang terletak di bagian pesisir kota Jakarta memiliki dua pelabuhan besar yaitu pelabuhan Sunda Kelapa dan pelabuhan Tanjung Priuk. Pelabuhan-pelabuhan ini diandalkan sebagai tempat berlangsungnya proses perdagangan dan ekspor impor sejak dulu. Hal ini membuat Jakarta Utara menjadi kota yang memiliki peranan penting untuk perekonomian dan pertumbuhan Ibukota Jakarta. Menurut website pemerintah, Jakarta Utara pada abad ke-5 menjadi pusat pertumbuhan pemerintah kota.

Bukan hanya memiliki peranan penting untuk perekonomian dan pertumbuhan Ibukota Jakarta, tetapi dengan mengandalkan pelabuhan yang ada, Jakarta Utara juga dapat menjadi jalur masuk wisatawan baik lokal maupun mancanegara. Jakarta utara sendiri memiliki banyak hal yang bisa menjadi potensi wisata yang dapat ditawarkan kepada para wisatawan baik lokal maupun mancanegara.

Jakarta Utara yang letak wilayahnya berada di pesisir pantai memiliki nilai lebih dalam mengembangkan potensi wisata yang menarik, tidak hanya bagi masyarakat Jakarta, tetapi juga bagi masyarakat luas Indonesia. Pemerintah Jakarta Utara mengeluarkan “12 Jalur Destinasi Wisata Pesisir” untuk mengenalkan wisata yang beragam yang dimiliki Jakarta Utara, antara lain wisata budaya, wisata religi, wisata belanja-kuliner, wisata rekreasi-olahraga air dan wisata alam-eko wisata.

Berbagai objek wisata yang ada di Jakarta Utara antara lain Taman Suaka Margasatwa Muara Angke yang merupakan kawasan konservasi alam, Sentra Perikanan Muara Angke atau dikenal dengan nama Pujaseri adalah tempat atau lokasi pusat jajan serba ikan; Kawasan Sunda Kelapa yang menjadi kawasan pendukung perekonomian masa kolonial Hindia Belanda yang terdapat Pelabuhan Sunda Kelapa, Museum Bahari, Menara Syahbandar dan Galangan VOC;

Kampung Luar Batang yang merupakan pemukiman tertua di Jakarta karena sudah ada sejak tahun 1630-an; lalu Taman Impian Jaya Ancol memiliki banyak taman hiburan seperti Dunia Fantasi, SeaWorld, wisata pantai serta panggung hiburan; Bahtera Jaya Ancol sebagai Pusat Pembinaan Olahraga Air; Stasiun Tanjung Priok yang letaknya tidak jauh dari pelabuhan Tanjung Priok merupakan stasiun tertua yang dibangun pada tahun 1914. Jakarta Islamic Centre berdiri di atas lahan bekas lokalisasi terbesar di Jakarta yang dikenal dengan sebutan Kramat Tunggak merupakan tempat pengkajian dan pengembangan Islam di Jakarta ; Kampung Tugu memiliki Gereja Portugis Tertua di Jakarta; Kampung Marunda terdapat Masjid Al-Alam Marunda dan Rumah si Pitung yang merupakan tokoh legenda Jakarta; Pusat Belanja Mangga Dua dan Pusat Belanja Kelapa Gading yang dikenal menjadi pusat wisata perbelanjaan dan pusat kuliner di daerah Jakarta Utara.

Berbagai objek wisata yang ada di Jakarta Utara memiliki potensi yang besar untuk dikembangkan menjadi daerah tujuan wisata di kota Jakarta dan sekitarnya. Namun, Lokasinya yang tersebar di seluruh wilayah Jakarta Utara dari wilayah ujung barat hingga timur, membutuhkan sebuah identitas visual yang dapat menyatukan semua objek wisata yang ada. Identitas visual dapat dijadikan sebagai salah satu representasi pariwisata Jakarta Utara itu sendiri.

Kurangnya media informasi tentang lokasi wisata yang berada tersebar di seluruh wilayah Jakarta Utara yang bisa diakses secara mudah, membuat sebagian besar orang mengetahui lokasi wisata yang ada hanya berdasarkan informasi dari orang lain saja. Media promosi yang dilakukan masih belum sampai ke masyarakat sehingga banyak yang belum mengetahui secara jelas lokasi wisata di Jakarta Utara.

Berdasarkan permasalahan diatas, Penulis tertarik untuk mengkajinya dalam perancangan Tugas Akhir yang bertujuan adalah untuk membantu membuat identitas visual wisata terpadu dari berbagai wisata Jakarta Utara agar lebih dikenal luas oleh wisatawan lokal maupun mancanegara sekaligus mempromosikan wisata Jakarta Utara dengan menggunakan media promosi yang

tepat sehingga dapat menarik masyarakat untuk mengunjungi berbagai wisata Jakarta Utara dengan lebih mudah dan nyaman.

1.2 Permasalahan

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka Penulis menyimpulkan inti permasalahan yang dihadapi sebagai berikut :

1. Jakarta Utara memiliki beragam potensi wisata tetapi belum banyak diketahui oleh masyarakat luas
2. Sulitnya untuk mengunjungi berbagai objek wisata Jakarta Utara yang lokasinya tersebar di seluruh wilayah
3. Jakarta Utara belum memiliki identitas visual yang jelas untuk pariwisatanya
4. Kurangnya media promosi yang dilakukan untuk menarik masyarakat agar mengunjungi wisata yang ada

1.2.2 Rumusan Masalah

Adapun permasalahan yang dihadapi dalam perancangan Tugas Akhir ini adalah sebagai berikut :

Bagaimana merancang sebuah identitas visual yang sesuai dengan wisata terpadu Jakarta Utara dan mengimplementasikannya pada media promosi yang tepat?

1.3 Ruang Lingkup

Perancangan Tugas Akhir yang dilakukan sejak bulan Februari hingga Juli tahun 2014 ini memfokuskan diri pada 12 Jalur Destinasi Wisata Pesisir Jakarta Utara yang dicanangkan oleh Sudin Pariwisata Pemerintah kota Jakarta Utara yang lokasi nya tersebar di seluruh wilayah Jakarta Utara. Agar ruang lingkup permasalahan yang akan diteliti menjadi jelas, terarah dan tidak terlalu luas, maka penulis membuat batasan masalah dalam pengerjaan tugas akhir ini. Adapun fokus tugas akhir ini adalah perancangan identitas visual wisata terpadu Jakarta bagian utara dan implementasinya pada media promosi agar tepat sasaran. Segmentasi atau khalayak sasaran dari wisata Jakarta Utara ini bertuju pada

keluarga. Area untuk media promosi yang akan dilakukan di kota Jakarta dan sekitarnya.

1.4 Tujuan Perancangan.

Adapun tujuan diadakannya perancangan Tugas Akhir ini adalah

1.5 Cara Pengumpulan Data dan Analisis

1.5.1 Cara Pengumpulan Data

Dalam perancangan Tugas Akhir ini, untuk memperoleh data yang dibutuhkan, Penulis menggunakan metode pengumpulan data sebagai berikut :

a) Observasi

Menurut pendapat Rohidi, observasi adalah metode yang digunakan untuk mengamati sesuatu, seseorang, suatu lingkungan, atau situasi secara tajam dan teinci, dan mencatatnya secara akurat . (2011:182). Pengamatan akan dilakukan pada objek penelitian seperti sarana informasi dan media promosi terdahulu yang berada di dalam dan di luar di lokasi wisata, serta perilaku pengunjung yang datang ke lokasi wisata.

b) Studi Pustaka

Menurut Nazir (*Metode Penelitian*, 1988: 111), dijelaskan bahwa yang dimaksud dengan studi kepustakaan 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.

Studi pustaka ini dilakukan dengan mengumpulkan data baik dari buku-buku, literatur, catatan, dan laporan yang terkait dengan perancangan Tugas Akhir ini. Selain itu data sekunder dari penelitian serupa akan dipergunakan untuk memperoleh data yang dibutuhkan.

c) Wawancara

Berdasarkan pendapat Koentjaraningrat, wawancara adalah instrument penelitian. Kekuatan wawancara adalah penggalian pemikiran dan pengalamn

pribadi pendirian atau dari individu yang diwawancara. Mencoba mendapatkan keterangan atau pendirian secara lisan dari narasumber, dengan bercakap-cakap dan berhadapan muka (Koentjaraningrat,1980 dalam Soewardikoen, 2013:20).

Wawancara akan dilakukan kepada kepala Sudin Pariwisata Pemerintah Kota Jakarta Utara dan para ahli dibidangnya untuk memperoleh data seputar masalah yang akan diangkat dalam penelitian tugas akhir ini.

1.5.2 Cara Analisis

1. Teknik Analisis Program Sejenis

Teknik analisis ini menggunakan analisis matriks. Menurut Soewardikoen (2013:50), sebuah matriks terdiri dari kolom dan baris yang masing-masing mewakili dua dimensi yang berbeda, dapat berupa konsep atau kumpulan informasi. Pada prinsipnya analisis matriks adalah dengan membandingkan dengan cara menjajarkan. Objek visual apabila dijejerkan dan dinilai menggunakan satu tolak ukur yang sama maka akan terlihat perbedaannya.

Penulis akan melakukan perbandingan dengan program – program sejenis dan menganalisis seluruh aspek yang mempengaruhi objek perancangan sehingga mendapatkan kesimpulan – kesimpulan yang digunakan dalam melakukan perancangan.

2. Teknik Analisis SWOT

Analisis SWOT menurut Kotler & Armstrong (2008: 50) adalah evaluasi secara keseluruhan terhadap Kekuatan, Kelemahan, Kesempatan dan Ancaman yang dimiliki oleh perusahaan. Selain itu, perusahaan juga menganalisis pasar dan lingkungan pemasaran untuk mencari kesempatan yang atraktif dan mengidentifikasi ancaman.

Setelah mengetahui faktor SWOT dari produk, perusahaan, proyek yang dibahas, dan merumuskan tujuan maka setelah itu dapat dikembangkan menjadi strategi yang nantinya akan menjadi program-program yang akan dilakukan. Ada empat formulasi strategi yang didapat, diantaranya :

a. Strategi S-O

Strategi yang menggunakan kekuatan (*strength*) untuk memanfaatkan peluang (*opportunity*) yang ada.

b. Strategi S-T

Strategi yang menggunakan kekuatan (*strength*) untuk mengatasi ancaman (*threat*).

c. Strategi W-O

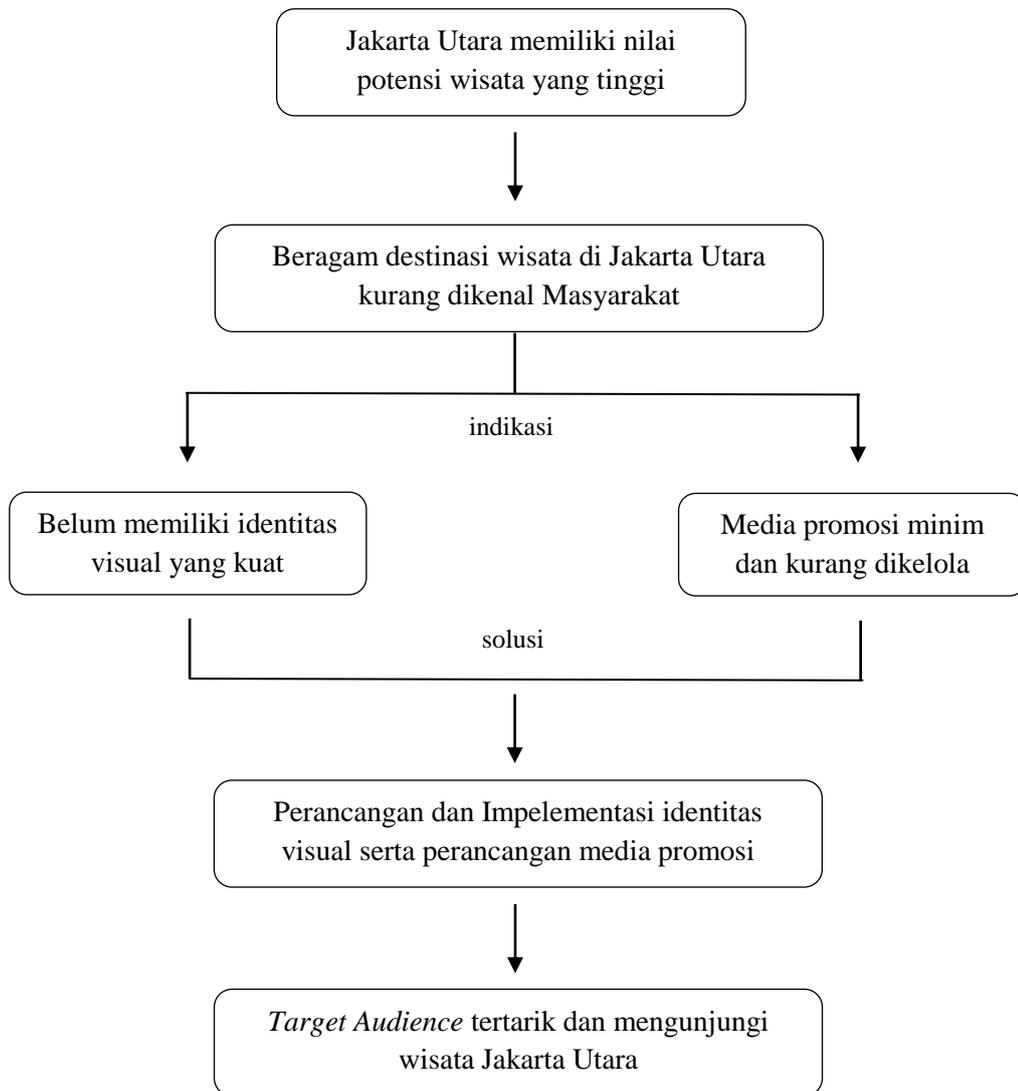
Strategi dengan meminimalkan kelemahan (*weakness*) untuk mengejar peluang (*opportunity*) yang ada.

d. Strategi W-T

Strategi dengan meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan menghindari ancaman (*threat*) yang ada (Purba, 2009: 66).

Penulis akan menganalisis *Strength*, *Weakness*, *Opportunity* dan *Threat* dari berbagai wisata Jakarta Utara dan menentukan strategi yang akan digunakan untuk menentukan pemecahan masalah yang ada.

1.6 Kerangka Penelitian



Gambar 1.1 Skema Kerangka Perancangan

1.7 Pembabakan

1. Bab I Pendahuluan

Berisi tentang latar belakang perancangan identitas visual dan media promosi wisata-wisata Jakarta Utara, identifikasi masalah, rumusan masalah, ruang lingkup, tujuan penelitian, cara pengumpulan data, kerangka penelitian serta pembabakan dari perancangan Tugas Akhir ini.

2. Bab II Dasar Pemikiran

Menjelaskan teori atau dasar pemikiran tentang tema yang akan diangkat melalui studi pustaka mengenai teori-teori yang nantinya akan digunakan sebagai landasan dalam perancangan identitas visual dan media promosi wisata-wisata Jakarta Utara.

3. Bab III Data dan Analisis Masalah

Data, akan menjelaskan dan menguraikan berbagai data yang berkaitan dengan wisata-wisata Jakarta Utara. Analisis menjelaskan berbagai analisis dari data yang ada dan sesuai dengan tujuan perancangan yaitu menghasilkan perancangan identitas visual dan media promosi yang tepat.

4. Bab IV Konsep dan Hasil Perancangan

Menjelaskan konsep-konsep yang akan dipergunakan dalam perancangan dan menjelaskan konsep desain yang akan dirancang mulai dari sketsa, hingga pada media-media yang akan digunakan.

5. Bab V Penutup

Penulis memaparkan mengenai saran dan masukan serta kesimpulan setelah menyelesaikan karya yang telah dibuat.