



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar belakang

Berwisata menjadi salah satu kegiatan yang menarik bagi banyak orang, tidak terkecuali di Indonesia. Menurut *Visa Global Travel Intentions Study* pada tahun 2015 yang diakses dari www.visamiddleeast.com pada tanggal 16 Maret 2016, Indonesia merupakan negara dengan kenaikan angka perjalanan wisata tertinggi di antara negara lain yaitu dengan presentase kenaikan 33% dibandingkan dengan tahun 2013. Dengan semakin meningkatnya minat untuk berwisata, banyak tren-tren baru yang berkembang di dunia pariwisata, tak terkecuali *solo traveling*. *Solo traveler* merupakan seseorang yang memilih untuk berwisata seorang diri dalam perjalanan wisatanya.

Survey dari *Visa Global Travel Intentions Study* juga menunjukkan adanya peningkatan jumlah *solo traveler* menjadi 24% dibandingkan dengan tahun 2013 yakni sebesar 15%. *Solo traveling* tidak hanya diminati oleh pria tapi juga wanita. Hal ini diperkuat oleh survey yang dilakukan oleh Trip Advisor pada tahun 2015 yang diakses lewat www.mix.co.id pada tanggal 16 Maret 2016 yang menunjukkan bahwa 48% wanita di Asia Tenggara, termasuk Singapura, Malaysia, Indonesia, dan Thailand pernah melakukan perjalanan seorang diri. Angka ini meningkat dari tahun 2014 yaitu 36%. Hal ini menunjukkan bahwa peminat *solo traveling* semakin meningkat dari tahun ke tahun. Meningkatnya peminat *solo traveler* juga diperhatikan oleh industri perhotelan yang kemudian menyediakan fasilitas yang mendukung bagi *solo traveler*.

Menurut Waugh (2009), *solo traveling* merupakan sebuah investasi yang baik bagi diri sendiri. Seperti jenis perjalanan lainnya, *solo travel* juga menyenangkan dan bermanfaat, namun punya makna lebih dalam. Keuntungannya adalah kebebasan selama perjalanan serta dapat meningkatkan pemahaman tentang budaya dengan cara yang berbeda (hlm 13).

Berdasarkan observasi penulis mengenai fenomena yang terjadi di Indonesia tentang adanya berbagai macam artikel mengenai *solo travel* di beberapa portal online seperti Kompas, Detik *Travel*, *National Geographic* Indonesia, dan masih banyak lagi menunjukkan bahwa peminat *solo traveling* semakin meningkat di Indonesia. Namun berdasarkan kuesioner awal dengan 41 responden yang sudah pernah melakukan *solo traveling*, 65.9% diantaranya berpendapat bahwa informasi yang ada mengenai *solo traveling* masih belum memenuhi kebutuhan mereka sebagai solo traveler. Hal ini menunjukkan bahwa informasi-informasi yang ada masih bersifat umum. Menurut observasi penulis, terdapat beberapa permasalahan yang dialami oleh *solo traveler*, yakni sulitnya meminimalisasi anggaran saat berwisata seorang diri, keamanan dan belum ada sumber informasi yang terstruktur di Indonesia, seperti buku. Penulis tidak dapat menemukan buku mengenai *solo traveling* yang dijual di Indonesia, di beberapa toko buku maupun toko buku *online*.

Menurut Fabiola Lawalata yang merupakan seorang penulis blog Jalan2Liburan dan penulis buku yang karya tulisannya pernah dimuat di berbagai majalah terkenal di Indonesia, media informasi berupa buku panduan mengenai *solo traveling* pastinya akan berguna bagi mereka yang sulit menemukan teman

seperjalanan atau hanya ingin menikmati kesendirian dengan *solo traveling* sehingga tidak harus memikirkan teman seperjalanannya (wawancara melalui e-mail dengan Fabiola Lawalata, 28 Januari 2015).

Merujuk pada beberapa fenomena serta permasalahan diatas, maka penulis merasa butuhnya membuat sebuah buku panduan *solo traveling* untuk memudahkan mereka yang ingin melakukan perjalanan wisata seorang diri, namun masih minim informasi yang berhubungan dengan *solo traveling*. Buku dipilih penulis menjadi media informasi sebagai solusi permasalahan tersebut karena, menurut Haslam (2012), membaca dari buku cetak masih banyak diminati karena dianggap lebih nyaman daripada membaca dari suatu media digital (hlm. 12).

Dalam perancangan ini penulis akan merancang penampilan visual serta menyusun isi buku yang terdiri dari berbagai tips perjalanan, mulai dari tips saat sebelum perjalanan dan saat di perjalanan, cara mengatur keuangan saat *solo traveling*, daftar website dan aplikasi penunjang, serta cerita pengalaman beberapa *solo traveler*.

1.2. Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan oleh penulis sebelumnya, maka penulis merumuskan masalahnya sebagai berikut: Bagaimana merancang visualisasi media informasi panduan *solo traveling* untuk orang Indonesia dengan rentang usia 18-35 tahun?

1.3. Batasan Masalah

Penelitian ini dibatasi oleh beberapa hal, yakni sebagai berikut :

1. Perancangan buku panduan mengenai *solo traveling* dan didukung adanya media promosi seperti merchandise berupa tas *day pack*, *pouch*, *travel set*, *luggage tag*, dan *passport cover*.
2. Target market yang dibatasi adalah sebagai berikut :
 - a. Geografis : Indonesia
 - b. Demografis :
 - i. Gender : Pria dan Wanita
 - ii. Usia : 18-35 tahun
 - iii. Status Sosial : Menengah, menengah ke atas
 - c. Psikografis : Suka berwisata, penyendiri, suka mencoba hal baru, suka petualangan.

1.4. Tujuan Tugas Akhir

Tujuan dari tugas akhir ini adalah untuk merancang visualisasi buku panduan tentang *solo traveling*.

1.5. Manfaat Tugas Akhir

Perancangan tugas akhir ini dapat memberikan manfaat kepada beberapa pihak, yaitu,

1. Manfaat bagi penulis

Agar penulis mampu mengetahui bagaimana caranya merancang suatu media informasi dengan berbekalkan teori-teori yang didapat saat masa perkuliahan.

2. Manfaat bagi *solo traveler*

sebagai media informasi yang dapat membantu *solo traveler* maupun calon *solo traveler* agar dapat berwisata secara lebih independen.

3. Manfaat bagi Universitas

Agar Universitas memiliki tambahan referensi mengenai bagaimana cara merancang media informasi yang akan dipergunakan oleh mahasiswa lainnya yang akan membuat tugas akhir.

1.6. Metode Pengumpulan Data

Penulis menggunakan beberapa cara untuk mengumpulkan data agar dapat menghasilkan data yang valid dan reliabel, yaitu:

1. Observasi

Menurut Wijaya dan Dedi (2011), observasi merupakan suatu proses pengumpulan data dimana pengamat mengamati situasi penelitian (hlm. 66).

Dalam proses pengumpulan data penulis melakukan observasi sebagai berikut:

- a. Melakukan survey ke beberapa toko buku untuk melihat referensi mengenai buku-buku dengan tema wisata untuk membandingkan, baik secara desain maupun konten buku.
- b. Melihat beberapa data dan fakta yang sudah ada di internet, seperti survey dan beberapa topik dalam forum atau *travel* blog.

2. Wawancara

Wawancara dilakukan sebagai bagian dari proses pengumpulan data dengan melakukan penelitian kualitatif. Menurut Chang (2014), penelitian kualitatif merupakan penelitian formatif untuk memperoleh jawaban yang lebih mendalam mengenai suatu topik tertentu dari target sasaran (hlm 30). Jawaban tersebut meliputi sikap, emosi, perilaku, disiplin, kepercayaan, serta tanggapan mereka sebagai target. Wawancara dilakukan dengan beberapa responden yang secara aktif melakukan *solo traveling*.

3. Kuesioner

Data diperoleh berdasarkan kuesioner yang terdiri dari beberapa pertanyaan yang kemudian akan dijawab oleh beberapa responden sesuai target sasaran. Hal ini dilakukan sebagaimana menurut Chang (2014), proses penelitian secara kuantitatif yang berguna untuk mengetahui jumlah target sasaran, sehingga dapat terukur tingkat keberadaannya (hlm 32). Sasaran yang dimaksud adalah mereka yang sudah pernah melakukan *solo traveling* dan juga calon *solo traveler* dengan rentang usia sekitar 18 hingga 35 tahun. Kuesioner dibagikan secara online ke beberapa forum wisata yang ada di Indonesia.

1.7. Metode Perancangan

Proses perancangan buku panduan *Solo Traveling* ini diuraikan dalam beberapa tahap sebagai berikut:

1. Orientasi

Dalam proses ini dilakukan identifikasi terhadap permasalahan yang ada, mengumpulkan data-data yang valid dan bacaan yang relevan dengan topik.

Orientasi ini didukung dengan wawancara terhadap beberapa tokoh *solo traveling*, serta observasi penulis.

2. Analisis

Mindmap digunakan sebagai dasar dalam melakukan analisis. Variabel sasaran yang dianalisa adalah geografi, demografi, dan perilaku wisatawan.

3. Konseptual desain

Melalui *brainstorming* mengenai permasalahan yang ada, penulis mengeksplorasi ide-ide ke dalam konsep desain, yang kemudian direalisasikan dalam sketsa berupa bentuk visual, warna, simbol, layout dan hal-hal lainnya, yang kemudian dikembangkan menjadi desain buku yang sesuai.

4. Desain

Pada tahap ini proses desain dikerjakan berdasarkan konsep desain yang sebelumnya telah ditetapkan berdasarkan *brainstorming*. Wujud desain digarap sebelum masuk pada implementasi desain ke buku teks berilustrasi.

Dalam proses desain, penulis menggunakan beberapa perangkat lunak sebelum dicetak yaitu *Adobe Photoshop*, *Adobe Illustrator*, dan *Adobe InDesign*.

5. Implementasi

Pada tahap ini aplikasi dari hasil sketsa desain ke desain buku teks berilustrasi secara digital siap diproduksi. Selanjutnya diadakan pemilihan bahan media yang tepat untuk rancangan buku yang sesuai dengan keadaan pasar dan anggaran.

1.8. Timeline

Tabel 1.1. Timeline kerja tugas akhir

| No. | Kegiatan | Feb | | | | Mar | | | | Apr | | | | Mei | | | | Jun | | |
|-----|----------------------|-----|---|---|---|-----|---|---|---|-----|---|---|---|-----|---|---|---|-----|---|---|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 |
| 1 | Pengajuan Judul TA | | | | | | ■ | | | | | | | | | | | | | |
| 2 | Identifikasi Masalah | | | | | | ■ | ■ | | | | | | | | | | | | |
| 3 | Tujuan Penelitian | | | | | | ■ | ■ | | | | | | | | | | | | |
| 4 | Studi Literatur | | | | | | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | | | | | | | | |
| 5 | Pengumpulan Data | | | | | | | | | ■ | ■ | ■ | ■ | | | | | | | |
| 6 | Brainstorming | | | | | | | | | | ■ | ■ | ■ | | | | | | | |
| 7 | Designing | | | | | | | | | | | | | ■ | ■ | ■ | ■ | | | |
| 8 | Finalizing | | | | | | | | | | | | | | | | | ■ | ■ | |
| 9 | Presentation | | | | | | | | | | | | | | | | | | | ■ |

UMMN

1.9. Skematika Perancangan

