



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

Provinsi Nusa Tenggara Timur (NTT) adalah salah satu provinsi di Indonesia yang kaya akan potensi pariwisata. Situs Kantor Penghubung Provinsi Nusa Tenggara Timur (2009) bahkan menyatakan mulai tahun 2007, NTT dijadikan daerah unggulan baru pariwisata di kawasan timur Indonesia. Kepala Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif NTT, Abraham Klakik, seperti dikutip situs AntaraNews (2013) menyampaikan bahwa NTT termasuk satu dari sepuluh provinsi destinasi pariwisata unggulan yang telah ditetapkan oleh Kementerian Kebudayaan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. Hal ini tak lepas dari kekayaan alam dan budaya NTT. Wilayah NTT terdiri dari gugusan kepulauan, besar dan kecil. Empat pulau yang terbesar disebut Flobamora, akronim untuk menyebut pulau Flores, Sumba, Timor, dan Alor. Wilayah yang luas dengan kondisi alam dan geografis berbeda-beda pada masing-masing pulau, berimbas pula dengan kondisi antropologi penduduknya, sehingga menghasilkan budaya yang beragam di NTT.

Pulau Rote sebagai topik Tugas Akhir ini, merupakan pulau kecil yang terletak di bagian selatan gugusan kepulauan Nusa Tenggara Timur. Walaupun kecil, Rote merupakan daerah tujuan wisata yang memiliki banyak potensi di kawasan Indonesia Timur. Kekayaan eksotisme budayanya yang pertama yaitu Rote merupakan daerah asal dibuatnya alat musik tradisional sasando yang mengiringi lagu dan tari-tarian yang masih diturunkan ke generasi muda saat ini,

kedua yaitu ciri khas suku asli Rote yang hidup dengan memanfaatkan pohon lontar (sejenis palem-paleman) menghasilkan nira, gula air, tuak dan banyak lainnya, ketiga yaitu sajian kuliner yang khas, dan yang keempat sejarah lokal yang menarik tentang kerajaan-kerajaan Rote pada jaman penjajahan. Dilihat dari alamnya, garis pantai Rote memiliki pasir yang putih dengan ombak yang digemari para peselancar dunia. Salah satu destinasi pelayaran dalam program Sail Komodo 2013 adalah Kabupaten Rote Ndao, yang menyimpan potensi pariwisata yang tak kalah dari destinasi utama Sail Komodo yaitu Labuan Bajo. Potensi ini begitu menjanjikan sehingga seperti yang dilansir dari Victory News Media bisa dipoles sampai bisa menandingi Bali sebagai ikon pariwisata Indonesia (2013). Salah satu hasil wawancara dengan Kepala Dinas Pariwisata Rote Ndao Yunus Ufi mengungkapkan testimoni turis pendatang bahwa pantai Bo'a di pulau Rote adalah tempat berselancar yang terbaik kedua setelah Hawaii.

Fenomena yang terjadi menunjukkan bahwa potensi ini belum diketahui secara maksimal oleh masyarakat Indonesia. Di lain pihak, para wisatawan asing yang sudah menggemari pantai Rote Ndao pun belum mengetahui potensi budaya Rote Ndao, padahal jika kebudayaan yang eksotis ini diangkat akan bisa menjadi daya tarik yang sangat besar bagi para wisatawan. Saat ini tingkat *awareness* terhadap keberadaan Rote Ndao sebagai tujuan wisata masih sangat kurang dibandingkan tujuan wisata lainnya. Tingkat pengetahuan masyarakat tentang eksistensi Rote Ndao sendiri pun masih kurang diketahui. Hal ini dibuktikan dengan hasil kuesioner yang telah disebar, dari 75 responden, sebanyak 76 persen masih belum pernah mendengar tentang Kabupaten Rote-Ndao.

Walaupun setiap tahunnya angka kunjungan pariwisata Rote Ndao bertumbuh dengan konsisten, target kunjungan wisatawan yang ingin dicapai pemerintah provinsi NTT pada tahun 2012 yaitu sebanyak 750.000 orang pun masih belum dapat dicapai. Seperti yang dipublikasikan oleh Badan Pusat Statistik dalam buku *NTT dalam Angka 2013*, total kunjungan wisatawan provinsi NTT per tahun 2012 yaitu sejumlah 387.080 orang saja. Hal ini berarti kunjungan wisatawan hanya mencapai 51,6 persen dari jumlah yang diharapkan pemerintah.

Target kunjungan wisatawan baik secara regional atau bahkan nasional akan lebih mudah diraih jika dilakukan promosi pariwisata yang lebih gencar, seperti yang diakui oleh Ratna Suranti, Direktur Pencitraan Indonesia, Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (2013) pada situs berita turisme Indonesia Ultimo Paradiso. Rote Ndao dalam hal ini, memiliki peluang besar untuk mempromosikan pariwisatanya, meningkatkan *awareness* masyarakat, dan yang terutama menarik minat para wisatawan terhadap keindahan alam, bahari, dan eksotisme budaya Rote Ndao.

Dewasa ini untuk memasarkan dan mempromosikan segala sesuatu sangat diperlukan peran desain grafis dengan konsep eksekusi yang baik. Perancangan media promosi sangat diperlukan produsen agar produknya dikenal masyarakat. Menurut situs SKKNI Desain Grafis, bidang profesi Desain Grafis juga meliputi kegiatan penunjang pada industri non-komunikasi. Bidang industri ini salah satunya termasuk sektor pariwisata. Bidang pariwisata memerlukan Desain Grafis untuk mengkomunikasikan lewat visual dan tulisan agar calon turis tertarik pada pariwisata yang ditawarkan.

Penjabaran di atas membawa kita kepada kesimpulan bahwa Kabupaten Rote Ndao memiliki banyak potensi yang perlu dipromosikan di tingkat nasional. Kesimpulan ini kemudian menjadi latar belakang penulis untuk mengangkat pariwisata Kabupaten Rote Ndao sebagai topik yang harus dipromosikan kepada khalayak. Perancangan media promosi seperti ini diharapkan dapat mendukung promosi Kabupaten Rote Ndao secara tepat sasaran, menarik minat wisatawan terutama para wisatawan asing yang sedang atau telah mengunjungi Indonesia, untuk datang ke Rote Ndao.

1.2. Rumusan Masalah

Bagaimana perancangan media promosi yang tepat untuk promosi wisata alam dan budaya Kabupaten Rote Ndao.

1.3. Batasan Masalah

Perancangan akan dibatasi untuk target masyarakat Indonesia yaitu primernya berupa wisatawan nusantara dan sekundernya berupa wisatawan asing. Secara demografi yaitu untuk semua gender, dengan usia 20-40 tahun. Secara psikografi yaitu yang berkepribadian dinamis, aktif, suka berpetualang, senang kegiatan *outdoor*, berjiwa muda, kenal teknologi modern, senang mengetahui hal baru, *open minded*, menyukai kultur budaya. Secara geografis media promosi akan disebarluaskan untuk skala nasional sebagai target primer, dengan tetap membuka kemungkinan untuk dapat menjangkau skala internasional.

1.4.Tujuan Perancangan

Merancang media promosi yang tepat untuk Kabupaten Rote Ndao.

1.5.Manfaat Tugas Akhir

Perancangan yang akan dilakukan memiliki manfaat yang bisa digunakan oleh masyarakat luas, yaitu sebagai berikut:

1. Memberi usulan rancangan media promosi yang terarah guna meningkatkan pariwisata Kabupaten Rote Ndao.
2. Meningkatkan popularitas dan *awareness* masyarakat terhadap Kabupaten Rote Ndao.
3. Meningkatkan animo wisatawan Indonesia terhadap wisata alam, bahari, dan budaya Rote, sehingga mereka tertarik untuk berkunjung ke Kabupaten Rote Ndao.
4. Memperkenalkan potensi pariwisata Indonesia khususnya Kabupaten Rote Ndao kepada pihak asing.
5. Membantu mengembangkan pariwisata Kabupaten Rote Ndao bahkan memberikan manfaat lain yang muncul dari berkembangnya sektor tersebut.

1.6.Metode Pengumpulan Data

Perancangan media promosi Kabupaten Rote Ndao ini diawali dengan proses pengumpulan data. Proses ini didasari dengan beberapa metode kualitatif yang dinilai relevan, yaitu sebagai berikut:

1. Studi Literatur

Studi literatur dibutuhkan untuk mendapatkan latar belakang teoritis. Kajian yang akan dihasilkan lebih bersifat umum dan tidak terlalu spesifik. Kegunaannya untuk mengetahui secara garis besar teori desain, *advertising*, *destination branding*, juga untuk mengetahui media promosi dan konsep visual seperti apa yang paling efektif untuk dirancang.

2. Survei

Perancangan media promosi ini akan membutuhkan saran atau tanggapan dari responden yang dapat mewakili target pasar, dengan tujuan agar media promosi yang akan dirancang dapat berfungsi dengan efektif.

Survey akan disebar dua kali melalui angket secara langsung maupun secara *online*. Survey pertama bertujuan memverifikasi tingkat *awareness* masyarakat terhadap Rote Ndao dan terkait kepariwisataannya, serta kebutuhan tentang media promosi Rote Ndao. Hal ini akan mendasari pembuatan karya. Kemudian survey yang kedua bertujuan untuk mencari *feedback* dari masyarakat terhadap hasil akhir karya sebelum dicetak.

3. *One on one interview*

Teknik wawancara atau *one in one interview* dapat membantu melengkapi data hasil telaah studi literatur. Elemen masyarakat terkait yang akan dijadikan narasumber dalam tema Tugas Akhir ini adalah pejabat Kepala Dinas Pariwisata Rote Ndao Yunus Ufi, tokoh masyarakat Rote Ndao Oos

Manafe, serta masyarakat setempat. Secara garis besar narasumber yang diharapkan adalah yang mengetahui seluk beluk Rote Ndao. Wawancara bertipe *expert interview* ini dilakukan secara langsung.

1.7. Metode Perancangan

Tahapan perancangan yang akan dilakukan untuk mendapatkan hasil yang maksimal dijelaskan seperti berikut ini :

1. Riset Pendahuluan

Pencarian data dilakukan melalui beberapa cara. Yang pertama yaitu wawancara dengan pihak dinas pariwisata Provinsi NTT dan Kabupaten Rote Ndao. Cara kedua yaitu dengan studi literatur tentang kebudayaan asli Rote Ndao, terutama tentang kebudayaan dan kondisi alamnya yang selama ini menjadi objek daya tarik wisata.

2. Konsep Perancangan

Setelah penulis mendapatkan hasil survei terkait kebutuhan wisatawan terhadap media promosi, maka akan dapat dirancangan konsep desain media promosi serta aplikasinya yang sesuai secara keseluruhan. Mulai dari *brainstorming* lalu pengumpulan konten yang dapat dimasukkan baik gambar, foto, maupun teks. Kemudian masuk dalam pembuatan *mind mapping* untuk menentukan tipografi, layout, warna, fotografi, simbolisasi, elemen desain, sesuai dengan ilmu desain grafis serta sejalan dengan hasil observasi dan hasil survey. Setelah menemukan

garis besar akan dikembangkan sketsa visual yang sesuai. Setelah selesai baru akan dimulai proses digitalisasi dan melakukan beberapa revisi sesuai hasil masukan.

3. Eksekusi

Proses eksekusi digitalisasi akan dirancang menggunakan Adobe Flash, Adobe Dreamweaver, Adobe Photoshop, dan Adobe Illustrator. Hasil akhir media promosi serta diharapkan akan tampil *clean* dengan sentuhan dekorasi tradisional sebagai lambang kebudayaan. Warna akan disesuaikan dengan palet warna yang sering dipakai oleh masyarakat Rote Ndao dalam kehidupan sehari-hari. Untuk menambah *awareness* akan dibuat juga versi brosur dan flyer yang berisi konten yang sama dari situs promosi. Pada tahap akhir akan dievaluasi kepada target wisatawan kemudian diajukan kepada Dinas Pariwisata terkait untuk dipilih.

UMMN

1.8.Skematika Perancangan

KONSEP PERANCANGAN MEDIA PROMOSI PARIWISATA KABUPATEN ROTE NDAO

