



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

Kemiskinan merupakan keadaan seorang tidak dapat memenuhi kebutuhan hidup dasarnya sehari-hari seperti sandang, pangan, papan, pendidikan, dan kesehatan. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), kemiskinan di wilayah DKI, terdapat 389.690 jiwa penduduk yang hidup dibawah garis kemiskinan (2018, dalam artikel Warga Miskin Bertambah Anies Dianggap Lupa “Maju Kotanya, Bahagia Warganya”, beritasatu.com). Daerah dengan kemiskinan tertinggi menurut data BPS terdapat di Jakarta Utara dengan jumlah 5,59% (2017, dalam artikel Persentase Penduduk Miskin di Jakarta dan Sekitarnya (Maret(2017), databoks.katadata.co.id). Pemerintah daerah maupun pusat sudah melakukan upaya-upaya untuk menurunkan angka kemiskinan, melalui program-programnya, seperti Kartu Indonesia Pintar (KIP), Beras Sejahtera, Kartu Indonesia Sehat (KIS), dan lainnya. Namun, jumlah penduduk yang hidup dibawah garis kemiskinan masih tinggi. Menurut Idrus Marham selaku Menteri Sosial, masalah kemiskinan merupakan tanggung jawab semua elemen bangsa (2018, dalam artikel 3 Fokus Pemerintah Atasi Masalah Kemiskinan di Indonesia, idtimes.com).

Permasalahan di Jakarta ini membuat Ronny Poluan mendirikan yayasan Interkultur yang memiliki program bernama Jakarta Hidden Tour yaitu perjalanan ke *slum area* di Jakarta, tujuannya untuk menyalurkan bantuan bagi masyarakat miskin. Bantuan yang diberikan berupa donasi, atau menjadi *volunteer* untuk

mengajar anak-anak di wilayah tersebut. Dengan mengikuti *tour* ini, secara tidak langsung juga telah berdonasi, karena uang yang dibayarkan akan diberikan kepada masyarakat di daerah tersebut. Jakarta Hidden Tour memberikan cara yang berbeda untuk menyalurkan bantuan, cara ini sesuai dengan ketertarikan untuk umur dewasa awal. Menurut saluran konsumen berita dan bisnis global (CNBC) berdasarkan survey yang dilakukan oleh Realty Mogul dalam detik.com mengatakan bahwa 47% anak usia muda 18-34 tahun lebih memilih untuk menghabiskan uang untuk bepergian, karena merasa pengalaman adalah sesuatu yang penting. Evenbrite pada tahun 2014 juga mengatakan 78% kaum millennial lebih memilih menghabiskan uangnya untuk acara yang disukai dan 55% respondennya mengatakan bahwa hal tersebut memberikan pengalaman berharga (2017, dalam artikel Milenial Tak Habiskan Uang untuk Mobil, TV atau Rumah, detik.com).

Berdasarkan data yang didapatkan bahwa 90% masyarakat Jakarta Utara usia 19-25 tahun sudah mengetahui mengenai daerah kumuh di sekitarnya, namun sebanyak 73% belum pernah membantu daerah tersebut. Hal ini disebabkan karena tidak tahu cara menyalurkan bantuan dan tidak mengetahui kegiatan sosial yang diadakan. Sedangkan berdasarkan data yang didapatkan bahwa 76% tidak mengetahui mengenai Jakarta Hidden Tour. Berdasarkan masalah diatas, maka dibutuhkan promosi untuk Jakarta Hidden Tour agar dapat menarik para pemuda untuk memberikan bantuan kepada orang-orang yang membutuhkan bantuan.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan paparan masalah dalam latar belakang, dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana mempromosikan potensi wisata Jakarta Hidden Tour?
2. Bagaimana perancangan visualisasi promosi wisata Jakarta Hidden Tour?

1.3. Batasan Masalah

Batasan dari permasalahan yang akan dibahas didalam laporan perancangan adalah sebagai berikut:

1. Batasan rancangan

Perancangan dibatasi dalam perancangan promosi Jakarta Hidden Tour untuk mengajak orang berwisata sambil berdonasi.

2. Batasan segmentasi

Perancangan Jakarta Hidden Tour ditujukan kepada awal masa dewasa yaitu usia 19-25 tahun. Menurut Hurlock (seperti dikutip dalam Sobur 2016) mengatakan bahwa fase awal masa dewasa merupakan masa kemandirian, yang berarti sudah dapat mengurus dan mengerjakan kepentingannya sendiri.

Pada tahap ini juga sudah dapat bekerja, sehingga dapat berkontribusi secara langsung (hlm.122).

Secara geografis, perancangan ini ditujukan kepada masyarakat Jakarta.

Menurut Damanhuri selaku tenaga ahli lembaga ketahanan nasional dalam

buku kesenjangan ekonomi (2017) mengatakan bahwa luas pulau Jawa yang merupakan 7% dari keseluruhan wilayah Indonesia ini menampung 62% dari penduduk Indonesia. Sehingga perputaran uang berpusat di Jakarta yaitu sebesar 70% (hlm. Xviii).

Secara psikografis, penulis menargetkan untuk orang-orang yang tertarik untuk kegiatan sosial, memiliki empati yang tinggi, suka berpartisipasi secara langsung dan aktif bermain sosial media. Berdasarkan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia atau yang disebut APJII mengatakan, pengguna internet terbanyak adalah kelompok usia 19-34 tahun yaitu sebesar 49,52% (2018, dalam artikel Pengguna Internet Berdasarkan Kelompok Usia (2017), databoks.katadata.co.id).

1.4. Tujuan Tugas Akhir

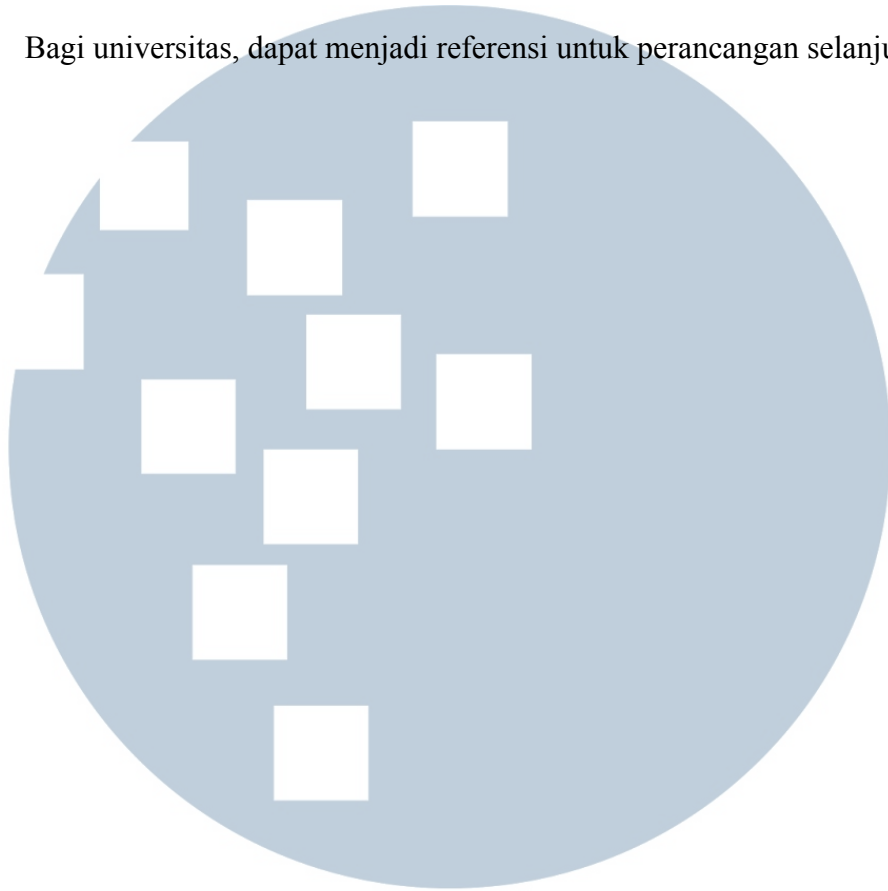
Tujuan dari tugas akhir terbagi menjadi dua, yaitu :

1. Mempromosikan potensi wisata Jakarta Hidden Tour
2. Merancang visualisasi promosi wisata Jakarta Hidden Tour

1.5. Manfaat Tugas Akhir

1. Bagi penulis, dapat mengaplikasikan hasil pembelajaran selama kuliah dan memberi kesempatan untuk bisa mendapat pengalaman baru dengan cara melihat, merasakan, dan berbagi secara langsung kepada orang-orang yang membutuhkan bantuan.
2. Bagi masyarakat, menambah pengetahuan mengenai cara menyalurkan bantuan melalui Jakarta Hidden Tour.

3. Bagi universitas, dapat menjadi referensi untuk perancangan selanjutnya.



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA