

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Papua atau dahulu dikenal sebagai Irian Jaya, memiliki 225 suku yang masih bermukim dan menyebar di seluruh wilayah (papua.go.id, 2016). Suku Kamoro adalah salah satu suku di Papua yang ditemukan pada tahun 1826 (Muller, 2011, h.160). Sebutan “Kamoro” sejatinya diperkenalkan pertama kali oleh Pater Petrus Drabble M.S.C. yang berarti “orang yang hidup” ketika ajaran Gereja Katolik mulai tumbuh (Muller, 2011). Menurut hasil wawancara yang dilaksanakan pada 3 September 2020 dengan Herman Kiripi selaku seniman Kamoro juga sebagai salah satu pemangku hak adat, suku Kamoro tinggal di Kabupaten Mimika, tepatnya di wilayah bagian tengah pesisir selatan Papua. Menurut penuturan beliau, Kamoro memiliki segudang keunikan seperti keadaan geografis, sumber pangan, sistem hunian, serta warisan budaya yang dapat menjadikan suku Kamoro sebagai salah satu destinasi wisata budaya.

Sayangnya, dengan segudang potensi budaya yang dimilikinya, berdasarkan hasil penyebaran kuisisioner kepada 114 responden, sebanyak 98 responden masih belum mengetahui eksistensi suku Kamoro. Berdasarkan data tersebut juga, sebanyak 31 orang mengaku mengetahui suku Asmat, 25 responden menyebutkan mengetahui suku Dani, 6 responden mengaku pernah mendengar suku Kamoro, dan 14 responden tidak mengetahui suku yang terdapat di Papua. Dapat disimpulkan dari hasil kuisisioner, hampir seluruh responden tidak mengetahui eksistensi suku

Kamoro terutama potensi wisata budayanya, sehingga suku ini belum banyak dilirik sebagai salah satu destinasi wisata budaya.

Pasalnya, Herman Kiripi mengatakan bahwa meneruskan warisan budaya seperti membuat kerajinan ukir dan anyam, pertunjukan tarian dan ritual adat, kehidupan sebagai peramu dan sebagainya merupakan mata pencaharian bagi orang Kamoro yang tentunya dapat menghasilkan pemasukan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Sementara Albertin Timang, selaku Kepala Bidang Kebudayaan pada Dinas Pariwisata Kebudayaan Pemuda dan Olahraga Kabupaten Mimika pada wawancara tanggal 14 September 2020, mengatakan bahwa jumlah penduduk Kamoro yang memiliki minat untuk meneruskan warisan budaya kian menurun. Dengan demikian, apabila tidak dilakukan promosi wisata suku Kamoro, maka suku Kamoro akan kehilangan sebagian dari mata pencaharian mereka yang tentunya dapat berdampak pada terhentinya roda perekonomian.

Dari permasalahan yang telah dipaparkan di atas, dan dengan mengacu pada ketidaktahuan masyarakat Indonesia atas eksistensi dan potensi budaya suku Kamoro, maka penulis mengusulkan penyelesaian masalah berupa perancangan media promosi sebagai solusi dalam meningkatkan pengetahuan masyarakat Indonesia atas eksistensi dan potensi budaya Kamoro sebagai salah satu destinasi wisata budaya di Papua.

1.2. Rumusan Masalah

1. Bagaimana mengkomunikasikan keunikan wisata suku Kamoro melalui perancangan promosi?

2. Bagaimana perancangan visual promosi untuk wisata budaya suku Kamoro?

1.3. Batasan Masalah

Berdasarkan masalah yang diuraikan, untuk memperjelas dan membatasi lingkup penelitian, maka penulis membatasi permasalahan tersebut pada:

1.3.1. Geografis

Pada target primer, penulis menetapkan lingkup utama dari Perancangan Promosi Wisata Kamoro bagi seluruh masyarakat Indonesia. Sedangkan pada target sekunder, penulis menetapkan lingkup geografis bagi masyarakat yang berasal dari luar Indonesia, yakni warga negara asing.

1.3.2. Demografis

1.3.2.1 Target Primer

Pada target primer, penelitian ditetapkan bagi perempuan dan laki-laki, usia 36 – 45 tahun, berkebangsaan dan berbahasa Indonesia, dengan tingkat pendidikan akhir SMA dan Universitas, memiliki berbagai jenis pekerjaan yang tercantum dalam golongan pokok menurut Klasifikasi Baku Jenis Pekerjaan Indonesia oleh Badan Pusat Statistik, dengan tingkat kelas ekonomi SES A.

1.3.2.2 Target Sekunder

Target sekunder, penelitian ditetapkan bagi perempuan dan laki-laki, usia 36 – 45 tahun, merupakan warga negara asing, dengan tingkat pendidikan akhir SMA dan Universitas, memiliki pekerjaan yang apabila disesuaikan dengan Klasifikasi Baku Jenis Pekerjaan Indonesia oleh Badan Pusat Statistik,

merupakan berbagai jenis pekerjaan dalam golongan pokok, dengan tingkat kelas ekonomi SES A.

1.3.3. Psikografis

Baik untuk kedua target, penelitian ini ditujukan bagi masyarakat seluruh Indonesia dan warga negara asing yang gemar berwisata khususnya wisata budaya, menetap dan berinteraksi dengan penduduk suatu daerah, berkeinginan untuk mengenal suatu budaya, memiliki ketertarikan terhadap seni dan budaya berbagai daerah di Indonesia termasuk suku Kamoro, memiliki kemauan untuk melakukan eksplorasi, serta memiliki rasa keingintahuan yang tinggi.

1.4. Tujuan Tugas Akhir

Berdasarkan rumusan masalah, maka tujuan tugas akhir ini adalah merancang promosi wisata Kamoro untuk mengkomunikasikan keunikan wisata Kamoro sehingga mampu mengundang minat wisatawan untuk berwisata ke Timika.

1.5. Manfaat Tugas Akhir

Dalam penelitian ini, penulis menyimpulkan manfaat perancangan tugas akhir menjadi tiga bagian yaitu:

1. Bagi Penulis

Manfaat bagi penulis adalah mendapatkan ilmu dan pengetahuan baru, menerapkan dan mengimplementasikan ilmu yang telah dipelajari selama menjalankan masa perkuliahan pada permasalahan nyata, serta untuk meraih gelar sarjana desain (S.Ds.) dari Universitas Multimedia Nusantara.

2. Bagi Orang Lain

Manfaat bagi orang lain adalah agar dapat mengetahui eksistensi, keunikan wisata dan mengetahui potensi budaya Kamoro sebagai salah satu destinasi wisata budaya di Papua sehingga mampu menarik minat wisatawan untuk berkunjung. Perancangan promosi wisata suku Kamoro juga dapat bermanfaat untuk memberikan manfaat ekonomi bagi penduduk Kamoro.

3. Bagi Universitas

Manfaat bagi universitas adalah laporan tugas akhir ini dapat menjadi salah satu media pembelajaran untuk mahasiswa lainnya, dan menjadi salah satu sumber informasi mengenai perancangan media promosi dan wisata budaya Kamoro.