



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, 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

Indonesia mempunyai berbagai jenis wisata, menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), wisata berarti bepergian untuk memperluas pengetahuan dan bersenang-senang. Salah satu jenis wisata di Indonesia yaitu wisata kuliner. Secara definitif wisata kuliner memiliki arti pengalaman berwisata yang berkaitan dengan makanan, yang disertai dengan pembelajaran budaya (Horng & Tsai, 2010). Wisata kuliner merupakan jenis wisata yang menjadi prioritas wisatawan, dari 16 subsektor ekonomi kreatif di Indonesia, kuliner menempati urutan pertama dengan persentase 41,69% (Kemenparekraf.go.id, 2019).

Salah satu wisata kuliner yang terkenal di Indonesia adalah rendang. Rendang yang berasal dari Kota Padang ini merupakan salah satu makanan khas Indonesia. Dengan adanya wisata kuliner di suatu daerah, wisatawan memiliki keuntungan untuk mendapatkan pengalaman yang unik dan istimewa. Saat melakukan perjalanan berwisata, wisatawan akan mencari tahu tentang masakan lokal, mencicipi makanan khas, dan memahami tradisi budaya masyarakat lokal pada destinasi wisata yang dikunjungi (Kemenparekraf.go.id, 2019). Terdapat pula empat komponen kepariwisataan yaitu 4A yang terdiri dari Atraksi, Aksesibilitas, Amenitas dan Ansilari. Amenitas merupakan fasilitas yang mendukung dan memenuhi keinginan maupun kebutuhan wisatawan, salah satunya adalah ketersediaan media informasi baik berbentuk nyata maupun tidak berwujud yang dibutuhkan oleh wisatawan sebagai fasilitas pendukung dalam melakukan wisata (Sugiama, 2014).

Menurut Dwi Putra Sumarna selaku Kepala Dinas Pariwisata, Kebudayaan, Pemuda dan Olahraga Kota Singkawang, banyaknya objek wisata dan kuliner di Kota Singkawang memang berpotensi menjadi salah satu destinasi wisatawan di Indonesia. Namun, Kota Singkawang masih belum bisa bersaing dengan destinasi wisata lain di Indonesia. Hal ini dikarenakan wisatawan tidak mengetahui informasi

tentang wisata kuliner Kota Singkawang, informasi biasanya hanya disampaikan melalui *word of mouth*. Akibatnya tingkat minat wisatawan berkunjung ke Kota Singkawang menurun. Media informasi dibutuhkan oleh calon wisatawan Kota Singkawang untuk mengetahui tujuan wisata kuliner yang ingin dikunjungi dan ketepatan informasi yang baik juga dibutuhkan untuk menambah daya tarik wisatawan (Sun, 2016).

Kepala *Tour Inbound Association of The Indonesian Tours and Travel Agencies* Kalimantan Barat, menyatakan sebagian besar wisatawan lokal yang berkunjung ke Kota Singkawang adalah masyarakat tionghua yang berasal dari pulau Jawa (Putra, 2020). Dari hasil kuesioner yang dilakukan penulis sesuai target demografis audiens di Jabodetabek, dengan derajat ketelitian 10%, disimpulkan bahwa sebanyak 66,7% responden belum berkunjung karena tidak mengetahui informasi tentang Kota Singkawang. Oleh karena itu, dibutuhkan suatu simp

Salah satu solusi dari permasalahan kurang informasi adalah dengan perancangan media informasi. Media informasi sendiri merupakan alat grafis untuk menyusun maupun menangkap kembali informasi visual (Sobur, 2006). Sebelumnya beberapa media informasi tentang wisata kuliner Kota Singkawang sudah pernah dibuat, seperti infografik, *website*, dan sosial media namun media tersebut belum bisa memberikan informasi yang spesifik mengenai wisata kuliner di Kota Singkawang. Hal ini dikarenakan informasi yang disajikan tidak terkurasi, tidak *update* dan peletakannya berceceran, seperti contoh media informasi dari akun Instagram kuliner Singkawang, terdapat permasalahan yaitu akun Instagram sudah lama tidak diperbaharui sehingga informasi yang didapat juga tidak *update*. Selain itu, peletakan informasi yang disampaikan dari akun instagram kuliner Singkawang tidak beraturan dan tidak mempunyai tampilan yang menarik. Dari paparan masalah di atas, maka dibuatlah perancangan media informasi wisata kuliner Kota Singkawang untuk wisatawan Jabodetabek sebagai salah satu alternatif penyampaian informasi yang lengkap dan akurat.

1.2.Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah yang dibuat yaitu bagaimana perancangan buku ilustrasi wisata kuliner Kota Singkawang kepada wisatawan Jabodetabek.

1.3.Batasan Masalah

Adapun batasan masalah yang dibuat untuk membatasi pembahasan agar fokus penjabarannya dan tidak menyimpang. Berikut batasan masalahnya:

1.3.1. Demografis

Jenis Kelamin	: Laki-laki dan perempuan
Usia	: 18 - 24 tahun
Kelas Ekonomi	: SES A
Pekerjaan	: Pelajar dan karyawan
Kebangsaan	: Indonesia

1.3.2. Geografis

Lingkup perancangan buku ilustrasi ini adalah daerah Jabodetabek.

1.3.3. Psikografis

Masyarakat yang menyukai wisata kuliner, penasaran dengan wisata kuliner, mengikuti trend wisata kuliner, menyukai konten wisata kuliner.

1.4.Tujuan Tugas Akhir

Membuat perancangan buku ilustrasi wisata kuliner Kota Singkawang kepada wisatawan Jabodetabek.

1.5.Manfaat Tugas Akhir

1.5.1. Manfaat bagi penulis

Manfaat untuk penulis yaitu mendapatkan pengalaman dan pengetahuan yang mendalam mengenai wisata kuliner Kota Singkawang.

1.5.2. Manfaat bagi masyarakat

Manfaat untuk masyarakat yaitu lebih mengetahui informasi mengenai apa saja wisata dan kuliner Kota Singkawang.

1.5.3. Manfaat bagi universitas

Manfaat untuk universitas yaitu bisa menjadi sumber pelajaran atau inspirasi bagi mahasiswa/i Universitas Multimedia Nusantara.

