



### **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**

Bali, yang merupakan salah satu provinsi di Indonesia dengan daya tarik yang kuat di bidang pariwisata. Menurut Ramadhanny (2014), keunggulan utama Bali dibandingkan daerah pariwisata lainnya terletak pada budaya tradisional yang dipadu dengan keindahan alamnya. Hal ini tidak lepas dari peran setiap kabupaten di Bali yang memiliki kelebihannya tersendiri pada setiap objek wisata, sebagai contoh Badung dengan Pantainya, Buleleng dengan Seni ukir dan lukis. Selain itu terdapat salah satu kabupaten yaitu Tabanan, yang memiliki sebutan khusus sebagai lumbung beras pulau dewata karena luasnya hamparan sawah berundak yang menjadi ciri khas sawah di Bali.

Selain hamparan sawah yang luas, Tabanan juga memiliki potensi wisata yang mewakili wajah dari pariwisata Bali yaitu dengan eksotika alam yang dipadu dalam sentuhan budaya. Ini yang menjadikan Tabanan membuat sebuah program pariwisata dengan menyelaraskan budaya tradisional serta pertanian untuk menjadi daya tarik utama dalam pariwisata di Tabanan. Sebenarnya kondisi ini didukung oleh letak Tabanan yang strategis, tepat berada di tengah-tengah pulau Bali (Puspa, 2014). Namun, sejauh ini kondisi tersebut hanya menjadikan Tabanan sebagai lokasi yang sekadar dilewati oleh wisatawan yang memang lebih terfokus kepada daerah-daerah yang sudah terkenal sebelumnya.

Padahal, menurut Masuki (2012), semakin sempitnya lahan-lahan utama pariwisata di bagian selatan Bali yang menjadi destinasi utama seperti Kuta, Nusa Dua, dan Denpasar menjadikan pengembangan sarana pariwisata di Bali mulai bergeser ke kabupaten Tabanan. Pergeseran pengembangan ini disebabkan oleh Daya tarik Tabanan sendiri yang memadukan budaya, kesenian tradisional, dan pemandangan alam dari desa wisata yang hanya dapat ditemui di pelosok Tabanan. Salah satu contohnya adalah desa Jatiluwih yang menyajikan pemandangan sawah yang dipadu alam desa pegunungan, kesenian tradisional khas dan juga upacara tradisional yang dilaksanakan setiap 210 hari sekali (Budhianna, 2013). Selain itu daya tarik Tabanan juga bisa diarahkan ke pertunjukkan kesenian *okokan* yang asli dari desa Kerambitan.

Permasalahannya, pengembangan tersebut tak sejalan dengan bertambahnya wisatawan yang berkunjung, karena umumnya wisatawan yang berkunjung lebih memilih objek wisata yang sudah terkenal seperti Tanah lot dan juga Bedugul yang kurang mencerminkan Tabanan itu sendiri. Disamping itu, pariwisata budaya di Tabanan juga belum berdampak serius terhadap pemeliharaan budaya serta pelaku budaya itu sendiri. Sebagai contoh kesenian *Okokan* yang asli dari Tabanan harus dibawa ke Nusa Dua terlebih dahulu untuk dipertunjukkan karena sedikitnya wisatawan yang datang ke desa asalnya. Ini yang pada akhirnya menyebabkan ekonomi pelaku budaya tidak berkembang karena hanya mendapat bayaran kecil dari pihak penyelenggara dan desa wisata akan tetap sepi karena promosi tidak digalakkan (Fajar, 2015).

Peningkatan jumlah wisatawan yang berujung pada pemerataan jumlah wisatawan ke setiap tempat wisata sangat harus dilakukan (Budhianna, 2013). Promosi dengan mengangkat wisata alam serta budaya tradisional dapat dilakukan agar wisatawan dengan mudah mendapatkan informasi tentang lokasi wisata yang menjadi unggulan di Tabanan dan tidak hanya mengunjungi objek-objek wisata yang telah populer namun jauh dari esensi berwisata di Bali (Fajar, 2015).

### **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang, didapatkan rumusan masalah sebagai berikut: bagaimana cara merancang visual media promosi yang tepat agar potensi pariwisata kabupaten Tabanan dapat dikenal masyarakat luas dan menjadikan kabupaten Tabanan sebagai destinasi alternatif wisata pulau Bali?

### **1.3. Batasan Masalah**

Agar penulisan laporan Tugas Akhir sesuai dengan tujuan yang sebelumnya telah direncanakan, maka penulis menetapkan batasan-batasan sebagai berikut:

1. Secara geografis, perancangan media promosi ini ditujukan bagi masyarakat yang termasuk dalam status wisatawan nusantara yang tinggal di wilayah Jakarta dan telah menentukan Bali sebagai destinasinya dalam berlibur.
2. Secara demografis, perancangan media promosi ini ditujukan kepada orang-orang yang telah berusia 20-35 tahun. Usia tersebut dipilih karena masyarakat pada usia tersebut telah memiliki pemikiran terbuka dan telah dapat memilih apa yang dituju dalam setiap liburannya serta telah memiliki penghasilan atau dana yang cukup untuk berlibur ke Bali.

3. Secara Psikografis, perancangan media promosi ini ditujukan untuk orang-orang yang tertarik akan wisata alam khususnya alam yang hijau dan juga budaya tradisional. Disamping itu, media promosi ini juga dapat ditujukan kepada orang-orang yang tertarik pada *travelling* karena lelah akan keseharian ibu kota dan juga mencari hal-hal baru dalam berlibur di Bali.

#### **1.4. Tujuan Tugas Akhir**

Tugas Akhir ini bertujuan untuk merancang visual media promosi yang tepat agar potensi pariwisata kabupaten Tabanan dapat dikenal masyarakat luas dan menjadikan kabupaten Tabanan sebagai destinasi alternatif wisata di pulau Bali.

#### **1.5. Manfaat Tugas Akhir**

Tugas Akhir ini memiliki manfaat sebagai berikut:

1. Bagi kabupaten Tabanan, perancangan Tugas Akhir ini bermanfaat untuk meningkatkan citra pariwisata kabupaten Tabanan sehingga lebih dapat dikenal luas, dan wisatawan dapat memilih kabupaten Tabanan sebagai destinasi alternatif wisata di pulau Bali. Selain itu, pariwisata kabupaten Tabanan diharapkan dapat terus berkembang dengan adanya media promosi ini.
2. Untuk pribadi, Tugas Akhir ini bermanfaat untuk memberikan pengalaman dan juga portofolio di bidang media promosi pariwisata yang dapat digunakan sebagai bekal melangkah ke jenjang berikutnya.

3. Bagi Universitas Multimedia Nusantara (UMN), Tugas Akhir ini memberikan langkah bagi UMN dalam membantu dan berkontribusi dalam kemajuan pariwisata di Bali, serta meningkatkan dan juga mengembalikan citra pariwisata dari provinsi Bali.

#### **1.6. Metode Pengumpulan Data**

Penulis mengumpulkan data-data yang nantinya akan berguna bagi perancangan Tugas Akhir dengan menggunakan beberapa metode perancangan. Metode yang akan digunakan penulis adalah sebagai berikut:

1. **Studi Pustaka**

Studi pustaka digunakan untuk mengumpulkan teori-teori dengan mencari sumber data dan informasi dari buku-buku terkait yang akan menjadi konten utama dari perancangan media promosi kabupaten Tabanan

2. *Existing Studies*

Mencari referensi dari media promosi pariwisata yang telah ada di masyarakat untuk mengetahui contoh media promosi sejenis yang baik dan tentunya juga menarik, kemudian diterapkan pada perancangan media promosi pariwisata kabupaten Tabanan.

3. **Observasi**

Observasi merupakan kegiatan dengan melakukan pengamatan yang bertujuan untuk mengumpulkan informasi pariwisata kabupaten Tabanan berdasarkan fakta dan mendatangi langsung departemen terkait.

#### 4. Wawancara

Wawancara digunakan untuk mengumpulkan data penelitian secara kualitatif. Pada perancangan ini wawancara dilakukan kepada tokoh serta petugas di dinas pariwisata provinsi Bali dan juga kabupaten Tabanan untuk mengetahui program pariwisata apa saja yang telah dibuat, dan juga proyeksi serta sistem promosi yang pernah dilakukan terhadap pariwisata di kabupaten Tabanan.

#### 5. Kuesioner

Kuesioner digunakan untuk mengumpulkan data penelitian secara kuantitatif dengan memberikan kumpulan pertanyaan sesuai pada batasan masalah yang telah dirancang untuk mengetahui daya tarik serta mengetahui seberapa luasnya responden mengenal kabupaten Tabanan,

### 1.7. Metode Perancangan

Metode perancangan digunakan dalam pembuatan media promosi untuk pariwisata kabupaten Tabanan agar selama proses pembuatan karya tersebut dapat memecahkan masalah dengan menyusun beberapa tahapan-tahapan sebagai berikut.

#### 1. Perumusan Masalah

Melakukan observasi terhadap lingkungan sekitar yang berhubungan dengan media promosi yang akan dibuat. Setelah itu, merangkum semua data yang telah terkumpul dengan tujuan untuk memudahkan penulis menemukan setiap masalah yang menjadi inti pengangkatan Tugas Akhir.

2. Konsep

Konsep ditentukan yang nantinya akan menjadi acuan dari perancangan, sehingga rancangan media promosi ini memiliki hasil akhir yang sesuai dengan hasil dari rumusan masalah.

3. *Brainstorming*

Dalam proses ini, dari semua data yang telah terkumpul melalui seluruh metode pengumpulan data dilakukanlah *brainstorming*. Dalam proses ini, akan muncul ide-ide yang semakin berkembang dan pada akhirnya memudahkan penulis untuk menentukan apa saja yang dibutuhkan untuk memecahkan masalah dari pariwisata kabupaten Tabanan.

4. Sketsa

Sketsa merupakan proses dimana penulis mulai untuk membuat gambaran singkat dari rancangan media promosi yang akan dibuat. Setelah itu, sketsa akan dikembangkan dalam tahap digital.

5. Visualisasi

Setelah gambaran ditetapkan melalui sketsa, pada tahap ini, media promosi yang telah ditentukan secara digital akan mulai untuk dibuat.

## 1.8. Skematika Perancangan

