



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

Negara Indonesia merupakan negara yang terkenal dengan kekayaan alam dan budayanya serta memiliki potensi wisata alam yang terkenal dengan keindahannya. (Nirwandar, 2014). Kekayaan alam dan budaya adalah komponen penting dalam pariwisata Indonesia. Dikenal sebagai negara kepulauan terbesar di dunia, tak heran banyaknya tempat wisata yang didukung dengan warisan budaya yang kaya, peninggalan benda-benda bersejarah zaman kuno, serta keberagaman etnis di Indonesia yang memiliki lebih dari 500 bahasa daerah yang berbeda-beda. Candi Prambanan dan Borobudur, Bali, dan Bunaken merupakan contoh tujuan wisata di Indonesia yang sudah cukup global.

Berdasarkan riset yang dilakukan melalui survei kepada orang – orang yang gemar bepergian (*travelling*), data sementara menunjukkan bahwa dari 81 responden, 84% memilih tempat wisata alam sebagai daya tarik yang paling ingin dilihat. 62% responden didominasi oleh wanita dan 38% sisanya pria. Hasil survey kemudian menemukan 86% responden yang berdomisili di Jabodetabek lebih memilih berwisata sebagai turis dan sebanyak 77% menjawab frekuensi bepergian mulai dari 3-5 kali setiap tahunnya baik dalam maupun di luar negeri dengan budget Rp 1.500.000 – Rp 3.000.000 sebanyak 38%. 53% mengatakan tempat wisata yang unik merupakan hal yang lebih menarik perhatian dibandingkan dengan tempat wisata yang lagi trend (37%) ataupun karena biaya

akomodasi mudah (10%). Dari 82 responden, 51% adalah anak muda menjelang dewasa dengan rentan umur 21-29 tahun. 34% berjarak 30-39 tahun, dan sisanya (15%) remaja dibawah 21 tahun. Dari data diatas, terlihat bahwa angka responden yang paling mendominasi yaitu para remaja (kuliah) menjelang dewasa yang sudah bekerja dan menyukai *travelling* sebagai kegiatan *refreshing* untuk mengisi waktu luang mereka. Jadi dapat disimpulkan masyarakat yang tinggal di daerah Jabodetabek adalah masyarakat yang suka dengan hal – hal yang unik menarik dan fresh sebagai pertimbangan utama mereka dalam memilih destinasi wisata.

Indonesia memiliki beragam ciri khas yang menjadi daya tarik dari setiap tempat wisata yang ditawarkan. Salah satu tempat wisata yang menyediakan keunikan, keanekaragaman alam, dan budaya, serta nilai sejarah adalah Kota Tomohon. Kota Tomohon adalah sebuah kota kecil yang berada di Pulau Sulawesi, tepatnya Sulawesi Utara. “Kota Bunga” merupakan julukan atau sebutan yang diciptakan oleh penduduk Sulawesi Utara untuk kota kecil ini. Tomohon memiliki begitu banyak tempat wisata didalamnya. Mulai dari peninggalan pra-sejarah contohnya seperti waruga, kemudian udara yang bersih dan sejuk, beragam keindahan alam yang mendominasi akan menarik perhatian semua mata yang melihatnya, serta keberagaman budaya, hasil kerajinan tangan dan festival bunga tahunan yang menjadi puncak dari perayaan Kota Tomohon setiap tahunnya.

Mengacu pada 81 responden dari riset yang telah dilakukan 51% menunjukkan para responden tidak mengetahui keberadaan Kota Tomohon. Sedangkan 49% yang menjawab tahu akan Kota Tomohon dengan jawaban Kota

Tomohon adalah kota yang ada di Sulawesi Utara atau kota yang dikenal beberapa orang dengan adanya pasar unik yang menjual berbagai jenis hewan untuk dikonsumsi. Jadi, dari hasil data yang ada dapat disimpulkan bahwa kurangnya informasi dan promosi yang tepat akan Kota Tomohon merupakan masalah yang membuat orang tidak mengetahui apa sebenarnya yang ada di kota Tomohon, terlebih potensi wisata yang dimilikinya. Untuk itu Penulis mendapatkan solusi dari masalah itu dengan melakukan perancangan visual promosi untuk wisata Kota Tomohon agar informasi tentang Kota Tomohon bertambah serta dikemas dengan cara yang menarik sehingga dapat mengundang rasa keingintahuan dan keinginan untuk mengunjungi Kota Tomohon sebagai destinasi wisata alam yang berkualitas.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan di atas, maka Penulis dapat menarik adanya permasalahan sebagai:

1. Bagaimana mengkomunikasikan potensi wisata Kota Tomohon melalui sebuah promosi wisata?
2. Bagaimana merancang visual promosi yang tepat untuk mengkomunikasikan potensi wisata yang ada di Kota Tomohon?

1.3. Batasan Masalah

Terdapat beberapa variabel dalam menentukan segmentasi, yaitu diantaranya adalah secara geografi, demografi, psikografi, *behavioral*. (Kotler dan Armstrong, 2012:191),

1. Target Primer

Geografi : tinggal di wilayah Jabodetabek.

Demografi : Usia 24-35 Tahun, Wanita dan Pria, dikhususkan untuk Wanita. Sudah berpenghasilan sendiri, menengah ke atas.

Psikografi : Menyukai *travelling* atau jalan-jalan

Behavioral: Gaya hidup perkotaan (*up to date*), aktif di media sosial,

2. Merancang visual promosi yang akan digunakan untuk Poster sebagai media utama. Serta brosur, booklet, serta merchandise sebagai media pendukung

1.4. Tujuan Perancangan

Adapun tujuan dari perancangan tugas akhir adalah untuk merancang visual promosi wisata Kota Tomohon

1.5. Manfaat Tugas Akhir

Perancangan tugas akhir ini diharapkan :

1. Menjadi salah satu karya yang dibuat sebagai tanda apresiasi terhadap potensi wisata alam yang ada di Indonesia khususnya untuk Kota Tomohon.

2. Memberitahukan sekaligus menarik masyarakat daerah Jabodetabek untuk mau berkunjung ke Kota Tomohon.

1.6. Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dapat dilakukan dalam beberapa cara dengan jenis yang berbeda (Sugiono, 2014:187) yaitu :

1. Observasi

Observasi merupakan pengumpulan data dengan cara mengamati atau melakukan pendekatan secara langsung kepada target yang ingin diamati.

Penulis melakukan observasi terhadap Kota Tomohon, membuktikan bahwa Kota Tomohon telah siap dalam segala aspek mulai dari akses dan waktu dari Jakarta hingga ke Tomohon diperlukan berapa lama, hingga ketersediaan fasilitas seperti akomodasi, transportasi hingga *signage* sebagai petunjuk arah yang jelas. Serta observasi terhadap kebiasaan wisatawan dalam penggunaan media apa saja yang paling sering digunakan untuk mendapatkan informasi.

2. Wawancara

Wawancara adalah kegiatan Tanya jawab yang dilakukan oleh satu orang dengan orang yang lainnya baik satu saja maupun lebih. Wawancara dilakukan dengan bertanya pertanyaan – pertanyaan yang relevan dengan topik yang sudah ditentukan.

Penulis memberikan pertanyaan – pertanyaan yang sudah disiapkan sebagai sarana untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan. Penulis mewawancarai beberapa narasumber, mulai dari Pemerintah Sulawesi Utara, Dinas Kebudayaan

dan Pariwisata Kota Tomohon hingga pengelola tempat wisata dan wisatawan itu sendiri.

3. Kuesioner

Kuisisioner merupakan kegiatan survei yang dilakukan dengan cara menyebarkan pertanyaan dan diisi oleh responden yang sudah ditargetkan dari awal penyebaran kuisisioner.

Responden diberikan pertanyaan –pertanyaan mengenai tempat wisata apa yang paling disukai, frekuensi dalam berwisata, hingga pengetahuan akan Kota Tomohon. Dari hasil kuisisioner yang dilakukan, akan dibuat sebagai data pendukung untuk perancangan visual promosi wisata Kota Tomohon

4. Studi Literatur

Studi literatur adalah metode pencarian data melalui buku teori, karya tulis, maupun artikel dari sumber-sumber yang terpercaya.

Penulis mencari data untuk mendukung perancangan karya melalui sumber seperti buku, jurnal ilmiah, artikel, maupun internet. Literatur yang digunakan penulis adalah mengenai pariwisata, wisatawan, promosi, desain visual,

1.7. Metode Perancangan

Matt Cooke menjelaskan, melalui Bennett (2006, hlm.132), bahwa terdapat beberapa tahap dalam metodologi desain, yaitu:

1. *Definition*

Pada tahap *definition*, penulis mengidentifikasi permasalahan yang ada seperti apakah Kota Tomohon layak menjadi destinasi wisata masyarakat? Serta apakah target yang ditentukan merupakan benar –benar yang menyukai kegiatan

berwisata atau tidak, dan apakah promosi yang dilakukan oleh Pemerintah Kota Tomohon efektif atau tidak.

2. *Divergence*

Pada tahap *divergence* ini penulis akan mengumpulkan data baik data kuantitatif yang diperoleh dari observasi, kuesioner, wawancara serta studi literatur. Apabila data yang dibutuhkan terkumpul, penulis akan menganalisis data sehingga dapat menemukan masalah desain yang ada, kemudian mencari solusi yang tepat untuk strategi perancangan yang akan dilakukan. Hasil dari analisis data akan dijadikan konsep yang telah dibuat melalui proses *mind mapping* serta *brainstorming*.

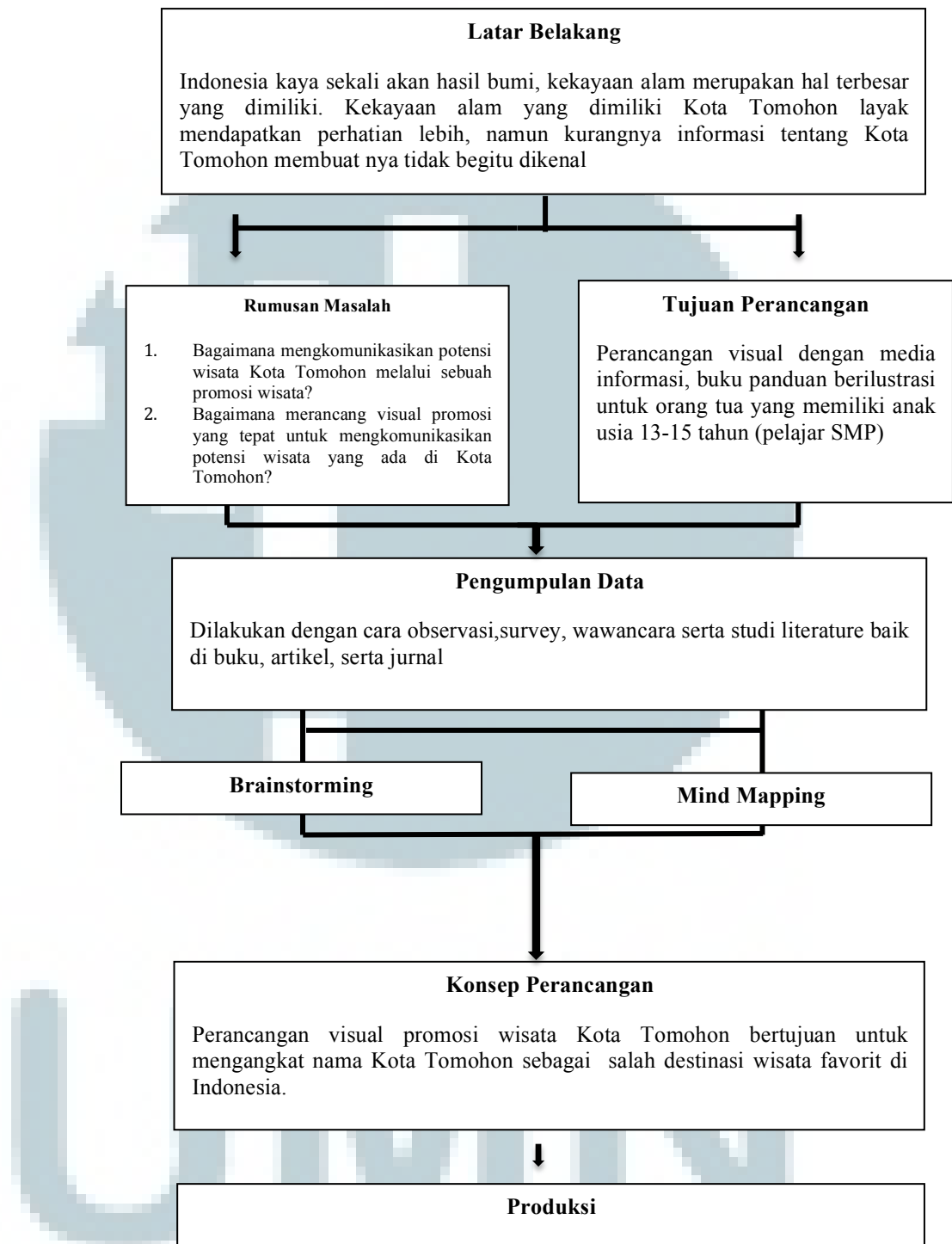
3. *Transformation*

Pada *transformation*, penulis melakukan proses sketsa disesuaikan dengan hasil dari mindmapping dan brainstorming kemudian melakukan beberapa pilihan alternatif sebagai pembandingan desain mana yang paling cocok untuk dapat menarik perhatian mata yang memandang.

4. *Convergence*

Pada *convergence*, penulis akan melakukan produksi pada hasil akhir desain yang sebelumnya sudah dicoba dan diuji sehingga mendapatkan hasil akhir yang paling sesuai.

1.8. Skematika Perancangan



Gambar 1.1. Skematika Perancangan

(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

1.9. Timeline

KEGIATAN	Feb				Mar				Apr				Mei			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Research	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■						
Visual reference					■	■	■									
Brainstorming						■	■	■	■							
Sketching & Digitalisation									■	■	■	■	■	■		
Editing-Print													■	■	■	
Finalizing															■	■

Tabel 1.1. *Timeline* perancangan

(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

UMMN