

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Indonesia dapat dijadikan sebagai destinasi wisata utama bagi wisatawan dibandingkan ke luar negeri. Banyak objek wisata yang indah dan dapat menarik para wisatawan, mulai dari wisata alam, budaya, adat-istiadat dan kaya akan peninggalan sejarah (Survei dari situs Lensa Indonesia oleh Wego Indonesia, 2013).

Provinsi Jawa Timur memiliki banyak daerah yang dapat dijadikan destinasi wisata. Salah satu daerah di Jawa Timur dengan mengusung segala jenis wisata yang ramai dikunjungi adalah Kota Batu. Kota Batu terbentuk pada tahun 2001 sebagai pemekaran dari Kabupaten Malang. Sebelumnya wilayah Kota Batu merupakan bagian dari Sub Satuan Wilayah Pengembangan 1 (SSWP 1) Malang Utara. Kota Batu terletak pada ketinggian 871 m di atas permukaan laut dan dikelilingi beberapa gunung diantaranya Gunung Anjasmoro (2277 m), Gunung Welirang (2156m). Sehingga Kota Batu memiliki panorama alam yang indah serta berudara sejuk, *De Kleine Switzerland* (Swiss Kecil di Pulau Jawa) begitulah kata orang Belanda menyebutnya. Tentunya hal ini menjadi nilai lebih dan akan menarik minat masyarakat untuk berkunjung. (Arsip Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu)

Kota Batu terkenal dengan sebutan Kota Wisata Batu karena terdapat banyak objek alam, objek budaya dan objek buatan yang berpotensi sebagai wisata. Berbagai macam objek wisata buatan yang ditawarkan, mulai dari wahana yang menantang adrenalin, macam-macam binatang serta perpaduan lampu-lampu yang cantik saat di malam hari. Lokasi yang strategis dan berdekatan dengan objek wisata buatan lainnya membuat para wisatawan tidak perlu mengeluarkan banyak waktu untuk perjalanan wisata selanjutnya. Selain objek wisata buatan, objek wisata alam yang ditawarkan Kota Batu juga tidak

kalah menarik. Diantaranya adalah air terjun, *rafting*, paralayang. Sedangkan objek budaya yang ditawarkan dibedakan menjadi dua macam budaya kesenian dan budaya masyarakatnya yaitu bertani dan berkebun. Objek budaya dan alam tersebut dikemas dalam bentuk desa wisata. Hal ini guna menjaga kelestarian budaya agar tidak luntur dimakan zaman.

Kunjungan wisatawan terhadap Kota Batu setiap tahunnya mengalami kenaikan. Hal ini dapat dibuktikan berdasarkan tabel dibawah mengenai data statistik jumlah kunjungan daerah tujuan wisata (DTW) dari tahun 2012 hingga 2015.

**Tabel 1.1 Jumlah Kunjungan Wisatawan Kota Batu Berdasarkan Kategori Wisata tahun 2012 -2015**

Tahun	Wisata Buatan		Wisata Alam		Wisata Religi		Jumlah Kunjungan
	W.Nus	W.Man	W.Nus	W.Man	W.Nus	W.Man	
2011	1.526.724	7.171	412.384	928	10.112	98	1.957.417
2012	1.083.976	1.467	314.102	187	19.911	-	1.419.643
2013	1.498.483	994	363.743	367	17.658	201	1.881.446
2014	1.717.902	3.460	317.790	863	1.150	12	2.041.177
2015	1.803.430	2.185	434.042	1.240	7.734	390	2.249.021
<b>Total</b>	7.645.792		1.845.646		57.266		9.548.704
Persentase	80%		19%		1%		

(Sumber : Arsip Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu tahun 2016)

Berdasarkan arsip Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu, kunjungan wisatawan terhadap wisata buatan menduduki 80% dari jumlah total kunjungan wisatawan ke Kota Batu pada lima tahun terakhir dibandingkan kunjungan terhadap wisata alam yang hanya 19%. Padahal Kota Batu memiliki panorama alam yang indah dan hasil alam yang melimpah sehingga memiliki daya tarik tersendiri dan dapat menarik minat wisatawan yang akan berkunjung ke Kota Batu. Namun kurangnya informasi wisatawan terhadap wisata alam membuat para wisatawan sebagian besar hanya tertarik dan berkunjung pada wisata buatan dibandingkan wisata alam.

Wisata alam Kota Batu menyebar luas di seluruh wilayah Kota Batu yang dibagi menjadi beberapa sejumlah desa. Sehingga oleh pemerintah Kota Batu, beberapa desa tersebut dikemas menjadi sebuah desa wisata. Menurut Pariwisata

Inti Rakyat (PIR) dalam Hadiwijoyo (2012 :68) desa wisata adalah suatu kawasan perdesaan yang menawarkan keseluruhan suasana yang mencerminkan keaslian perdesaan baik dari kehidupan sosial ekonomi, sosial budaya, adat istiadat, keseharian, memiliki arsitektur bangunan dan struktur tata ruang desa yang khas, atau kegiatan perekonomian yang unik dan menarik serta mempunyai potensi untuk dikembangkannya berbagai komponen kepariwisataan, misalnya : atraksi, akomodasi, makanan-minuman, dan kebutuhan wisata lainnya. Terdapat beberapa desa wisata yang ada di Kota Batu dengan potensi yang berbeda-beda di setiap desanya. Berdasarkan arsip Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kota Batu desa wisata yang terdapat di Kota Batu antara lain adalah Desa Sidomulyo dengan keindahan bunga, Desa Pandanrejo dengan komoditif strawberry, Desa Tlekung dengan wisata kuliner tradisional dan agro peternakan, Desa Oro oro ombo dengan keindahan bukit dan hutan, Desa Punten dengan pemandangan pegunungan, lembah dan sumber mata air yang melimpah, Desa Tulungrejo dengan perkebunan apel,dan Kelurahan Temas yang berbasis pertanian organik.

Kelurahan Temas dikenal sebagai Desa Wisata Temas. Potensi utama yang ditawarkan desa wisata ini adalah area pertanian sayur organik serta obat herbal organik. Sehingga Desa Wisata Temas berupaya untuk menumbuhkan rasa keoedulian wisatawan akan sektor pertanian. Dimana para wisatawan yang berkunjung dapat belajar secara langsung bagaimana bertani secara organik, memanen sayuran yang sudah waktu panen,serta mengolah masakan organik menggunakan alat tradisional dan menikmati sajian makanan di saung yang telah disediakan ditambah dengan udara sejuk dan pemandangan sawah melintang dan terdapat pemandangan gunung-gunung yang mengitari Kota Batu. Selain itu terdapat kegiatan *outbond* yang dapat melatih kerja otak dan kerja motorik.

Sebagai desa wisata yang masih tergolong baru ini, Desa Wisata Temas belum memiliki identitas visual. Sehingga hal tersebut dapat mempengaruhi dalam proses kegiatan promosi yang memiliki relasi terhadap kunjungan wisatawan. Menurut Bapak Andri Wijaya selaku sekretaris lurah Kelurahan Temas, kunjungan wisatawan pada bulan Februari 2016 hingga Maret 2016

tercatat sekitar 389 pengunjung datang mengunjungi Desa Wisata Temas. Sehingga rata-rata pengunjung tiap bulan dapat dikatakan hanya sekitar 190 pengunjung. Menurut Yoeti (2002 : 184) terdapat banyak hal yang harus dilakukan oleh suatu daerah selaku suatu daerah tujuan wisata, beberapa diantaranya adalah : i) Menciptakan *image* bagi suatu DTW ( Daerah Tujuan Wisata) yang berbeda dengan apa yang dimiliki daerah lainnya, ii) Menciptakan atau mengubah logo atau lambang daerah yang sesuai dengan karakter dan potensi pariwisata yang dimiliki suatu DTW, dan iii) Memilih media yang dianggap paling sesuai dan efektif untuk target pasar yang sudah ditetapkan. Dari identitas visual dapat mendukung kegiatan promosi, menurut Marpaung dan Bahar (2002 :103) promosi merupakan suatu upaya yang dilakukan untuk menyesuaikan produk pariwisata dengan permintaan wisatawan sehingga produk menjadi lebih menarik.

Diharapkan dengan perancangan identitas visual dan implementasinya dalam media identitas dan melakukan perancangan media promosi dapat menarik minat wisatawan untuk berkunjung. Dengan semakin banyaknya wisatawan yang berkunjung, maka akan meningkatkan kunjungan wisatawan terhadap wisata alam yang ada di Kota Batu juga meningkatkan ketertarikan wisatawan terhadap sektor pertanian khususnya pertanian organik serta budaya kesenian yang ada di Kelurahan Temas.

## **1.2 Ruang Lingkup Masalah**

### **1.2.1 Identifikasi Masalah**

Dari penjabaran latar belakang diatas, dapat diidentifikasi beberapa permasalahan yaitu sebagai berikut :

1. Kunjungan wisatawan yang cenderung pada wisata buatan dikarenakan kurangnya informasi pada wisatawan mengenai wisata alam.
2. Desa wisata kurang dikemas secara menarik untuk menarik minat wisatawan domestik yang akan berkunjung ke Kota Batu

### **1.2.2 Rumusan Masalah**

Bagaimanakah merancang identitas visual serta implementasinya dalam media promosi secara efisien bagi Desa Wisata Temas untuk menarik wisatawan domestik ?

### **1.2.3 Batasan Masalah**

- a. Perancangan identitas visual dalam media promosi yang dibutuhkan bagi Desa Wisata Temas.
- b. Lokasi penelitian yang dipilih berada di Kelurahan Temas, Kota Batu, Provinsi Jawa Timur.
- c. Penelitian dilakukan pada rentang bulan Januari hingga awal Juli 2016
- d. *Target audience* yang dituju adalah wisatawan domestik yang akan berkunjung ke Kota Batu

### **1.3 Tujuan Perancangan**

Adapun tujuan diadakanya perancangan tugas akhir ini adalah sebagai berikut :

- a. Merancang identitas visual serta implementasinya dalam media promosi secara efektif bagi Desa Wisata Temas untuk menarik wisatawan domestik.

### **1.4 Metode Pengumpulan Data dan Analisis**

#### **1.4.1 Metode Pengumpulan Data**

Dalam perancangan tugas akhir ini, penulis menggunakan metode-metode pengumpulan data sebagai berikut :

## **a. Observasi**

Observasi adalah merupakan kegiatan pencatatan sistematis kejadian-kejadian, perilaku, obyek-obyek yang dilihat dan hal-hal lain yang diperlukan dalam mendukung penelitian yang sedang dilakukan (Sarwono, 2006:224).

Menurut Bungin (2010:115) terdapat beberapa bentuk metode observasi yang digunakan dalam penelitian kualitatif, antara lain :

### 1. Observasi Partisipasi

Observasi partisipasi adalah pengumpulan data melalui observasi terhadap objek pengamatan secara langsung hidup bersama, merasakan serta berada dalam aktivitas kehidupan objek yang diamati.

### 2. Observasi Tidak Berstruktur

Observasi tidak berstruktur adalah pengumpulan data melalui observasi secara pribadi dimana pengamat menguasai objek secara umum, berbeda dengan observasi partisipasi tidak ikut terjun dalam kehidupan objek pengamatan.

### 3. Observasi kelompok

Observasi kelompok merupakan tindakan observasi yang dilakukan secara kelompok terhadap suatu atau beberapa objek sekaligus.

Berdasarkan teori diatas penulis melakukan metode observasi secara tidak berstruktur di Desa Wisata Temas dan Kota Batu secara umum untuk lebih memahami berbagai hal mengenai wisatawan yang berkunjung di Kota Batu.

## **b. Studi Pustaka**

Studi kepustakaan adalah teknik pengumpulan data dengan mengadakan studi penelaahan terhadap buku-buku, *literature*, catatan-catatan, dan laporan-laporan yang ada hubungannya dengan masalah yang dipecahkan (Nazir, 1988:111). Penulis mengumpulkan beberapa teori dari

berbagai referensi dari buku,*e-book*, maupun situs internet yang masih memiliki relevansi dengan perancangan identitas visual dan media promosi untuk kebutuhan penyusunan laporan.

### **c. Wawancara**

Wawancara adalah sebuah percakapan yang memiliki suatu tujuan untuk mendapatkan informasi yang diinginkan melalui mengajukan beberapa pertanyaan (Soewardikoen, 2013:20). Wawancara berdasarkan tingkat formalitasnya di bedakan menjadi 2 (dua) yaitu :

#### **1. Wawancara terstruktur**

adalah teknik pengumpulan data dengan serangkaian pertanyaan yang telah disiapkan oleh pewawancara sebelumnya.

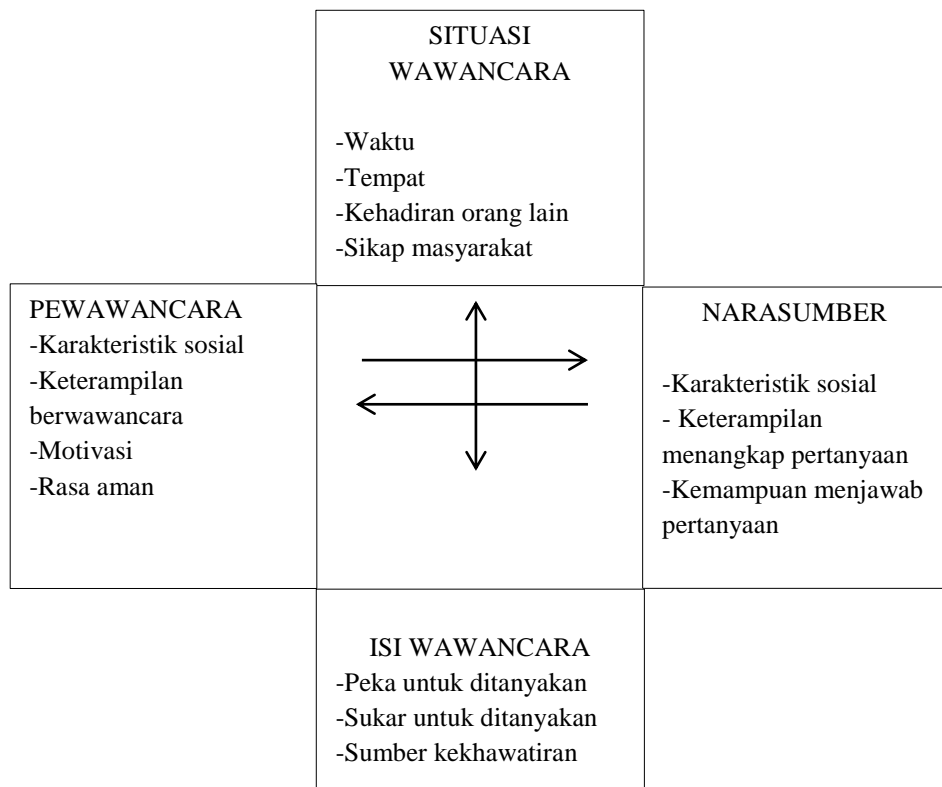
#### **2. Wawancara tidak terstruktur**

adalah proses wawancara dimana pewawancara tidak menggunakan daftar pertanyaan yang telah tersusun secara sistematis melainkan hanya berupa garis-garis besar permasalahan yang akan ditanyakan (Sugiono, 2014:225-228).

Sedangkan menurut Bungin (2010:108) metode wawancara dibagi menjadi 2 (dua) yaitu metode wawancara mendalam dan metode wawancara bertahap.

1. Metode wawancara mendalam adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab yang dilakukan berkali-kali dan membutuhkan waktu yang lama bersama informan di lokasi penelitian.
2. Metode wawancara bertahap adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab yang bersifat lebih formal dan sistematis yang dilakukan secara bertahap.

Untuk melaksanakan wawancara dengan baik maka ada beberapa faktor utama yang harus diperhatikan yaitu bagaimana kemampuan pewawancara, apa isi wawancara, bagaimana situasi wawancara, dan bagaimana kesiapan responden (Bungin, 2010:108-113).



Bagan 1.1 Faktor Wawancara  
(Sumber: Buku Penelitian Kualitatif)

Berdasarkan hal tersebut penulis melakukan wawancara terhadap pengurus Desa Wisata Temas, yaitu Bapak Andri Wijaya selaku asisten lurah pada Kelurahan Temas dan staff bidang kebudayaan dan promosi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu.

#### **d. Metode Dokumentasi**

Metode dokumentasi adalah metode pengumpulan data yang merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya- karya monumental dari seorang (Sugiyono, 2013:240).

Bahan dokumenter terbagi menjadi beberapa macam,yaitu :

1. Dokumen pemerintah maupun swasta
2. Data tersimpan di *website*
3. Surat-surat pribadi, buku-buku atau catatan harian



Selain macam- macam bahan dokunter diatas, metode dokumenter dibagi menjadi 2 (dua) yaitu:

1. Dokumen Pribadi

Dokumen pribadi merupakan catatan atau karangan peneliti secara tertulis,tindakan,pengalaman dan kepercayaan.

2. Dokumen Resmi

Dokumen resmi terbagi atas dokumen interen dan eksteren. Dokumen interen berupa memo, laporan rapat, dan konvensi yaitu kebiasaan-kebiasaan yang berlangsung dalam suatu lembaga. Sedangkan dokumen eksteren berupa bahan-bahan informasi yang dikeluarkan suatu lembaga, seperti majalah, berita-berita yang disiarkan ke media massa (Moleong, 2001:161-163). Berdasarkan teori diatas penulis melakukan metode dokumenter bagian dokumen resmi terhadap Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu dan Kelurahan Temas.

#### **1.4.2 Metode Analisis**

Data yang diperoleh dari berbagai metode pengumpulan data tersebut kemudian dianalisis dan melakukan penarikan kesimpulan menggunakan metode analisis berikut :

1. Matriks

Sebuah matriks terdiri dari kolom dan baris yang masing – masing mewakili dua dimentsi yang berbeda, dapat berupa konsep atau informasi. Mengidentifikasi data dalam bentuk penyajian yang lebih seimbang, dengan cara mensejajarkan informasi baik berupa gambar maupun tulisan. Sangat berguna untuk membuat perbandingan seperangkat data seperti mengidentifikasi persamaan dan perbedaan dalam data penelitian (Soewardikoen, 2013:60-61).

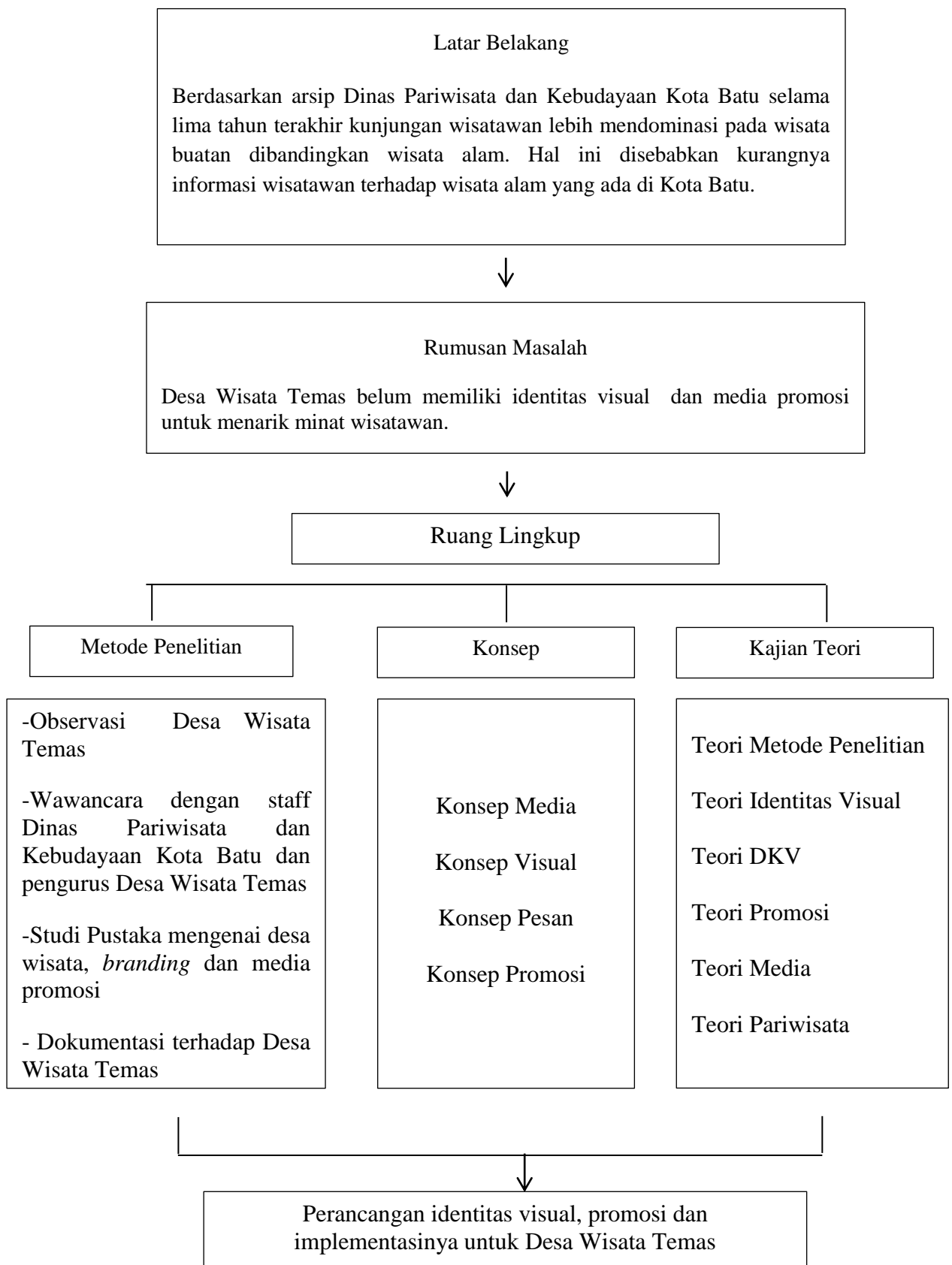
2. SWOT

Analisis SWOT memperhitungkan faktor internal yang terdiri dari *Strength* dan *Weakness* serta faktor luar yang terdiri dari *Opportunity* dan *Threat*. Analisis SWOT digunakan dalam menilai suatu

perusahaan, dengan cara membuat matriks antara faktor luar. Faktor luar yaitu peluang dan ancaman disisi vertikal. Faktor dalam yaitu kekuatan dan kelemahan pada sisi horisontal. Sehingga, pada perpotongan kolom dan baris terjadi empat kotak hasil campuran faktor luar dan dalam, yakni peluang – kekuatan, peluang – kelemahan, ancaman – kekuatan, dan ancaman – kelemahan.

Analisis SWOT dapat menghasilkan konsep atau ide besar bagi perancangan dengan cara memilih satu kotak hasil penggabungan untuk menentukan konsep (Soewardikoen, 2013:52).

## 1.5 Skema Perancangan



## **1.6 Pembabakan**

### **1. BAB I PENDAHULUAN**

Pada Bab I ini berisi penjelasan mengenai latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, fokus, tujuan penelitian, metode penelitian, skema perancangan dan pembabakan dari perancangan tugas akhir.

### **2. BAB II DASAR PEMIKIRAN**

Pada bab ini akan menjelaskan mengenai beberapa dasar pemikiran dan teori yang memiliki relevansi dengan perancangan identitas visual dan media promosi desa wisata. Seperti teori mengenai desa wisata, teori identitas visual, teori layout, teori warna, teori tipografi, teori ilustrasi, teori media, teori promosi.

### **3. BAB III URAIAN DATA DAN ANALISIS MASALAH**

Pada bab ini akan menguraikan hasil survei atau pengumpulan data di lapangan secara terstruktur. Terdapat analisa data dari objek yang diteliti dan terdapat analisis matriks yang berhubungan dengan objek yang diteliti.

### **4. BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN**

Menjelaskan mengenai konsep desain yang akan digunakan dalam perancangan mulai dari sketsa dan penerapannya dalam berbagai media.

### **5. BAB V PENUTUP**

Berisi kesimpulan mengenai hasil perancangan dan menjawab rumusan masalah, saran dan masukan selama proses perancangan.