

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Kota Pariaman memiliki panorama laut yang indah dan wisata pantai cukup luas dikarenakan terletak pada pesisir Provinsi Sumatera Barat. Pantai – pantai tersebut adalah Pantai Kata, Pantai Cermin, Pantai Katapiang dan Pantai Gandoriah yang terletak pada garis pantai yang sama.

Pantai Gandoriah merupakan pantai yang memiliki daya tarik tersendiri seperti perayaan adanya gelaran tahunan acara *Hoyak Tabuik* untuk memperingati kematian Hasan dan Husein cucu Nabi Muhammad SAW., serta acara Festival Pesona Gandoriah yang menyajikan beberapapa acara seperti acara musik, budaya dan kuliner. Selain itu juga ada muara pantai Pariaman yang diperuntukan untuk dermaga penyeberangan menggunakan perahu menuju pulau – pulau kecil disekitar pantai seperti Pulau Angso Duo, Pulau Kasiak, Pulau Tengah dan Pulau Ujuang.

Menurut data yang diberikan oleh Pelaksana Tugas Kepala Dinas Pariwisata Kota Pariaman Alfian menyebutkan pengunjung Kota Pariaman pada tahun 2019 meningkat sekitar 600 ribu kunjungan dibandingkan tahun sebelumnya yang didominasi oleh Pantai Gandoriah dan Pulau Angso Duo. Meskipun demikian angka tersebut masih sebagian besar bersifat pengunjung lokal atau pengunjung sekitar Sumatera Barat saja. Pengunjung luar daerah kebanyakan datang pada saat liburan di hari Lebaran yang merupakan orang – orang yang pergi merantau dan pulang bersama keluarganya ke Kota Pariaman (sumbarfokus.com, 2020).

Berdasarkan informasi dari Pelaksana Tugas Kepala Dinas Pariwisata Kota Pariaman diatas, dapat ditemukan kondisi faktual bahwa Pantai Gandoriah sebagai salah satu primadona wisata di Kota Pariaman, saat ini belum begitu dikenal oleh wisatawan-wisatawan dari daerah lain di Indonesia apalagi oleh kaum milenial.

Salah satu usaha yang dapat dilakukan untuk mempromosikan Pantai Gandoriah ke wisatawan daerah lain di Indonesia dapat dilakukan melalui

media promosi yang mudah diakses dan dijangkau oleh semua kalangan baik wisatawan milenial maupun tidak yaitu melalui media promosi lewat gawai.

Tujuan tersebut dapat dicapai salahsatunya melalui perancangan media promosi yang fleksibel serta mampu mencapai target pasar yang diinginkan. Dalam hal ini, perancang menargetkan pengunjung dalam negeri sebagai target pasar untuk menjadikan Pantai Gandoriah sebagai destinasi wisata pantai. Salah satunya menarik minat pengunjung remaja agar tertarik untuk menjadikan Pantai Gandoriah sebagai salah satu target wisata mereka.

Untuk memenuhi sarana promosi yang fleksibel dan mudah dijangkau oleh semua masyarakat, perancang membuat perancangan video promosi wisata Pantai Gandoriah melalui *motion graphic*.

*Motion graphic* menggunakan animasi sebagai teknik yang memungkinkan desainer grafis mencurahkan dan mengkomunikasikan idenya melalui gerakan.

Evolusi *motion graphic* pada era informasi yang kompleks ini memerlukan komunikasi yang efektif bagi desainer *motion graphic* yang dapat merancang pada beberapa media interaktif (Krasner, 2008).

Peran desainer *motion graphic* adalah merancang pesan yang disampaikan agar dapat di terima dengan baik oleh penontonnya, dengan *step-by-step* seperti menyalurkan ide kedalam gambar dan bereksperimen (Blazer, 2016).

Dengan adanya video promosi ini diharapkan dapat memberikan informasi terkait hal – hal menarik yang ada di Pantai Gandoriah, Pariaman, Sumatera Barat.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berikut identifikasi masalah dari latar belakang di atas:

1. Kota Pariaman memiliki wisata pantai yang luas.
2. Pantai gandoriah merupakan pantai yang di jadikan pusat wisata pantai di kota Pariaman.
3. Pantai Gandoriah memiliki pengunjung yang secara garis besar merupakan wisatawan dari penduduk daerah sekitar Sumatera Barat.

4. Masih rendahnya tingkat kunjungan wisatawan luar daerah untuk datang ke Pantai Gandoriah.
5. Selain pengunjung daerah, kebanyakan pengunjung luar daerah datang saat libur hari raya lebaran yang merupakan para perantau yang membawa keluarganya untuk berlibur.

### **1.3 Rumusan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, berikut rumusan masalah untuk perancangan ini:

1. Upaya apakah yang dapat dilakukan untuk meningkatkan daya tarik Pantai Gandoriah sebagai objek wisata, sehingga dapat dikenal oleh masyarakat luar daerah?
2. Bagaimana cara membuat rancangan *motion graphic* untuk wisata Pantai Gandoriah sebagai media promosi?

### **1.4 Ruang Lingkup**

#### **1.4.1 Apa**

Mempromosikan wisata Pantai Gandoriah yang akan dirancang melalui media *motion graphic*.

#### **1.4.2 Kenapa**

Karena ingin memperlihatkan keindahan dan daya tarik Pantai Gandoriah melalui media promosi *motion graphic* sehingga dapat menaikkan minat wisatawan tidak hanya lokal tetapi luar daerah untuk datang ke Pantai Gandoriah.

#### **1.4.3 Kapan**

Perancangan dimulai pada bulan Maret 2021 dan diperkirakan selesai pada tahun 2022.

#### **1.4.4 Siapa**

Target audiens meliputi remaja umur 17 – 25 tahun.

#### **1.4.5 Dimana**

Pantai Gandoriah, Kota Pariaman, Sumatera Barat.

#### **1.4.6 Bagaimana**

Media promosi yang digunakan adalah animasi dengan teknik *motion graphic*, dengan berdasar pada fokus media informasi yang menunjukkan daya tarik dari pantai Gandoriah.

### **1.5 Tujuan dan Manfaat Perancangan**

#### **1.5.1 Tujuan Perancangan**

Berdasarkan permasalahan yang diangkat, maka tujuan yang ingin dicapai melalui perancangan ini adalah:

1. Membuat media promosi wisata Pantai Gandoriah agar lebih dikenal tidak hanya di daerah Sumatera Barat, tetapi dikenal juga diluar Sumatera Barat.
2. Untuk mempromosikan tentang daya tarik wisata Pantai Gandoriah melalui *motion graphic*.

#### **1.5.2 Manfaat Perancangan**

1. Manfaat Teoritis  
perancangan ini diharapkan dapat dijadikan referensi dalam membuat media promosi maupun informasi secara visual, yang dalam hal ini adalah *motion graphic*.
2. Manfaat Praktis
  - a. Bagi Wisatawan  
Diharapkan hasil dari perancangan ini dapat mempromosikan pantai gandoriah maupun Kota Pariaman sebagai tempat tujuan wisata bahari.
  - b. Bagi Masyarakat Kota Pariaman  
Dengan semakin dikenalnya pantai gandoriah maupun kota pariaman sebagai tujuan wisata bahari, diharapkan perekonomian masyarakat lokal dapat ikut bertumbuh.
  - c. Bagi Pihak Terkait  
Dapat membantu usaha Dinas Pariwisata Kota Pariaman dalam mempromosikan objek wisata bahari di Kota Pariaman.

## **1.6 Metode Perancangan**

### **1.6.1 Metode Penelitian**

Metode penelitian yang dipakai adalah metode penelitian kualitatif. Menurut Creswell (2013:16) metode penelitian kualitatif adalah pendekatan untuk mencari dan memahami makna individu atau kelompok sebagai masalah sosial atau manusia.

Strategi yang dipakai adalah studi kasus dimana strategi ini peneliti dapat melakukan pencarian data dan mengumpulkan informasi menggunakan berbagai prosedur pengambilan data berdasar waktu yang telah ditentukan (Stake, 1995; Yin, 2009, 2012 dalam Creswell, 2013).

### **1.6.2 Metode Pengumpulan Data dan Analisis Data**

#### **a. Metode Pengumpulan Data**

##### **1. Studi Literatur**

Studi literatur merupakan metode pengumpulan data dengan mengkaji buku, jurnal, artikel, dan media acuan lain yang berhubungan dengan perancangan ini. Studi literatur ini dimaksudkan untuk menjadi rujukan dan sebagai tambahan data yang memiliki fokus pada perancangan ini.

##### **2. Wawancara**

Metode wawancara dilakukan penulis untuk mendapatkan data – data yang berupa opini dari pihak – pihak terkait dengan wisata bahari pantai gandong secara umum. Wawancara sendiri adalah metode dengan cara memperoleh data dengan bertukar informasi secara langsung baik antara individu dengan individu, maupun individu dengan kelompok.

##### **3. Observasi**

Metode observasi dilakukan untuk meneliti dan mengamati secara langsung turun ke lapangan. Melihat bagaimana keadaan daerah objek, serta aktivitas sekitar objek tersebut. Hal ini dilakukan agar data yang diperoleh sesuai dengan keadaan di lapangan.

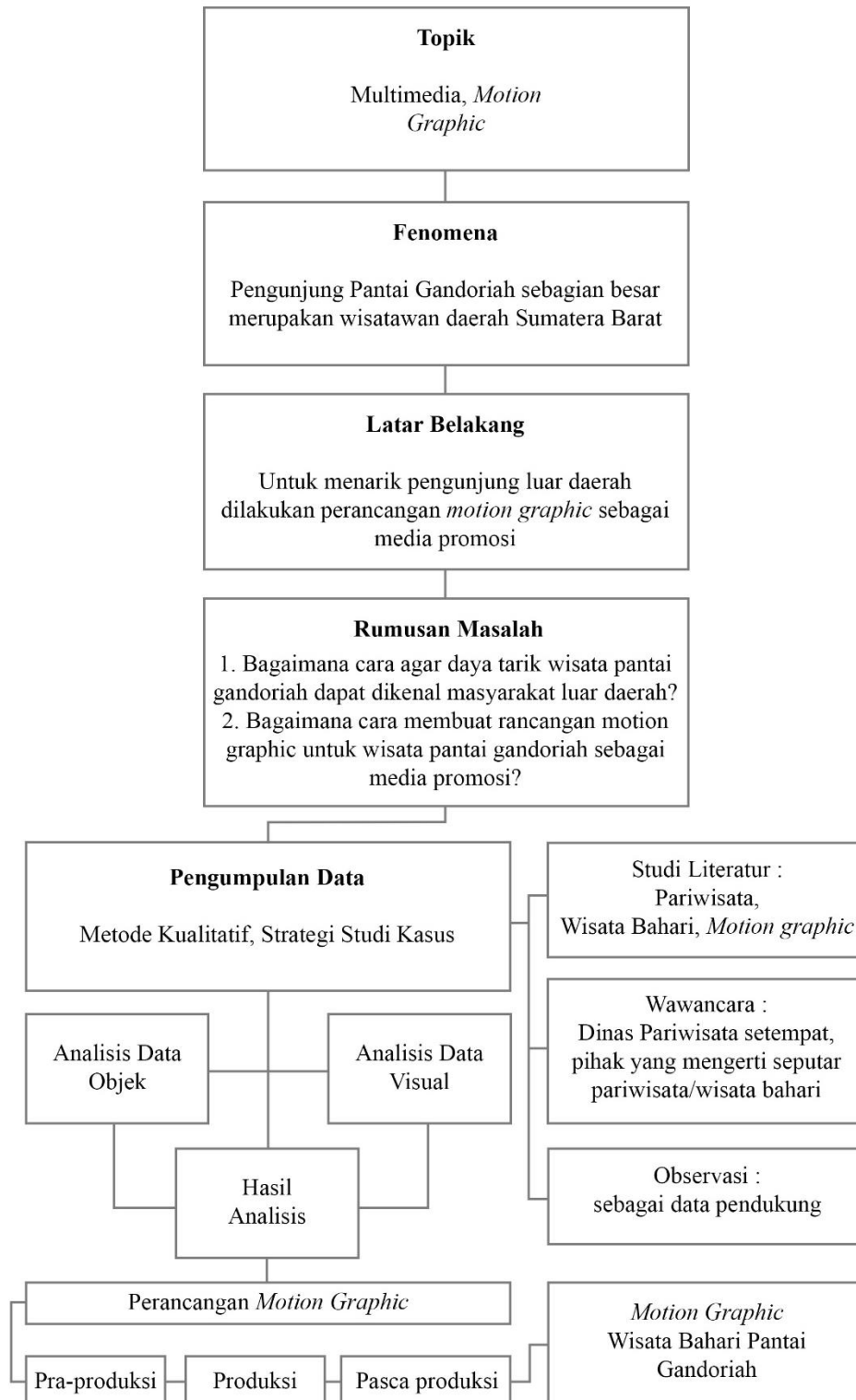
## **b. Metode Analisis Data**

Menganalisis data yang sudah terkumpul melalui observasi, studi literatur, dan wawancara. Dianalisis sesuai dengan kebutuhan penelitian berdasarkan keterkaitan data – data yang dibutuhkan kemudian dikaitkan kembali dengan rumusan masalah dan landasan pemikiran.

### **1.6.3 Proses Perancangan**

Setelah semua data telah terkumpul dan telah dianalisis, data – data tersebut akan dijadikan konsep menuju tahapan berikutnya untuk dikembangkan pada perancangan *motion graphic*. Tahapan – tahapannya meliputi, Pra-produksi, produksi, dan pasca produksi.

## 1.7 Kerangka Perancangan



Gambar 1.1 Kerangka Perancangan  
(Sumber : Pribadi, 2021)

## **1.8 Pembabakan**

Penulisan laporan tugas akhir ini dibagi menjadi lima bab agar uraian dapat dibahas dengan lebih efisien dan efektif sesuai dengan permasalahan. Berikut rincian dari masing-masing bab:

### **BAB I Pendahuluan**

Bab ini berisi pembahasan mengenai latar belakang, identifikasi masalah, rumusan masalah, ruang lingkup, tujuan perancangan, manfaat perancangan, metodologi perancangan, kerangka perancangan, dan pembabakan.

### **BAB II Landasan Teori**

Bab ini berisi pembahasan mengenai teori objek perancangan dan teori perancangan karakter yang menjadi landasan pemikiran dalam perancangan ini.

### **BAB III Data dan Analisis**

Bab ini berisi pembahasan mengenai data yang telah diperoleh, berdasarkan permasalahan, beserta analisisnya.

### **BAB IV Konsep dan Hasil Perancangan**

Bab ini berisi penjelasan konsep, proses, dan hasil perancangan yang terdiri dari kegiatan pra produksi, produksi, dan pasca produksi.

### **BAB V Kesimpulan dan Saran**

Bab ini berisi simpulan berdasarkan hasil perancangan untuk menjawab rumusan masalah dan saran berdasarkan hasil perancangan sebagai pembelajaran untuk perancangan berikutnya