

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Permasalahan

Seiring dengan perkembangan industri pariwisata yang berkembang sangat pesat, industri pariwisata telah menjadi sektor idola di Indonesia, karena memiliki banyak keunggulan seperti merupakan komoditas yang paling berkelanjutan serta menyentuh hingga ke level paling dasar masyarakat. Menurut Damarji (Yoeti, 1996), pengertian dan definisi industri Pariwisata adalah rangkuman dari berbagai bidang usaha yang secara bersama-sama menghasilkan produk-produk dan service yang nantinya secara langsung akan dibutuhkan oleh wisatawan dalam perjalanan.

Sebagai negara kepulauan terbesar dan terbanyak di dunia, Indonesia memiliki banyak pulau yang dikelilingi lautan dan setiap daerah memiliki kebudayaan dan kesenian yang unik. Tak terkecuali DKI Jakarta yang merupakan sebuah kota metropolitan besar yang menjadikan Jakarta didatangi oleh berbagai jenis kalangan, baik untuk perantauan maupun hanya singgah untuk berwisata. Meskipun dikenal sebagai kota metropolitan, Jakarta menyimpan berbagai kebudayaan asli, yaitu kebudayaan suku Betawi yang terdapat di dalamnya. Namun, seiring gencar dan besarnya pengaruh modern yang masuk, kebudayaan asli Betawi lambat laun mulai terkikis dan hilang eksistensinya. Kota Jakarta memiliki berbagai objek wisata, salah satunya adalah Setu Babakan yang terletak di Srengseng Sawah, kecamatan Jagakarsa, Jakarta Selatan. Setu Babakan memiliki dua danau yang salah satunya berasal dari aliran sungai ciliwung. Banyak hal yang dapat dilakukan di Setu Babakan, mulai dari tamasya, hingga mengeksplorasi budaya khas Betawi.

Perkampungan Budaya Betawi Setu Babakan merupakan kawasan perkampungan yang ditetapkan pemerintah sebagai tempat pelestarian dan pengembangan budaya Betawi. Setu Babakan merupakan sebuah tempat yang menarik untuk didatangi. Sebab, di sana terdapat berbagai budaya Betawi, aktivitas warga di sana sangat mempertahankan budaya dan cara hidup khas Betawi. Perkampungan ini

memiliki luas sekitar 165 hektar termasuk Situ Babakan. Bagian utara dari Setu Babakan berbatasan dengan Jl. Moch Kahfi II sampai dengan Jl Desa Putra. Sedangkan, bagian timur berbatasan dengan Jl. Desa Putera, Jl Pratama, Jl. Mangga Bolong Timur dan Jl. Lapangan merah, Bagian selatan berbatasan dengan batas wilayah provinsi, Jakarta dan kota Depok, bagian Barat berbatasan dengan Jl. Moch khafi II.

Berdasarkan wawancara langsung bersama Bang Jaka dan Bang Roelly selaku staff UPKPBB Setu Babakan, Pemprov DKI Jakarta berencana untuk mendirikan sebuah situs pusat kebudayaan Betawi di Condet. Namun, dengan pertimbangan dari beberapa aspek, rencana ini urung direalisasikan sehingga dengan masukan serta pendapat yang diberikan oleh tokoh senior Betawi pada saat itu, Setu Babakan ditunjuk untuk menjadi sebuah cagar budaya. Kemudian Bang Jaka pun memberikan penjelasan mengenai landasan hukum yang pada tanggal 20 Januari 2001 tempat ini dicanangkan oleh gubernur DKI waktu itu, Sutiyoso menjadi pusat perkampungan budaya Betawi dengan dikeluarkannya SK Gubernur Nomor 92 tahun 2000. Perkampungan ini merupakan sebuah kawasan pedesaan dengan suasana kebudayaan Betawi dan lingkungan alamnya masih asri. Dengan total luas wilayah 289 hektar dimana sekitar 70 hektar diantaranya 2 adalah milik pemerintah daerah DKI Jakarta.

Perkampungan Budaya Betawi Setu Babakan memiliki segudang potensi wisata. Yang pertama yaitu wisata budaya. Wisatawan yang datang dapat mengenal lebih jauh nilai-nilai tradisional budaya Betawi lewat beragam atraksi, fasilitas, serta pementasan budaya yang ada. Wisata budaya yang dapat dilihat langsung adalah pertunjukan kesenian dan kebudayaan khas Betawi di teater terbuka yang terdapat di tempat ini, prosesi budaya atau upacara adat, gambus, tari cokek, lenong, latihan silat Betawi dan berbagai kegiatan adat menarik lainnya. Selain itu, wisatawan juga bisa mempelajari arsitektur tradisional Betawi dengan melihat berbagai jenis arsitektur tradisional mulai dari rumah adat, gapura tradisional, pendopo kampung dan berbagai arsitektur tradisional lainnya yang unik seperti ornamen gigi balang, lisplang tradisional, ornament banji dan lainnya. Potensi wisata selanjutnya adalah wisata air. Kawasan Perkampungan Betawi Setu Babakan terdapat dua danau, yaitu Setu Babakan dan Setu Mangga Bolong. Pengunjung bisa menikmati berbagai fasilitas yang ada

seperti sepeda air, perahu bebek, dan memancing yang dikelola oleh warga sekitar. Yang tak kalah menarik di perkampungan ini banyak warga yang menjual makanan dan minuman khas Betawi, tidak hanya makanan dan minuman, aksesoris dan mainan anak khas betawi juga ada, sehingga dapat memberi pengetahuan, berbagi cerita dan pengalaman kepada wisatawan dan masyarakat yang berkunjung mengenai budaya Betawi secara turun temurun.

Terlepas dari segudang potensi yang dimiliki oleh Perkampungan Budaya Betawi Setu Babakan, Bang Roelly mengakui bahwa dalam proses mempromosikan Perkampungan Budaya Betawi Setu Babakan kerap menemui berbagai macam kendala. Beliau menjelaskan bahwa ketersediaan akan video yang saat ini dikeluarkan ke berbagai *platform* digital masih sedikit dan kurang bersifat mempromosikan, kurangnya pengetahuan dan referensi SDM UPKBB Setu Babakan pada berbagai jenis media promosi seperti foto, desain hingga videografi hingga kesulitan dalam pembuatan video dan konten promosi yang disebabkan oleh minimnya ketersediaan alat-alat untuk proses pengambilan gambar atau video yang menyulitkan tim untuk dapat dengan optimal dan maksimal dalam proses mempromosikan Perkampungan Budaya Betawi Setu Babakan.

Berdasarkan fenomena diatas, penulis menawarkan solusi berupa perancangan media promosi tentang Perkampungan Budaya Betawi Setu Babakan. Perancangan ini memiliki tujuan untuk membuat video promosi dengan mengangkat nilai kearifan lokal, merekam kehidupan dan budaya masyarakat setempat. Dengan harapan karya video tersebut menjadi sebuah media promosi yang dapat mengoptimalkan daya tarik wisata Perkampungan Budaya Betawi Setu Babakan, menjadi media informasi dan referensi bagi masyarakat ditengan kemajuan teknologi, serta sarana dalam upaya pengenalan budaya tradisional khas Betawi.

1.2 Identifikasi Masalah

Berikut merupakan identifikasi masalah bersumber dari fenomena latar belakang permasalahan:

1. Kebutuhan akan media promosi mengenai Perkampungan Budaya Betawi Setu Babakan untuk promosi
2. Perkampungan Budaya Betawi Setu Babakan yang kurang dikenal oleh masyarakat Kota Jakarta dan sekitarnya.
3. Perlunya perancangan video promosi yang berisi informasi tentang Kawasan wisata Perkampungan Budaya Betawi Setu Babakan
4. Kurangnya referensi dan pengetahuan dalam proses perancangan media promosi berbentuk video yang dialami oleh bagian tim dokumentasi dan publikasi Unit Pengelola Kampung Kebudayaan Betawi Setu Babakan

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, maka perumusan masalahnya adalah bagaimana perancangan media berupa video promosi untuk meningkatkan daya tarik wisatawan terhadap Perkampungan Budaya Betawi Setu Babakan?

1.4 Ruang Lingkup Penelitian

Batasan masalah yang akan dilakukan dalam perancangan ini sebagai berikut :

1. Apa
Belum optimalnya media promosi berbentuk video pada Kawasan Perkampungan Budaya Betawi Setu Babakan
2. Siapa
Unit Pengelola Kawasan Perkampungan Budaya Betawi Setu Babakan dan masyarakat DKI Jakarta
3. Di mana
Penelitian dan perancangan karya ini dilakukan di Jakarta tepatnya di Perkampungan Budaya Betawi Setu Babakan, Jagakarsa – Jakarta Selatan

4. Kapan

Penelitian untuk perancangan video promosi akan dilakukan secara paralel dari bulan Maret dan perancangan karya dari penelitian ini akan dilakukan dari bulan April hingga Agustus 2022.

5. Kenapa

Karena belum optimalnya media promosi berbentuk video serta berbagai kendala yang dialami yang dialami oleh bagian tim dokumentasi dan publikasi Unit Pengelola Kampung Kebudayaan Betawi Setu Babakan dalam proses perancangan media promosi yang berakibat sedikitnya media informasi dan promosi sehingga obyek wisata ini kurang dikenal baik oleh masyarakat Jakarta dan sekitarnya.

6. Bagaimana

Merancang media berbentuk video promosi untuk masyarakat tentang Perkampungan Budaya Betawi Setu Babakan sehingga dapat meningkatkan minat masyarakat untuk mendatangi dan mempelajari budaya Betawi.

1.5 Tujuan Perancangan

Tujuan dari perancangan yang dilakukan adalah berikut :

1. Membuat media berupa video promosi untuk memperkenalkan wisata budaya yang terdapat di Perkampungan Budaya Betawi Setu Babakan kepada masyarakat serta meningkatkan daya tarik pariwisata dengan media social sebagai alat perantaranya.

1.6 Metode Pengumpulan Data

1. Sumber Data Primer

1) Observasi

Observasi adalah metode pengumpulan data dengan cara mengamati langsung dan mencatat suatu objek visual yang nantinya akan membentuk sebuah tanggapan oleh pengamat tersebut yang

dilakukan langsung (lapangan) (Soewardikoen 2019:49). Observasi yang dilakukan langsung pada obyek wisata alam yang dipilih sebagai konten video yaitu Perkampungan Budaya Betawi Setu Babakan untuk memperoleh informasi tentang data produk.

2) **Wawancara**

Wawancara adalah salah satu cara mendapatkan informasi yang dibutuhkan dalam suatu penelitian dengan cara melakukan diskusi mengenai pengalamandari orang yang diwawancarai agar mendapat sudut pandang yang berbeda (Koentjaraningrat dalam Soewardikoen 2019:53). Wawancara dilakukan kepada pihak UPK PBB Setu Babakan untuk mendapatkan data-data yang valid tentang data proyek serta kepada ahli videografi yang dijadikan acuan terhadap perancangan video.

3) **Kuesioner**

Menurut Soewardikoen (2019:60), Kuesioner merupakan angket yang menjadi bagian dari data aspek pemirsa. Kuesioner mencakup daftar pertanyaan tentang suatu hal atau suatu bidang yang harus diisi oleh responden. Kuesioner digunakan untuk memperoleh data yang banyak dalam waktu yang singkat kepada banyak responden secara tertulis pada media yang telah disediakan.

Dalam perancangan ini, metode kuesioner dilakukan dengan cara menyebar angket secara daring yang berisi beberapa pertanyaan seputar budaya Betawi yang akan diisi oleh responden. Dengan responden yang dituju dalam pengambilan data kuesioner ini adalah orang-orang dengan rentang usia 20-35 tahun, laki-laki dan perempuan, dan berdomisili di DKI Jakarta dengan jumlah perkiraan responden 100 orang. Dengan maksud dan tujuan untuk mengetahui pengetahuan masyarakat mengenai budaya Betawi serta tanggapan masyarakat yang menjadi target dari perancangan video promosi tentang Perkampungan Budaya Betawi Setu Babakan.

2. Sumber Data Sekunder

Adapun informasi lainnya untuk menunjang penelitian dapat diperoleh dari studi pustaka buku teks, jurnal, dan internet yang bertujuan untuk memperkuat data dan menunjang proses perancangan.

1.7 Metode dan Metode Analisis Data

Penulis menggunakan dua metode analisis yang akan digunakan untuk membantu proses perancangan media. Agar rancangan ini dapat tersampaikan dengan baik. Metode pengumpulan data yang digunakan, yaitu :

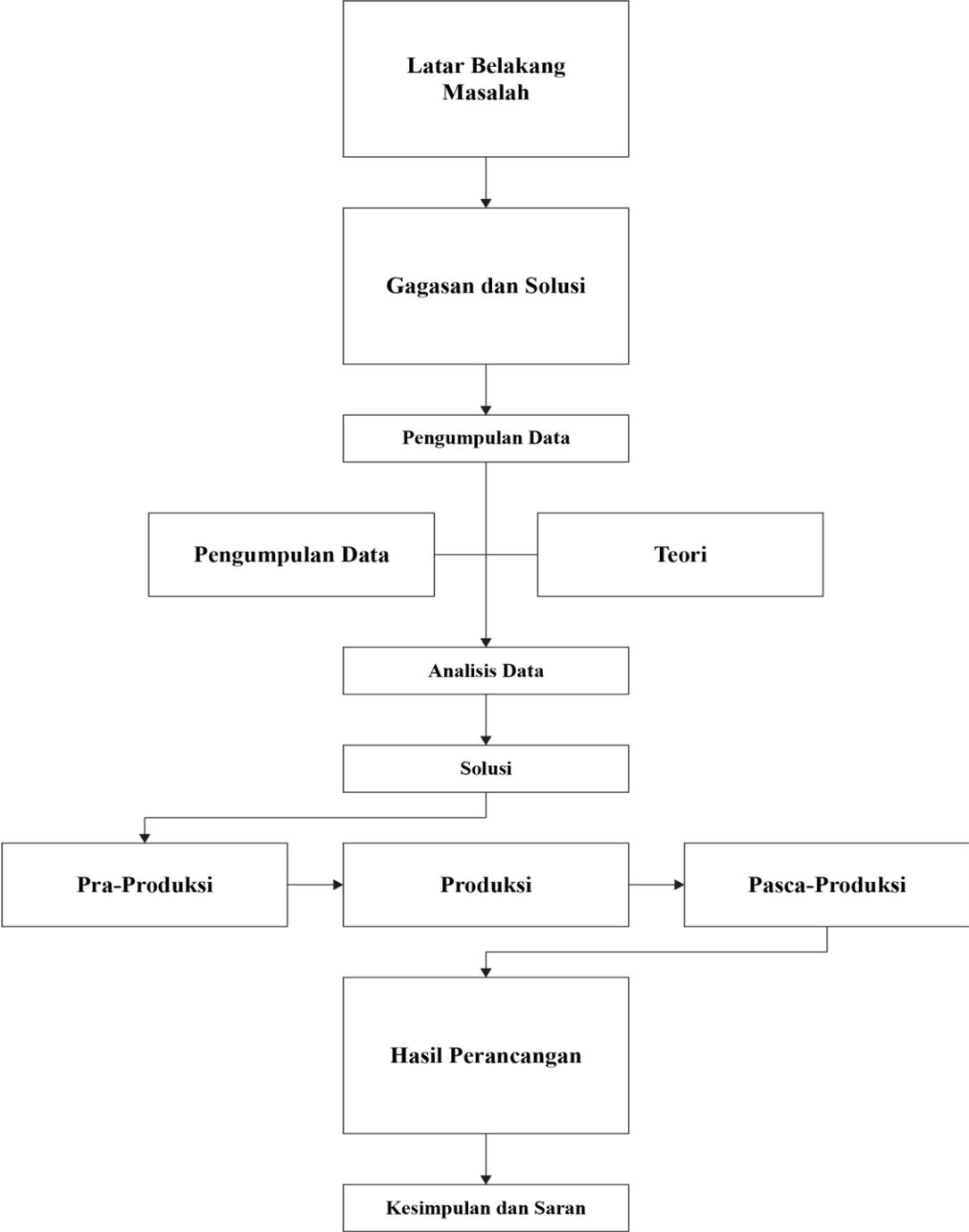
1. Metode AISAS

Sugiyama dan Andree (2011:79) berpendapat bahwa AISAS adalah model yang dirancang untuk melakukan pendekatan secara efektif kepada target audiens dengan melihat perubahan perilaku yang terjadi khususnya terkait dengan latar belakang kemajuan teknologi internet. AISAS merupakan singkatan dari *Attention*, *Interest*, *Search*, *Action* dan *Share* dimana seorang konsumen yang memperhatikan produk, layanan, atau iklan (*Attention*) dan menimbulkan ketertarikan (*Interest*) sehingga muncul keinginan untuk mengumpulkan informasi (*Search*) tentang produk yang ditawarkan tersebut. Konsumen kemudian membuat penilaian secara keseluruhan berdasarkan informasi yang dikumpulkan, kemudian membuat sebuah keputusan untuk melakukan pembelian (*Action*). Setelah pembelian, konsumen menjadi penyampai informasi dengan berbicara pada orang lain atau dengan mengirim komentar dan tayangan di Internet (*Sharing*).

2. Matriks Perbandingan

Matriks adalah metode analisis yang dapat digunakan untuk menyampaikan informasi dalam bentuk yang ruang padat. Menurut (Rohidi, 2011:247) matriks merupakan alat yang rapi dan baik bagi pengelolaan informasi dan analisis. Susunan analisis matriks dapat dibentuk untuk memberi informasi berdasarkan kategori, tema, dan pola, baris pertama berisi data, berupa karya visual yang dianalisis terdiri dari beberapa kolom yang diperbandingkan (Soewardikoen, 2013:51).

1.8 Kerangka Perancangan



Gambar 1.1 Kerangka Berpikir

Sumber : Penulis

1.9 Pembabakan

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang latar belakang, identifikasi masalah, rumusan masalah, ruang lingkup, tujuan perancang, metode pengumpulan data dan analisis data, kerangka perancangan dan pembabakan.

BAB II LANDASAN TEORI

Menjelaskan mengenai dasar pemikiran berupa teori yang relevan dengan objek perancangan yang akan di rancang untuk mendukung penelitian.

BAB III DATA DAN ANALISIS

Berisi tentang data informasi hasil penelitian dan analisis data.

BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN

Berisi tentang konsep pesan, kreatif, media, dan visual yang digunakan untuk merancang media berbentuk video promosi pada Perkampungan Budaya Betawi Setu Babakan dan juga hasil perancangan.

BAB V PENUTUP

Pada bagian penutup ini berisi tentang kesimpulan dan saran dari hasil perancangan pada saat melakukan penelitian ini.