

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Indonesia adalah salah satu negara kepulauan yang terletak di benua Asia khususnya Asia Tenggara. Banyaknya pulau-pulau di Indonesia juga menjadi keunikan tersendiri bagi negara ini, karena setiap pulau memiliki budaya masing-masing. Dengan banyaknya pulau-pulau ini, Indonesia memiliki berbagai macam unsur budaya, seperti berbagai macam agama, bahasa, kesenian daerah, serta kepercayaan para leluhurnya masing-masing dari setiap pulau-pulau yang ada di Indonesia. Banyak wisatawan asing maupun lokal yang sekedar berlibur ataupun mendalami kebudayaan dari tiap-tiap pulau yang ada di Indonesia. Keanekaragaman budaya yang ada di Indonesia inilah yang menjadi ketertarikan bagi wisatawan lokal maupun asing yang ingin lebih mendalami tentang budaya yang ada di Indonesia. Kebudayaan dari setiap daerah ini memiliki pesan dan nilai tersendiri yang ingin disampaikan oleh para leluhurnya masing-masing. Dengan memahami nilai-nilai budaya dari setiap daerah tersebut masyarakat Indonesia ataupun wisatawan asing dapat mengetahui betapa pentingnya budaya tersebut.

Salah satu provinsi yang memiliki keanekaragaman budaya di daerahnya adalah provinsi Sumatera Utara. Sumatera Utara terdiri dari berbagai macam suku, yang setiap sukunya memiliki unsur budaya masing-masing seperti Suku Melayu, suku Batak Karo, suku Batak Toba, suku Batak Mandailing, suku Batak Angkola, suku Batak Simalungun, suku Batak Pakpak, suku Nias dan suku pendatang seperti suku Minangkabau, suku Aceh, suku Jawa, dan suku Tionghoa.

Sumatera Utara terdiri dari berbagai daerah yang setiap daerah juga ada budayanya masing-masing seperti halnya kota Balige. Kota Balige adalah ibu

kotadari kabupaten Toba-Samosir. Banyak sejarah batak yang tersimpan di kota Balige, dilihat dari banyaknya monumen-monumen bersejarah yang dibangun di Balige yang menceritakan perlawanan masyarakat batak yang dulu terjadi di Kota Balige. Masyarakat Balige umumnya adalah orang asli keturunan Balige yang lahir dan besar di Balige. Para wisatawan yang datang sebagian besar adalah orang asli keturunan Balige, seperti keluarga yang merantau ke kota besar dan sekedar berkunjung ke balige untuk bertemu keluarga mereka yang masih tinggal di Balige atau orang Indonesia biasa menyebutnya “pulang kampung”. Untuk wisatawan yang sengaja berkunjung untuk melihat wisata dan kebudayaan di Balige masih kecil. Sebagian besar wisatawan lebih memilih untuk berkunjung ke Danau Toba yang letaknya tidak jauh dari kota Balige. Hal ini terjadi karena pemerintah lebih fokus mengurus pariwisata yang ada di kabupaten Toba-samosir dan tidak dengan budaya yang ada di daerah tersebut khususnya Kota Balige yang merupakan ibukota Kabupaten Toba-Samosir. Tidak hanya itu belum adanya identitas visual yang dimiliki kota Balige menjadi salah satu faktor penting yang membuat kota Balige masih kurang perhatian dari masyarakat. Karena dengan adanya identitas visual dapat membantu masyarakat mengenal kota Balige dan membedakannya dengan kota-kota lain.

Mayoritas penduduk Balige adalah suku Batak Toba. Batak Toba adalah sub suku batak yang memiliki jumlah paling banyak diantara sub suku batak lainnya. Batak Toba juga memiliki kebudayaannya tersendiri, karena leluhur mereka juga berbeda dengan suku Batak lainnya. Banyak pesan dan nilai-nilai budaya yang ingin disampaikan oleh para leluhur mereka, dan dikemas dalam bentuk artefak atau benda. Hal ini disebabkan karena leluhur suku Batak Toba yang menganut kepercayaan animisme dan dinamisme yang mempercayai makhluk diluar alam, sehingga dibuatlah simbol-simbol yang dibuat dalam bentuk ornament atau biasa dikenal dengan ragam hias *Gorga* (Saleh, 1980:13).

Ragam hias *Gorga* dibuat untuk memperindah rumah adat Batak Toba yang memiliki latar belakang dan pesan tersendiri di dalamnya. *Gorga* batak ini umumnya

bersifat turun temurun yang sudah ada sejak dulu. *Gorga* batak dibuat dengan menggunakan seni pahat yang dibuat secara alami. Pada jaman dahulu *Gorga* batak hanya dipakai oleh para orang-orang batak yang memiliki kasta yang dianggap terhormat untuk masyarakat batak itu sendiri.

Rumah batak atau biasa disebut oleh masyarakat Batak *Sopo Godang* banyak dibangun di kota Balige. Setiap *Sopo Godang* yang dibangun di wilayah kota Balige memiliki *Gorga* yang beraneka ragam. Banyak nilai-nilai dan pesan yang disampaikan dalam *Gorga* Batak pada *Sopo Godang* yang dibangun di kota Balige. Dengan banyak ditemukannya ragam hias *gorga* di wilayah Balige, secara tidak langsung *gorga* memiliki potensi sebagai identitas dari kota tersebut, terlebih ragam hias *gorga* merupakan kesenian asli suku batak.

Dari fenomena yang ada pemerintah hanya terfokus pada pelestarian danau Toba yang sudah banyak dikenal oleh orang banyak, sedangkan ibu kota dari kabupaten sendiri masih kurang perhatian banyak potensi wisata di kota Balige yang juga penting untuk orang ketahui. Oleh karena itu pemerintah perlu lebih fokus lagi untuk mengembangkan kota Balige. Pemerintah perlu membangun sebuah identitas di kota Balige agar orang mengenal kota Balige dan membuat para wisatawan ingin datang ke kota Balige.

Para wisatawan khususnya yang berasal dari Sumatera Utara perlu memahami hal ini karena dengan segala informasi yang di dapat mereka mengenai kebudayaan yang ada di Kota Balige diharapkan timbul minat untuk berkunjung ke Kota Balige dan segala macam wisata dan ragam budaya yang ada di dalamnya khususnya kesenian Ragam Hias *Gorga*.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah perencanaan yang sudah dipaparkan diatas maka penulis mengidentifikasi beberapa masalah, diantaranya:

1. Belum ada nya identitas visual yang dimiliki kota Balige
2. Potensi ragam hias *Gorga* menjadi identitas visual kota Balige

1.3 Rumusan Masalah

1. Bagaimana merancang identitas visual untuk kota Balige di kabupaten Toba Samosir?
2. Bagaimana menggunakan ragam hias *Gorga* sebagai pendekatan untuk merancang identitas visual untuk kota Balige?

1.4 Ruang Lingkup

Dalam pengerjaan laporan tugas akhir ini , ruang lingkup dari penelitian dari penelitian dan perancangan media promosi ini, yaitu :

a. Apa

Identitas visual untuk kota Balige menggunakan ragam hias *gorga*

b. Bagian mana

Dibuatnya identitas visual sebagai pembeda dan pengenal kota Balige dengan kota-kota lainnya.

c. Bagaimana

Menciptakan identitas visual berbasis desain grafis.

d. Siapa

Masyarakat medan khususnya usia 20-30 tahun yang memiliki hobi *traveling* dan menyukai budaya daerah serta kegiatan alam.

e. Tempat

Perancangan akan ditempatkan di kota Balige kabupaten Toba-Samosir.

f. Waktu

Perancangan dilakukan mulai dari bulan Februari sampai dengan bulan juli di tahun 2014

1.5 Tujuan Perancangan

Tujuan dari perancangan identitas visual kota Balige menggunakan ragam hias *Gorga* ini sebagai upaya meningkatkan minat generasi muda dengan usia 20-30 tahun untuk mengenal kota Balige dan dapat membedakan kota Balige dengan kota-kota lainnya.

1.6 Pengumpulan Data

1.6.1 Metode Penelitian

Metode penelitian yang akan digunakan adalah kualitatif. Menurut Bogdam dan Taylor (1975:5), mendefinisikan metodologi kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Menurut Lexy J. Moleong (2005:6), mendefinisikan penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain lain. Metode pengumpulan yang digunakan adalah :

a. Survey lapangan

Melakukan observasi langsung ke kota balige dan mempelajari wisata di kota tersebut

b. Wawancara

Mengajukan pertanyaan pertanyaan mengenai wisata Balige dan kebudayaan ragam hias *Gorga* ke sumber terkait.

c. Dokumentasi

Melakukan pengambilan gambar di lokasi wisata dan kebudayaan kota Balige

d. Studi Pustaka

Mempelajari data-data dari buku ataupun media cetak yang berkaitan langsung dengan topik pembahasan

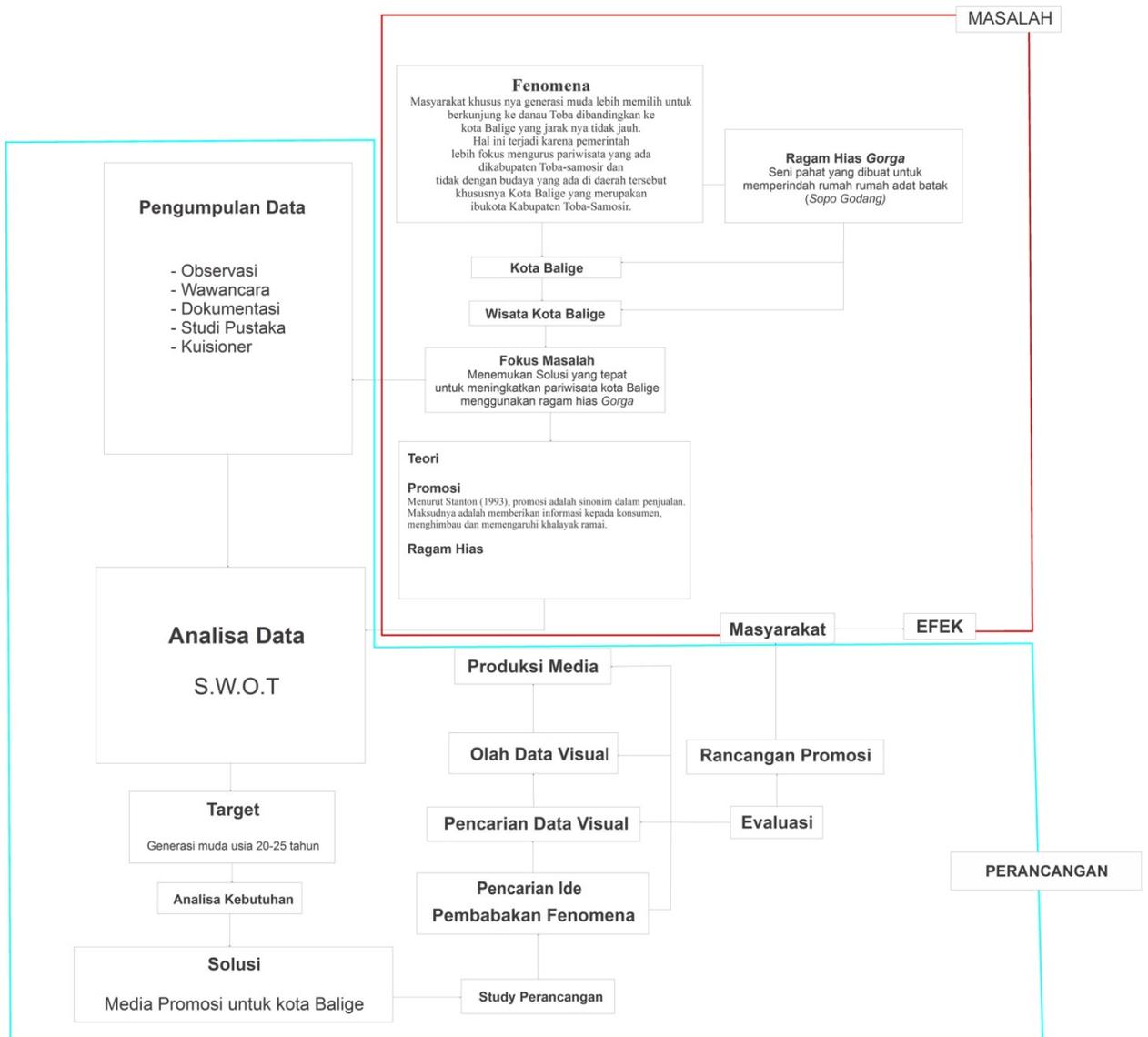
1.6.2 Analisis Data

Analisis yang digunakan pada perancangan media promosi kota Balige kali ini adalah analisis SWOT.

- a. S (*Strength*) = Potensi yang dimiliki kota Balige serta kekuatan ragam hias *gorga* dalam pendekatannya.
- b. W (*Weakness*) = Kelemahan yang selama ini terjadi di kota Balige yang membuat wisatawan lebih memilih untuk berkunjung ke tempat lain
- c. (Opportunity) = Kesempatan yang dimiliki ragam hias *Gorga* untuk mengembangkan kota Balige
- d. T (*Threat*) = Ancaman yang dimiliki kota Balige

Analisis SWOT dipergunakan untuk menilai dan menilai ulang (re-evaluasi) suatu hal yang telah ada dan telah diputuskan sebelumnya dengan tujuan meminimumkan risiko yang mungkin timbul. Langkahnya adalah dengan mengoptimalkan segi positif yang mendukung serta meminimalkan segi negatif yang berpotensi menghambat pelaksanaan keputusan perancangan yang telah diambil (Sarwono & Lubis, 2007:18).

1.7 Kerangka Perancangan



1.8 Sistematika Penulisan

a. BAB I Pendahuluan

Pada bab ini menjelaskan latar belakang, identifikasi masalah, rumusan masalah, ruang lingkup, tujuan perancangan identitas visual, cara pengumpulan data, kerangka perancangan dan pembabakan.

b. BAB II Dasar Pemikiran

Menjelaskan dasar pemikiran dari teori teori yang relevan untuk digunakan sebagai pijakan untuk merancang

c. BAB III Data dan Analisis Masalah

Berisi kumpulan data yang berkaitan dengan perancangan desain.

d. BAB IV Konsep dan Hasil Perancangan

Dalam bab ini berisikan penjelasan mengenai konsep perancangan desain hingga hasil akhir perancangan.

e. BAB V

Berisi hasil kesimpulan dan saran dari hasil sidang dengan penguji dan pembimbing.