

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

Pengembangan sektor pariwisata Indonesia merupakan salah satu upaya untuk pembangunan di bidang ekonomi karena sektor pariwisata mampu berkontribusi cukup besar terhadap perekonomian negara. Berdasarkan data tahun 2014 sektor pariwisata mampu menyumbang devisa sebesar 10.69 miliar dolar AS. Usaha pengembangan pariwisata Indonesia didukung oleh UU No.10 Tahun 2009 yang menyebutkan bahwa keberadaan objek wisata pada suatu daerah akan sangat menguntungkan bagi daerah karena dapat meningkatkan Pendapatan Asli Daerah, meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan memperluas lapangan kerja serta meningkatkan rasa cinta lingkungan dengan melestarikan alam dan budaya setempat.

Salah satu upaya pengembangan yang dilakukan Dinas Pariwisata Indonesia adalah dengan membentuk *brand identity* pariwisata bertajuk Pesona Indonesia atau *Wonderful Indonesia*. Upaya membentuk *brand identity* pariwisata Indonesia bertujuan untuk membentuk identitas bangsa yang merepresentasikan daya tarik pariwisata Indonesia mulai dari keindahan alam, keanekaragaman budaya, maupun fasilitas pariwisata menarik lainnya.

Provinsi Jawa Tengah termasuk salah satu wilayah tujuan wisata di Indonesia yang menawarkan beragam destinasi wisata unggulan seperti Candi Borobudur, Candi Prambanan, Karimun Jawa, dataran tinggi Dieng, Nusakambangan, Baturaden, Rawa Pening, dan Tawangmangu. Selain wisata alam dan budaya Jawa Tengah juga memiliki karya seni unggulan berupa seni ukiran Jepara, kerajinan batik, kerajinan kuningan, pahat batu, keramik dan wayang.

Demi meningkatkan jumlah kunjungan wisata ke Jawa Tengah. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Jateng melaksanakan program *Visit Jawa Tengah*

pada tahun 2013 yang mengusung slogan *More Than Friendly*, program pemerintah ini bertujuan untuk mempromosikan pariwisata Jawa Tengah secara nasional sehingga dapat mempercepat pengembangan potensi pariwisata dan meningkatkan kegiatan ekonomi, kegiatan sosial dan seni budaya.

Potensi wisata yang dimiliki Jawa Tengah tersebar di 35 kabupaten/kota termasuk didalamnya kabupaten Tegal. Memiliki wilayah yang membentang mulai dari dataran tinggi hingga dataran rendah membuat kabupaten Tegal mempunyai potensi alam yang beragam. Dari sektor pariwisata, jumlah kunjungan wisata kabupaten Tegal pada tahun 2015 sebanyak 771.697 orang dan tercatat mengalami kenaikan yang cukup signifikan dibandingkan tahun sebelumnya yaitu sebanyak 597.705 orang.

Pariwisata kabupaten Tegal terdiri dari wisata alam, wisata rekreasi, wisata budaya, wisata religi, wisata sejarah dan wisata kuliner. Beberapa destinasi wisata yang ada di kabupaten Tegal antara lain Pemandian air panas Guci, Waduk Cacaban Purwahamba Indah, Situs Purbakala Semedo dan sebagainya. Upaya mengembangkan sektor pariwisata yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan kabupaten Tegal berupa promosi wisata guna menarik wisatawan lokal maupun mancanegara. Keberhasilan promosi yang dilakukan dapat dilihat dari jumlah kunjungan wisata pada tahun 2015 yang meningkat dan melampaui target yang telah ditentukan sebanyak 420.298 orang.

Mengingat program yang sedang dicanangkan oleh pemerintah provinsi Jawa Tengah yakni Visit Jawa Tengah, kabupaten Tegal mempunyai kesempatan untuk membidik pasar yang lebih luas dengan membentuk *brand identity* pariwisata sehingga potensi pariwisata kabupaten Tegal dapat masuk ke dalam jajaran destinasi wisata yang diunggulkan dalam program Visit Jawa Tengah.

Keberhasilan promosi yang dilakukan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan kabupaten Tegal menjadi tanda bahwa pariwisata kabupaten Tegal memerlukan identitas visual untuk mendukung keberhasilan tersebut. Pariwisata kabupaten Tegal belum memiliki identitas visual sehingga perlu dibentuk

identitas visual yang dapat merepresentasikan potensi wisata kabupaten Tegal. Perancangan identitas visual kabupaten Tegal ini diharapkan dapat menjadi langkah awal yang dapat mendukung keberhasilan promosi wisata kabupaten Tegal.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Pariwisata kabupaten Tegal belum mempunyai identitas visual sebagai salah satu langkah awal untuk *branding* pariwisata kabupaten Tegal.

## **1.3 Rumusan Masalah**

Dari identifikasi masalah diatas, dapat dirumuskan masalah sebagai berikut: “Bagaimana merancang identitas visual pariwisata kabupaten Tegal yang dapat merepresentasikan potensi wisata kabupaten Tegal?”

## **1.4 Ruang Lingkup**

Perancangan tugas akhir yang dilaksanakan mulai bulan Februari hingga Juni 2016 ini berfokus pada perancangan identitas visual pariwisata kabupaten Tegal.

## **1.5 Tujuan Perancangan**

Melakukan perancangan identitas visual pariwisata kabupaten Tegal yang dapat merepresentasikan potensi pariwisata kabupaten Tegal untuk kepentingan *branding* pada masa yang akan datang.

## **1.6 Metode Penelitian**

### **1.6.1 Metode Pengumpulan Data**

#### **1. Observasi**

Observasi merupakan kegiatan pengamatan dengan menggunakan seluruh alat indra untuk mengamati suatu obyek (Arikunto,2002:133). Jadi observasi merupakan suatu pengamatan secara sistematis terhadap suatu objek penelitian. Pada kegiatan observasi penulis tidak hanya mengamati obyek penelitian tetapi juga melakukan pencatatan terhadap hasil pengamatan.

Kegiatan observasi untuk mengumpulkan data yang diperlukan dalam penyusunan tugas akhir ini berupa pengamatan dan pencatatan terhadap objek-objek wisata yang ada di kabupaten Tegal. Selain objek wisata yang dijadikan

objek pengamatan, penulis juga melakukan pengamatan terhadap kesenian tradisional, makanan khas serta batik tegalan dan segala sesuatu yang berhubungan dengan kabupaten Tegal.

## 2. Wawancara

Wawancara merupakan percakapan dengan maksud –maksud tertentu. Pada metode ini peneliti dan responden berhadapan langsung untuk mendapatkan informasi secara lisan dengan tujuan memperoleh data (Moleong, 1991:135).

Penulis melakukan pengambilan data melalui wawancara yang dilakukan secara lisan atau langsung dengan narasumber. Jawaban narasumber direkam dan dirangkum sendiri oleh penulis. Wawancara dilakukan dalam 2 sesi dengan narasumber berbeda. Sesi pertama penulis melakukan wawancara dengan ibu Anita P Minangsari yang merupakan Kasi Pemasaran. Topik yang dibahas pada wawancara sesi pertama seputar kegiatan pemasaran produk pariwisata yang telah dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan kabupaten Tegal. Pada sesi kedua, wawancara dilakukan dengan ibu Dra. Sumiyati selaku kabid Objek Wisata, pembahasan seputar pengembangan objek wisata menjadi topik utama dalam wawancara sesi kedua.

## 3. Kuesioner

Kuesioner merupakan satu set pertanyaan yang berhubungan dengan masalah penelitian dimana setiap pertanyaan merupakan jawaban-jawaban yang mempunyai makna dalam menguji hipotesis. (Nazir, 2009: 203)

Pengumpulan data melalui kuesioner dalam tugas akhir ini dilakukan kepada 103 responden yang berdomisili di kabupaten Tegal dan sekitarnya yang suka berwisata dan mengetahui tentang objek-objek wisata di kabupaten Tegal beserta kearifan loka di dalamnya.

## 4. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan metode pengumpulan data dengan cara mencatat data-data yang sudah ada yang berhubungan dengan obyek penelitian. Data dapat berupa catatan buku, surat, transkrip, laporan dan sebagainya (Arikunto, 2002: 128)

Dokumen yang mendukung perancangan tugas akhir ini antara lain data kunjungan wisata kabupaten Tegal selama 3 tahun terakhir dan data target kunjungan wisata yang diperoleh dari Dinas Pariwisata dan Kebudayaan kabupaten Tegal.

## 5. Studi Pustaka

Studi pustaka merupakan langkah untuk memperoleh informasi mengenai penelaahan buku-buku, literatur dan catatan yang berhubungan dengan permasalahan yang diteliti (Nazir,1988:111).

Pengambilan data dilakukan dengan cara membaca buku referensi yang memuat teori-teori yang relevan dengan proyek yang dikerjakan. Buku-buku yang digunakan antara lain Penyelenggaraan Operasi Perjalanan Pariwisata oleh M.Kesrul, Perencanaan Wisata oleh Suyitno, Mendesain Logo oleh Surianto Rustan, *Layout* dan Penerapannya oleh Surianto Rustan, *Designing Brand Identity* oleh Alina Wheeler, Branding Tempat oleh Yananda dan Salamah. *Color Basic* oleh Anne Dameria, Pengantar Desain Komunikasi Visual oleh Adi Kusrianto dan Desain Komunikasi Visual: Teori dan Aplikasi oleh Rakhmat Supriyono.

### 1.6.2 Metode Analisis Data

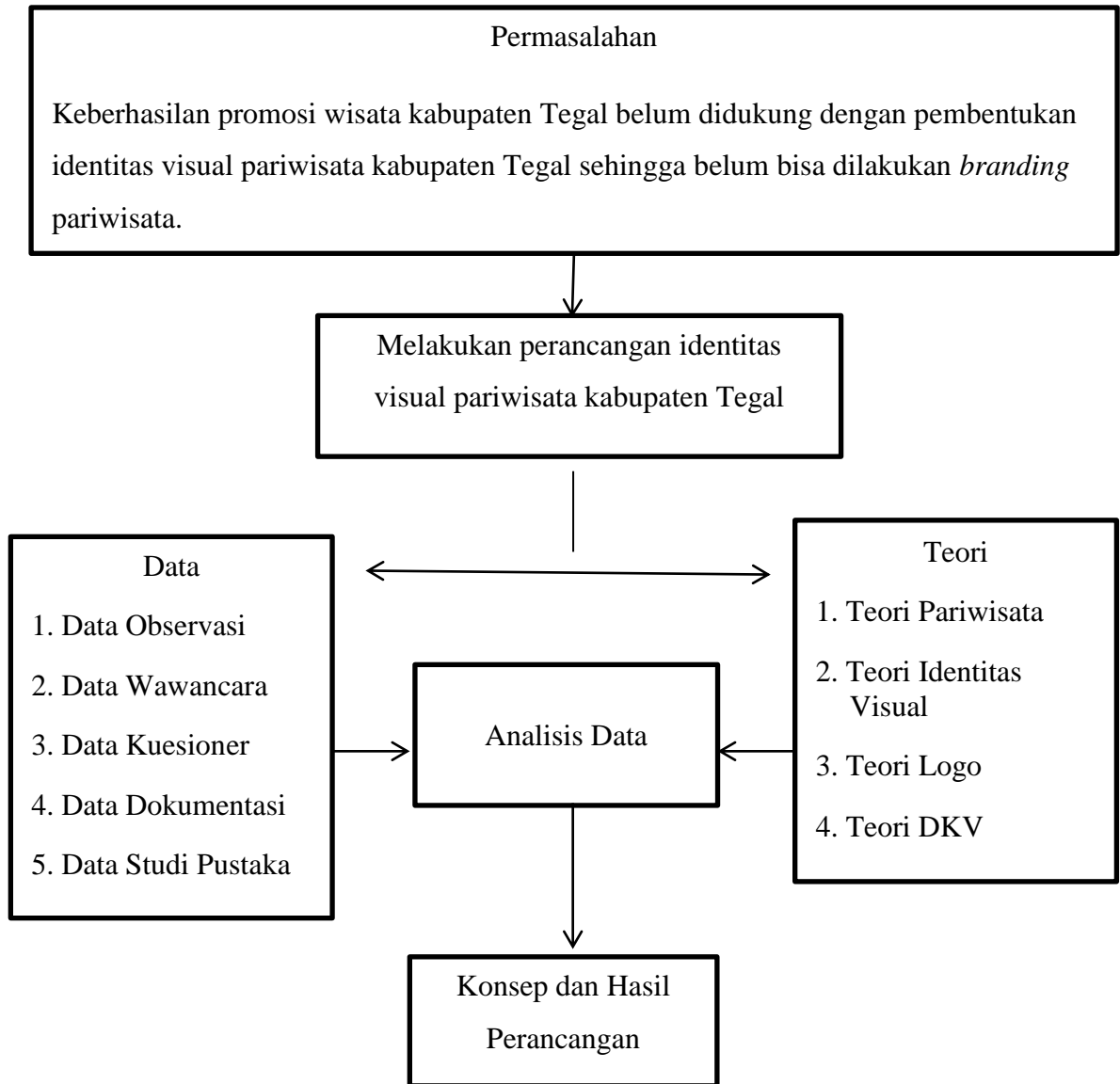
#### 1. Matriks Perbandingan

Matriks Perbandingan adalah matriks yang digunakan untuk membandingkan seperangkat data dengan mengidentifikasi perbedaan dan persamaan data penelitian. Dalam matriks perbandingan penulis menganalisis pesaing sejenis dari objek penelitian yaitu identitas visual pariwisata dari daerah lain. Pesaing yang dipilih yaitu Yogyakarta, Solo, Thailand dan Vietnam.

#### 2. Analisis SWOT

Menurut Kotler (2008:88), analisis SWOT adalah analisis yang digunakan untuk mengevaluasi suatu entitas dari aspek kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman.

### 1.7 Kerangka Perancangan



### 1.8 Pembabakan

Bab I menguraikan latar belakang masalah beserta identifikasi masalah dan rumusan masalah yang dibatasi oleh ruang lingkup tertentu. Tujuan perancangan juga dipaparkan dalam bab ini, beserta cara pengumpulan data dan gambaran kerangka perancangan.

Bab II menjelaskan teori-teori yang menjadi dasar pemikiran yang relevan dengan topik dan permasalahan.

Bab III memaparkan data yang diperoleh melalui metode penelitian beserta analisis- analisis yang menghasilkan konsep perancangan.

Bab IV berisi konsep dan hasil perancangan yang telah dibuat berdasarkan data-data yang diolah,

Bab V menjadi penutup dengan menguraikan kesimpulan dan saran dari hasil perancangan.