

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di Indonesia mempunyai banyak kota wisata yang menarik perhatian masyarakat lokal maupun mancanegara, salah satunya adalah Malang. Malang menjadi kota yang banyak dikunjungi para wisatawan. Banyak wisata unik dan menarik di kota maupun di kabupaten Malang seperti wisata alam, pantai, hingga area bermain keluarga. Seperti berita yang dikutip oleh IDN Times dengan judul “Brawijaya Tourism Forum, Ajang Rembuk Kepala Daerah Soal Pariwisata” yaitu bahwasannya Wakil Gubernur Emil memberi harapan yang besar atas kemajuan tempat wisata di Jawa Timur, termasuk di wilayah Malang. Seperti yang telah disampaikan oleh Wakil Gubernur Emil, Wali Kota Malang Sutiaji mendukung penuh atas tuturan Wakil Gubernur Emil. Beliau menegaskan bahwasannya Kota Malang akan terus berupaya dan berkolaborasi dengan Kota Batu dan Kabupaten Malang dalam rangka pengembangan dunia pariwisata. Hal ini juga telah dituturkan oleh Kepala Dinas Pariwisata dan Kebudayaan (Disparbud) Kabupaten Malang, yaitu Made Arya Wedanthara bahwasannya potensi pariwisata Kabupaten Malang akan mendunia, apabila ditunjang dengan sumber daya manusia pariwisatanya.

Malang Raya merupakan kesatuan dari berbagai daerah yaitu Kota Malang, Kabupaten Malang, dan Kota Batu. Sebagian besar kawasan Malang Raya berada didataran tinggi sehingga suhu didaerah menjadi dingin dan sejuk. Malang tidak hanya menyajikan panorama gunung, di Kabupaten Malang sendiri wisatawan juga dapat menikmati keindahan pantai yang tentunya tak kalah indah dibandingkan pantai yang berada di pulau Bali. Perbedaan antara pantai di pulau Bali dengan pantai yang berada di Malang yaitu ombaknya, yang mana pantai di Malang cenderung mempunyai ombak yang besar dan tinggi, penyebabnya letak pantai di Kabupaten Malang yang menghadap langsung ke Samudera Hindia.

Menurut berita yang dikutip oleh Detik Travel dengan judul “Pemkab Malang Siapkan Brand Promosi Pariwisata” bahwasannya Kepala Pemerintah Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Malang berencana untuk merancang pengembangan pariwisatanya hingga lima tahun yang akan datang. Salah satunya, tentang brand promosi pariwisatanya. Menurut Made selaku ketua Disparbud,

menegaskan bahwasannya brand yang akan dirancang harus sesuai dengan pariwisata yang sedang populer, yaitu destinasi pantai di daerah Malang Selatan, peninggalan Kerajaan Singasari, wisata religi, dan daerah agrowisata. Meskipun Pemerintah Kabupaten Malang telah mengumumkan *tagline*-nya “*The Heart of East Java*” untuk bidang pariwisata Kabupaten Malang, perkembangan pariwisata Kabupaten Malang masih sangat lambat dan tertinggal dari Kota Malang dan Kota Batu. Menurut data BPS pada tahun 2018 jumlah pengunjung yang datang ke Kabupaten Malang, yaitu wisatawan mancanegara sebanyak 100.233 dan wisatawan domestik sebanyak 7.072.124 sehingga total pengunjung sebanyak 7.172.358 dengan jumlah 69 objek wisata yang dapat di datangi. Objek wisata tersebut berupa pantai, air terjun, candi, hingga kuliner. Dengan demikian, membuat pemasok ekonomi terbesar di Kabupaten Malang yaitu berasal dari sektor pariwisata.

Pantai Parang Dowo adalah salah satu pantai yang jarang dikunjungi oleh wisatawan, padahal pantai tersebut akan menjanjikan jika di *branding* dan dipromosikan secara menarik dan optimal kepada masyarakat luas, karena mempunyai potensi yang besar untuk menjadi salah satu daya tarik wisata alam, juga sebagai bagian dari upaya mendongkrak perekonomian masyarakat sekitar pesisir. Seperti artikel yang dikutip oleh Super Adventure dengan judul “Pantai Parang Dowo, Spot Petualangan Eksotis di Jalur Malang Selatan” bahwasannya Pantai Parang Dowo mempunyai banyak panorama yang bisa didatangi oleh pengunjung, namun sayangnya akses menuju tempat tersebut tergolong sulit dan belum maksimal. Pantai Parang Dowo sepi pengunjung dikarenakan fasilitas di pantai tersebut masih belum lengkap dan tidak ada petunjuk arah yang menunjukkan letak pantai tersebut, sehingga para wisatawan jarang ada yang mengetahui adanya Pantai Parang Dowo, bahkan Pantai Parang Dowo sendiri belum mendapatkan perhatian khusus dari pemerintah maupun perusahaan swasta, hal itu membuat akses menuju Pantai Parang Dowo tergolong sulit, karena harus melewati ladang hijau milik penduduk setempat.

Berdasarkan pemaparan latar belakang diatas, penulis tertarik untuk memilih judul “Perancangan Identitas Visual dan *Sign System* Untuk Wisata Objek Pantai Parang Dowo di Kabupaten Malang”. Merancang identitas visual dengan membangun citra Pantai Parang Dowo yang baik di benak masyarakat, merancang media informasi yang efektif dan merancang *sign system* yang optimal, yang diharapkan yaitu dapat membantu serta mempermudah para wisatawan menuju tempat tersebut dan mendongkrak perekonomian masyarakat sekitar pantai.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang, masalah yang ditemukan adalah sebagai berikut:

1. Tidak adanya identitas visual dan media informasi sehingga para wisatawan tidak mengetahui adanya Pantai Parang Dowo di pesisir pantai selatan Kabupaten Malang
2. Belum adanya *sign system* yang optimal di dalam pantai maupun petunjuk arah menuju Pantai Parang Dowo
3. Masyarakat belum sadar akan adanya potensi wisata di daerahnya sendiri

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap potensi wisata Pantai Parang Dowo di Kabupaten Malang?
2. Bagaimana merancang identitas visual dan *sign system* wisata Pantai Parang Dowo di Kabupaten Malang?

1.4 Ruang Lingkup

1. Apa

Perancangan identitas Visual dan *sign system* untuk wisata Pantai Parang Dowo di Kabupaten Malang

2. Siapa

Target Primer perancangan ini kisaran di umur 15-25 tahun. Target sekunder adalah dikisaran umur 26-40 tahun, yang berminat untuk mengunjungi tempat wisata.

3. Dimana

Proses pencarian data dilakukan di Kabupaten Malang, proses perancangan dilakukan di Bandung

4. Bagaimana

Perancangan identitas visual dan *Sign system* yang optimal guna menarik perhatian masyarakat untuk datang ke wisata Pantai Parang Dowo

5. Kapan

Proses pengumpulan data dilakukan dari Januari 2020 hingga April 2020, proses perancangan dilakukan dari bulan Mei 2020 hingga Juni 2020

1.5 Tujuan

Berkaitan dengan permasalahan tersebut, penelitian ini bertujuan untuk :

- a. Untuk meningkatkan daya tarik wisata Pantai Parang Dowo karena memiliki potensi untuk menjadi salah satu daya tarik wisata alam
- b. Untuk mendongkrak perekonomian masyarakat sekitar Pantai Parang Dowo
- c. Untuk membantu serta mempermudah wisatawan yang akan berkunjung ke Pantai Parang Dowo

1.6 Metode Pengumpulan Data

1.6.1 Metode Penelitian

Penelitian kualitatif merupakan kegiatan penelitian yang dilakukan dengan mengkaji sudut pandang peserta dengan menggunakan strategi-strategi yang bersifat interaktif dan fleksibel. Penelitian ini dilakukan guna memahami fenomena-fenomena sosial dari sudut pandang peserta.

1.6.2 Metode Pengumpulan Data

a) Observasi

Penulis melakukan pengamatan langsung ke wisata Pantai Parang Dowo, guna untuk mendapatkan data yang dapat digunakan untuk merancang identitas visual.

b) Studi pustaka

Mencari dan mengolah data yang diperlukan untuk kebutuhan pembuatan laporan serta perancangan dari berbagai informasi yang bersumber valid dari buku, jurnal, maupun *e-book* yang berkaitan dengan topik penelitian.

c) Wawancara kepada ahli

Penulis akan melakukan wawancara mendalam dengan Ir. Budi Susilo selaku Kasi Promosi dan Kerjasama Pariwisata Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Malang. Penulis juga akan melakukan wawancara dengan Bapak Mario Utomo selaku penanggung jawab pantai.

d) Kuesioner kepada responden

Penulis membuat beberapa daftar pertanyaan dengan menggunakan google forms dan kemudian akan disebarakan melalui media sosial yaitu LINE, Whatsapp, dan Instagram kepada *target audiens* untuk mendapatkan data yang dibutuhkan.

1.6.3 Metode Analisis

a) Analisis SWOT

Untuk menganalisis data, penulis memilih metode analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunities, dan Threats*).

b) Analisis Matriks

Analisis matriks merupakan cara untuk menganalisis data yang terdiri dari kolom dan baris yang memunculkan dua dimensi yang berbeda, yang bertujuan untuk membandingkan seperangkat data dan menarik kesimpulan.

1.7 Kerangka Perancangan

1.8

Fenomena

Jika membicarakan tentang liburan di pantai, Malang pasti menjadi opsi terakhir untuk wisata pantainya, para wisatawan mungkin lebih memilih liburan ke pantai-pantai yang berada di Bali atau lainnya. Hal ini dikarenakan pantai di Malang letaknya sangat jauh dari Kota Malang dan jalan menuju pantai Malang masih tergolong sulit. Padahal pantai-pantai yang berada di Malang memiliki keindahan yang luar biasa. Adapun pantai di Malang yang belum mendapatkan perhatian khusus dari pemerintah maupun perusahaan swasta, yaitu Pantai Parang Dowo. Padahal pantai tersebut memiliki potensi wisata jika dikelola dan dipromosikan dengan baik.

Penting

Meningkatkan perekonomian masyarakat sekitar pantai, memudahkan wisatawan menemukan Pantai Parang Dowo.

Genting

Tidak adanya sign system di dalam pantai, maupun di jalan menuju pantai dan tidak adanya identitas visual serta media promosi.

Latar Belakang Masalah

Parang Dowo masih sepi pengunjung karena fasilitas di pantai tersebut masih belum lengkap dan belum memiliki identitas visual, selain itu tidak adanya petunjuk arah didalam kawasan pantai, maupun diluar pantai, sehingga para wisatawan jarang ada yang mengetahui adanya Pantai Parang Dowo. Bahkan pemerintah maupun perusahaan swasta belum memberi perhatian khusus untuk Pantai Parang Dowo, padahal memiliki potensi wisata jika dikelola dengan baik. Pantai Parang Dowo memiliki potensi wisata, yaitu Tanjung Bukit Dalang Mansur, Bukit Asmara, Teluk Pasir Putih, Teluk Kajaran, dan masih banyak spot eksotis lainnya.

Identifikasi Masalah

1. Tidak adanya identitas visual dan media informasi sehingga para wisatawan tidak mengetahui adanya Pantai Parang Dowo di pesisir pantai selatan Kabupaten Malang
2. Belum adanya sign system yang optimal di dalam pantai maupun petunjuk arah menuju Pantai Parang Dowo

Fokus Masalah

- Membangun citra merek yang kuat untuk wisata Pantai Parang Dowo
- Merancang identitas visual untuk menciptakan brand awareness tempat wisata di benak wisatawan
- Merancang media informasi yang optimal untuk mempermudah wisatawan menemukan objek wisata Pantai Parang Dowo

Hipotesa

Perancangan identitas visual dan media promosi untuk Pantai Parang Dowo dengan membangun citra yang baik di mata masyarakat dan merancang *sign system* yang menarik serta optimal dapat meningkatkan jumlah wisatawan yang berkunjung ke Pantai Parang Dowo

Opini

Kotler dan Waldemar (2010) memaparkan bahwasannya brand awareness yang rendah bisa dikarenakan oleh sejumlah faktor penting yang salah satunya yaitu karena kurang tepatnya penerapan identitas merek sehingga belum bisa menarik perhatian konsumen (dalam Tanuatmadja, 2014, p.2). Suatu identitas merek yang konsisten akan memberikan dampak yang baik dengan memberikan citra yang baik dan profesional untuk meningkatkan brand awareness di benak masyarakat (Rustan, 2009:54).

Issue

Dikutip dari artikel Super Adventure dengan judul "Pantai Parang Dowo, Spot Petualangan Eksotis di Jalur Malang Selatan" bahwasannya Pantai Parang Dowo mempunyai banyak panorama yang bisa didatangi oleh pengunjung, namun sayangnya akses menuju tempat tersebut tergolong sulit. Pantai Parang Dowo sepi pengunjung dikarenakan fasilitas di pantai tersebut masih belum lengkap dan tidak ada petunjuk arah yang menunjukkan letak pantai tersebut, sehingga para wisatawan jarang ada yang mengetahui adanya Pantai Parang Dowo.

Solusi

Solusi dari permasalahan diatas yaitu dengan membangun citra yang baik untuk wisata Pantai Kajaran dengan merancang suatu identitas visual untuk meningkatkan *brand awareness* di mata masyarakat, serta merancang *sign system* yang menarik, dan mempromosikannya dengan baik. Dengan harapan dapat membantu serta mempermudah para wisatawan menuju tempat tersebut dan dapat meningkatkan minat masyarakat untuk mengunjungi wisata Pantai Parang Dowo yang memiliki keindahan tersendiri di dalamnya.

Metode Perancangan

Pengumpulan Data

Observasi, Wawancara, Studi Pustaka, Kuesioner

Analisis

Analisi SWOT, Analisis Matriks

Literatur

Perancangan, Identitas visual, *Sign system*, Desain Komunikasi Visual, Logo, Brand

Konsep perancangan identitas visual dan media promosi yang sesuai dengan data yang akurat. Mengoptimalkan *sign system* untuk mempermudah para wisatawan yang akan datang ke wisata Pantai Parang Dowo, dan membangun citra merek yang kuat dan konsisten, agar dapat menciptakan *brand awareness* di benak masyarakat.

Perancangan identitas visual dan media promosi di wisata Pantai Parang Dowo dengan mencari data yang akurat seperti wawancara, observasi, kuesioner, dan studi pustaka. Selain itu juga menggunakan analisis SWOT dan matriks.

1.9 Pembabakan

Bab I menjelaskan tentang latar belakang masalah, identifikasi masalah, dan rumusan masalah dan permasalahan yang timbul dengan ruang lingkup yang membatasi masalah. Menjelaskan tujuan perancangan serta metode pengumpulan data yang dijelaskan dalam kerangka perancangan.

Bab II menjelaskan serta menentukan teori atau dasar pemikiran yang difungsikan sebagai tumpuan untuk menganalisis permasalahan seperti teori DKV, teori *sign system*, teori identitas visual, dan lain-lain

Bab III memaparkan hasil survey serta pengumpulan data di lapangan secara sistematis untuk di uraikan. Data yang sudah terkumpul akan dianalisis kembali menggunakan teori-teori yang ada tentang hasil survey, lalu akan menghasilkan beberapa kesimpulan.

Bab IV memaparkan konsep-konsep yang digunakan saat proses perancangan, mulai dari konsep kreatif, konsep pesan, konsep visual, dsb. Kemudian menjelaskan hasil dari perancangan mulai dari tipografi, warna, hingga penerapan visual pada media.

Bab V menjelaskan kesimpulan dari identitas visual dan *sign system* untuk objek wisata Pantai Parang Dowo di Kabupaten Malang Selatan dan saran.