

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Negara Indonesia merupakan negara yang memiliki banyak keragaman, baik dari segi adat, budaya, agama, suku dan bahasa. Sehingga Indonesia adalah negara yang kaya dengan sumber daya alamnya. Banyak sekali sumber daya alam yang dapat dikelola dengan baik dan dapat dijadikan sebagai potensi untuk memakmurkan rakyat dan memajukan kepariwisataan negara Indonesia. Indonesia sangatlah dikenal dengan keindahan pantai-pantainya yang membentang luas di lautan Indonesia. Ini menjadi nilai tersendiri bagi bangsa Indonesia, tak hanya warga Indonesia sendiri saja yang mengagumi namun juga dikenal hingga ke mancanegara. Ini pulalah yang kemudian menjadikan Indonesia sebagai salah satu negara tujuan wisata yang begitu diminati.

Wisata pantai Mangrove adalah salah satu wisata pantai yang berada di Kabupaten Serdang Bedagai, Sumatera Utara. Pantai ini diberi nama pantai mangrove karena pantai ini unik dan berbeda dengan pantai lainnya. Di pantai ini terdapat hutan mangrove yang menjadi ekosistem yang sangat produktif. Hutan mangrove merupakan salah satu bentuk ekosistem hutan yang unik dan khas, terdapat di daerah pasang surut di wilayah pesisir, pantai, dan pulau-pulau kecil, dan merupakan potensi sumber daya alam yang sangat potensial. Hutan mangrove memiliki nilai ekonomis dan ekologis yang tinggi, tetapi sangat rentan terhadap kerusakan apabila kurang bijaksana dalam mempertahankan, melestarikan dan pengelolaannya. Hutan bakau adalah rumah bagi berbagai spesies ikan, kepiting, udang, dan moluska. Perikanan ini merupakan sumber makanan penting bagi ribuan komunitas pesisir di seluruh dunia. Hutan bakau juga berfungsi sebagai tempat pembibitan bagi banyak spesies ikan, termasuk terumbu karang. Hutan mangrove ini memiliki banyak manfaat untuk lingkungan maupun manusia.

Wisata pantai Mangrove belum banyak dikenal oleh masyarakat, karena jarak lokasinya yang jauh dan belum adanya informasi tentang keberadaan pantai Mangrove.

Sejauh ini pemerintah pernah membuat brosur sebagai media promosi untuk pantai mangrove, namun brosur yang dibuat tidak khusus untuk pantai Mangrove, dan belum memfokuskan untuk pantai Mangrove saja sehingga belum terkonsep dengan baik.

Wisata pantai Mangrove ini belum memiliki identitas visual, Fungsi dari adanya Identitas Visual sebagai citra serta tanda pengenal suatu perusahaan sebagai identitas visual sehingga wisatawan dan calon wisatawan dapat melihat gambaran yang jelas mengenai identitas dan citra yang akan disampaikan perusahaan tersebut. (Rustan, Suriyanto 2009).

Dalam wawancara yang telah dilakukan dengan Ibu Nur Intan Siregar (Kabid Dinas Pariwisata Kabupaten Serdang Bedagai) dinyatakan belum pernah dilakukan branding. Sehingga perlu adanya upaya perancangan logo yang terkonsep untuk dapat meningkatkan minat serta jumlah kunjungan wisata di Kabupaten Serdang Bedagai. Dengan meningkatnya jumlah kunjungan, nantinya akan terjadi peningkatan pendapatan masyarakat serta pemerintah Kabupaten Serdang Bedagai. Pantai ini bukan hanya sekedar indah dan dapat di nikmati oleh mata saja, pantai ini juga memberikan banyak ilmu bagi para wisatawan yang berkunjung. Pantai ini sangat penting dikunjungi karena pantai ini memiliki nilai-nilai pengetahuan yang tinggi. Memasuki wisata pantai ini, para pengunjung akan menjumpai masyarakat melayu pesisir yang ramah dan senang sekali bercerita. Mereka akan menyambut hangat pengunjung yang datang kesini. Sesampainya dilokasi, para wisatawan akan di pandu langsung oleh guide lokal dan diberikan kuliah singkat tentang mangrove. Mulai dari jenis-jenis mangrove, cara menanam mangrove, manfaat mangrove bagi lingkungan serta jenis mangrove apa saja yang dapat diolah menjadi makanan khas. Kegiatan wajib yang dilakukan dilokasi ini tentu saja menanam mangrove. Namun selain itu, kita juga bisa bermain canoe menyebrangi sungai, berburu kepiting bakau di kolam lumpur, mencari kepah laut hingga hunting sunset. Setelah lelah berpanas-panasan menanam mangrove dan bermain canoe, maka kegiatan yang paling dinantikan tentunya makan siang. Menu makanan yang ditawarkan oleh wisata ini pun sangat menggugah selera, beragam

seafood mulai dari ikan, kepiting, kepah, udang, serta sayuran hijau dan buah-buahan segar berjajar rapi di meja makan.

Target audiens untuk mempromosikan pantai ini lebih tepatnya kepada generasi kaum millennial. Karena generasi kaum millennial ini sangat tepat dalam menerima edukasi dini mengenai pentingnya menjaga hutan mangrove dan menjaga lingkungan. Berdasarkan berita yang dirilis oleh *Merdeka.com* pada Jumat, 04 April 21:12, Kaum yang dikenal juga dengan Generasi Y ini merupakan anak muda yang berusia antara 15 hingga 34 tahun. Generasi ini lahir di era perkembangan teknologi, terutama internet. Tidak heran jika televisi sudah bukan prioritas kaum millennial untuk mendapatkan informasi. Mereka lebih suka mencari informasi lewat smartphone-nya, baik dengan mencarinya di situs pencari atau menggunakan media sosial yang dimiliki.

Dengan adanya potensi wisata yang dapat dikembangkan, penelitian ini bertujuan untuk mempromosikan wisata pantai Mangrove yang dimiliki Kabupaten Serdang Bedagai, agar lebih dapat dikenal oleh masyarakat luas.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan fenomena tersebut, masalah dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Belum banyak masyarakat lokal khususnya kaum Milenial yang mengetahui wisata pantai mangrove
2. Belum adanya upaya promosi yang maksimal dari Pemerintahan daerah
3. Diperlukan suatu identitas dan media promosi yang tepat untuk pariwisata pantai Mangrove

1.3 Rumusan Masalah

Bagaimana merancang identitas visual dan media promosi yang menarik sehingga dapat meningkatkan kunjungan wisata.

1.4 Ruang Lingkup

Agar masalah tidak meluas, penulis membatasi ruang lingkup permasalahan sebagai berikut:

1. Apa
Identitas visual pantai Mangrove
2. Siapa
Segmen dari identitas visual dan informasi ini yaitu khususnya masyarakat Sumatera Utara dengan rentang usia 16-30 tahun.
3. Dimana
Lokasi penelitian yang dilakukan yaitu Sumatera Utara.
4. Kapan
Penelitian dan perancangan dilakukan sejak Agustus 2019 hingga Juni 2020.
5. Kenapa
Untuk mengembangkan potensi Kawasan Wisata Pantai Mangrove agar menjadi sebuah brand destinasi.
6. Bagaimana
Dengan merancang sebuah identitas visual yang dapat memberikan brand awareness untuk wisatawan.

1.5 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk meningkatkan promosi pemasaran.
2. Untuk meningkatkan daya tarik masyarakat.

1.6 Metode Pengumpulan Data

1. Observasi

Observasi adalah teknik cara pengumpulan data dengan cara pengamatan suatu objek yang diperlukan dalam penelitian secara teliti dan sistematis yang mendukung proses penelitian. (Yusuf, 2005:132).

Pengamatan dilakukan di dinas pariwisata dan budaya kabupaten Serdang Bedagai, kawasan wisata kabupaten Serdang Bedagai, dan masyarakat sekitar kawasan objek wisata.

2. Wawancara

Wawancara adalah teknik cara pengumpulan data menggunakan pertanyaan dengan ruang kosong dibawah tiap pertanyaan. Hasil wawancara ditulis tangan pada ruang kosong tersebut. (soewardikoen, 2013:32)

Wawancara dilakukan kepada kabid dinas pariwisata dan kabid dinas lingkungan hidup kabupaten Serdang Bedagai.

3. Studi Pustaka

Studi pustaka adalah teknik cara pengumpulan data dengan membaca sehingga menemukan ide-ide. Buku ditulis sebagai penuangan pemikiran dari penulisnya, dari khayalan dan impian, pemikiran, hasil pengamatan dan penelitian dituangkan dalam bentuk tulisan. Semakin banyak membaca hasil pemikiran maka semakin luas referensi yang dimiliki oleh peneliti. (soewardikoen, 2013:16)

Perancangan tugas akhir ini menggunakan karya tulis yang berkaitan dengan teori brand, teori logo, teori promosi, teori media, layout, dan identitas visual.

4. Kuesioner

Kuesioner adalah teknik cara untuk memperoleh data dalam waktu yang relatif singkat karena banyak orang dapat sekaligus dihubungi. Pertanyaan sudah disiapkan terlebih dahulu, diarahkan ke suatu jawaban untuk dikuantifikasi (dihitung). (soewardikoen, 2013:35)

Kuesioner diberikan kepada target audiens yaitu masyarakat di lokal dan masyarakat luar.

1.7 Analisis Data dan Visual

1.7.1 Analisis Data

Dalam pembuatan perancangan identitas dan media promosi untuk wisata pantai Mangrove ini, penulis menggunakan dua analisis data, yaitu:

1. Analisis Visual

Identitas visual ini dirancang untuk memperkenalkan wisata pantai Mangrove sehingga mempermudah para masyarakat ramai.

2. Analisis Data Kuesioner

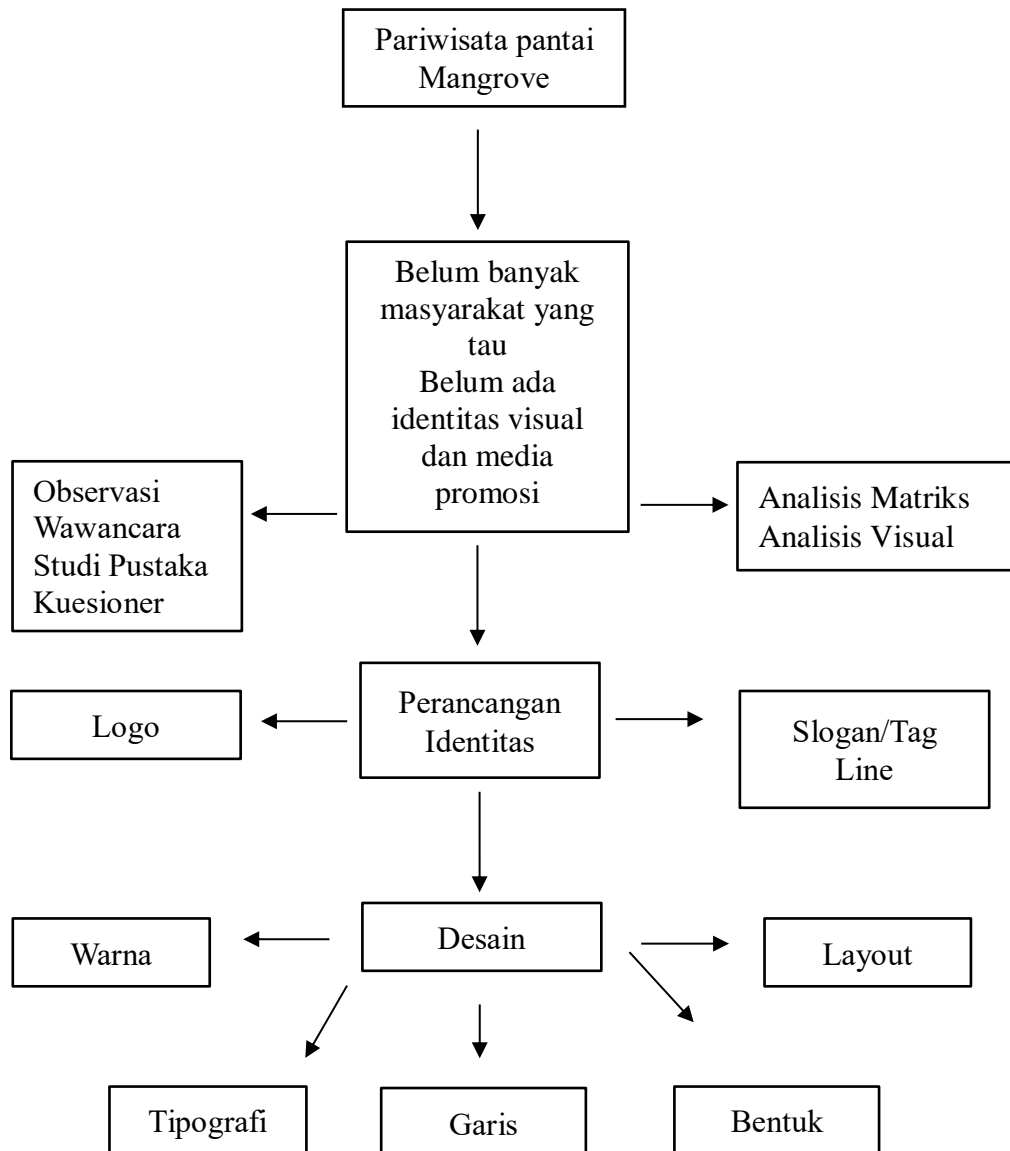
Penulis membuat kuesioner untuk disebarakan kepada semua orang yang memiliki kesempatan untuk berkunjung ke pantai Mangrove. Dengan adanya kuesioner ini, penulis bisa mendapatkan data yang akurat dari individu yang telah menjawab kuesioner tersebut.

1.7.2 Analisis Matriks Perbandingan

Untuk perancangan visual yang baik maka penulis menggunakan analisi matrik yaitu membandingkan karya visual satu dengan yang lain dengan cara mensejajarkannya dengan teori yang digunakan. Analisis data dalam perancangan ini dilakukan dengan membandingkan data visual dari Logo Visit Malaysia, Bantul dan Jember festival carnival.

1.8 Kerangka Perancangan

Dalam penulisan penelitian ini penulis membuat kerangka perancangan yang baik untuk meningkatkan pengunjung wisatawan ke pantai Mangrove di Kabupaten Serdang Bedagai.



1.9 Pembabakan

1. BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini dijelaskan mengenai latar belakang, identifikasi masalah, perumusan masalah, ruang lingkup, tujuan penelitian, cara pengumpulan data dan analisis, dan kerangka pemikiran.

2. BAB II DASAR PEMIKIRAN

Pada bab ini akan dijelaskan mengenai dasar teori yang relevan sebagai pijakan untuk membuat laporan penelitian, kerangka teori, dan asumsi.

3. BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH

Pada bab ini akan diuraikan hasil pencarian data secara terstruktur dan siap diuraikan, seperti data aspek imaji, data wawancara, dan kuesioner dan analisis konten, analisis visual, analisis matriks, serta penarikan kesimpulan.

4. BAB IV PENUTUP

Berupa kesimpulan akhir mengenai hasil dari laporan penelitian dan saran yang berkaitan dengan penulisan laporan penelitian.