

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Perkembangan pariwisata Indonesia dan keterlibatan masyarakat menjadi peran atas perkembangan potensi wisata budaya. Sejalan dengan hal tersebut, dikutip dari <http://www.nationalgeographic.grid.id>, Rahtika selaku dosen STP Sahid mengungkapkan bahwa masyarakat perlu terlibat bila ingin membangun pariwisata, jika masyarakat lokal bisa secara aktif berpartisipasi dalam pariwisata ini hal tersebut bisa menjadi diferensiasi bagi setiap destinasi wisata Indonesia. Bisa dikatakan bahwa sektor wisata adalah salah satu cara untuk meningkatkan perekonomian daerah, maupun Indonesia. Berbagai destinasi wisata di Indonesia selalu ramai dikunjungi oleh wisatawan mancanegara maupun wisatawan domestik.

Pariwisata Indonesia saat ini sangat di soroti eksistensinya, lebih tepatnya pariwisata alam terbuka di daerah perkotaan, salah satunya seperti, daerah Banten , Tangerang yaitu Telaga Biru Cisoka. Telaga Biru Cisoka adalah salah satu destinasi wisata alam yang dimiliki oleh Kabupaten Tangerang. Beralamat di Kampung Cigaru, Jalan Cigaru Cisoka, Tangerang – Banten 15730, Tempat ini mempunyai objek wisata yaitu tiga telaga yang ternyata memiliki keunikan berupa warna berbeda di masing – masing telaganya. Selain keunikan tersebut telaga ini mempunyai kedalaman yang berbeda mulai dari 5 meter, sampai 25 meter. Kendati demikian telaga ini tetap menjadi destinasi wisata yang ditawarkan daerah tersebut.

Menurut salah seorang pengelola telaga tersebut, yang bernama Andi, yang dikutip dari [viva.co.id](http://viva.co.id), telaga ini bukanlah telaga yang terbentuk secara alami, namun awalnya terbentuk dari sisa penggalian pasir. Telaga Biru Cisoka ini terbentuk pada tahun 1999-2005, namun karena proses alam membuat bekas penggalian pasir tersebut mulai digenangi air dan membentuk telaga. Melihat pemandangan indah yang ditampilkan oleh telaga biru tersebut, membuat para warga Cisoka akhirnya memutuskan untuk menjadikannya sebagai tempat

wisata pada Mei 2015. Telaga Biru Cisoka dengan keseluruhan luas 4 Ha, ini juga dimanfaatkan oleh warga sekitar sebagai lahan bisnis kecil – kecilan dengan membuka beberapa kedai kopi sebagai tempat bersantai para wisatawan yang datang.

Andi juga menuturkan bahwa pengelolaan telaga ini telah bekerja sama dengan pemerintahan setempat agar wisatawan dapat merasa lebih nyaman. Danau biru ini juga tidak hanya dikunjungi oleh wisatawan lokal namun juga mancanegara. Hanya dengan Rp. 7000,- sudah bisa memasuki Kawasan Telaga Biru Cisoka dan untuk menyewa perahu hanya dengan Rp.10.000,- . Telaga Biru Cisoka bisa dikunjungi setiap hari dari pagi hingga sore hari. Selain menyajikan keindahan alam telaga, banyak aktivitas yang juga bisa dilakukan disini diantaranya, spot foto yang unik dengan latar air biru telaga yang bisa dijadikan koleksi pribadi bisa juga sebagai latar foto pre-wedding, maupun foto profesional bersama komunitas fotografi.

Tidak hanya telaga, didaerah danau Cisoka ini terdapat kolam renang untuk orang dewasa dan anak – anak meskipun tidak begitu luas namun kolam renang ini cukup unik. Dipinggir kolam terdapat pantai buatan lengkap dengan pasir. Tidak hanya itu keindahan telaga bisa dinikmati diatas perahu atau sampan. Yang siap disewa oleh pengunjung untuk menjelajah danau namun dari sewa fasilitas tersebut masih banyak terdapat kekurangan diantaranya adalah kurangnya identitas sebagai salah satu bentuk promosi serta kurangnya media promosi yang terintegrasi yang dapat menunjang fasilitas yang ada di Telaga Cisoka.

Maka dari itu, dibutuhkannya solusi untuk mengatasi masalah tersebut diantaranya, perancangan identitas visual dan media promosi agar Telaga Cisoka bisa menjadi pendukung dan meningkatkan perekonomian warga sekitar dan menunjang wisata lokal Kabupaten Tangerang , Banten. Serta berperan memperkenalkan destinasi wisata alam Kabupaten Tangerang ke wilayah yang lebih luas.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

1. Tidak adanya identitas visual Brand Telaga Biru Cisoka yang menampilkan keunikan Telaga Biru Cisoka
2. Tidak ada media yang khusus mempromosikan Telaga Biru Cisoka sehingga potensi yang dimiliki tidak mencapai ke target audiens yang lebih luas

## **1.3 Rumusan Masalah**

1. Bagaimana cara merancang identitas visual serta strategi media dan promosi yang sesuai untuk Telaga Biru Cisoka ?

## **1.4 Batasan Masalah**

- a. Telaga Biru Cisoka merupakan salah satu destinasi wisata alam dengan keunikannya
- b. Kegiatan Perancangan berlokasi di Kampung Cigaru, Jalan Cigaru Cisoka, Tangerang – Banten 15730
- c. Pengumpulan data analisis hingga proses perancangan dan penerapan dilakukan pada jangka waktu Januari sampai dengan Agustus 2020 dan pengaplikasian dilakukan setelah proses perancangan selesai
- d. Segmentasi dalam perancangan ini adalah yang belum dan ingin datang ke wisata Telaga Biru Cisoka yang berusia 15 tahun hingga 30 tahun yang sedang berlibur atau hanya menikmati keindahan alam telaga.
- e. Memberikan identitas visual dan media promosi untuk masyarakat luas dan pengunjung Telaga Biru Cisoka yang akan memudahkan wisatawan untuk mendapat informasi tentang Telaga Biru Cisoka dan dapat menumbuhkan daya tarik.

## **1.5 Tujuan Perancangan**

Agar dapat meningkatkan perekonomian masyarakat sekitar dan menjadi aset wisata alam yang dimiliki oleh Kabupaten Tangerang. Diharapkan dengan perancangan identitas visual dan media promosi dapat meningkatkan minat masyarakat luas untuk berkunjung ke Telaga Biru Cisoka.

## **1.6 Metode Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data yang dipakai penulis merupakan metode penelitian kualitatif :

### **1. Metode wawancara**

Metode wawancara yang digunakan adalah wawancara terstruktur. Untuk melengkapi data, disini penulis juga melakukan wawancara langsung kepada pengelola sebagai narasumber maupun pengunjung agar dapat mengetahui mengenai informasi tentang Cisoka.

### **2. Metode Observasi**

Dalam observasi dilakukan juga kepada masyarakat Kabupaten Tangerang dan sekitarnya, dan pengunjung yang datang serta lingkungan Kawasan Wisata Telaga Biru Cisoka, dengan mengumpulna data visual selama proses observasi.

### **3. Studi Pustaka**

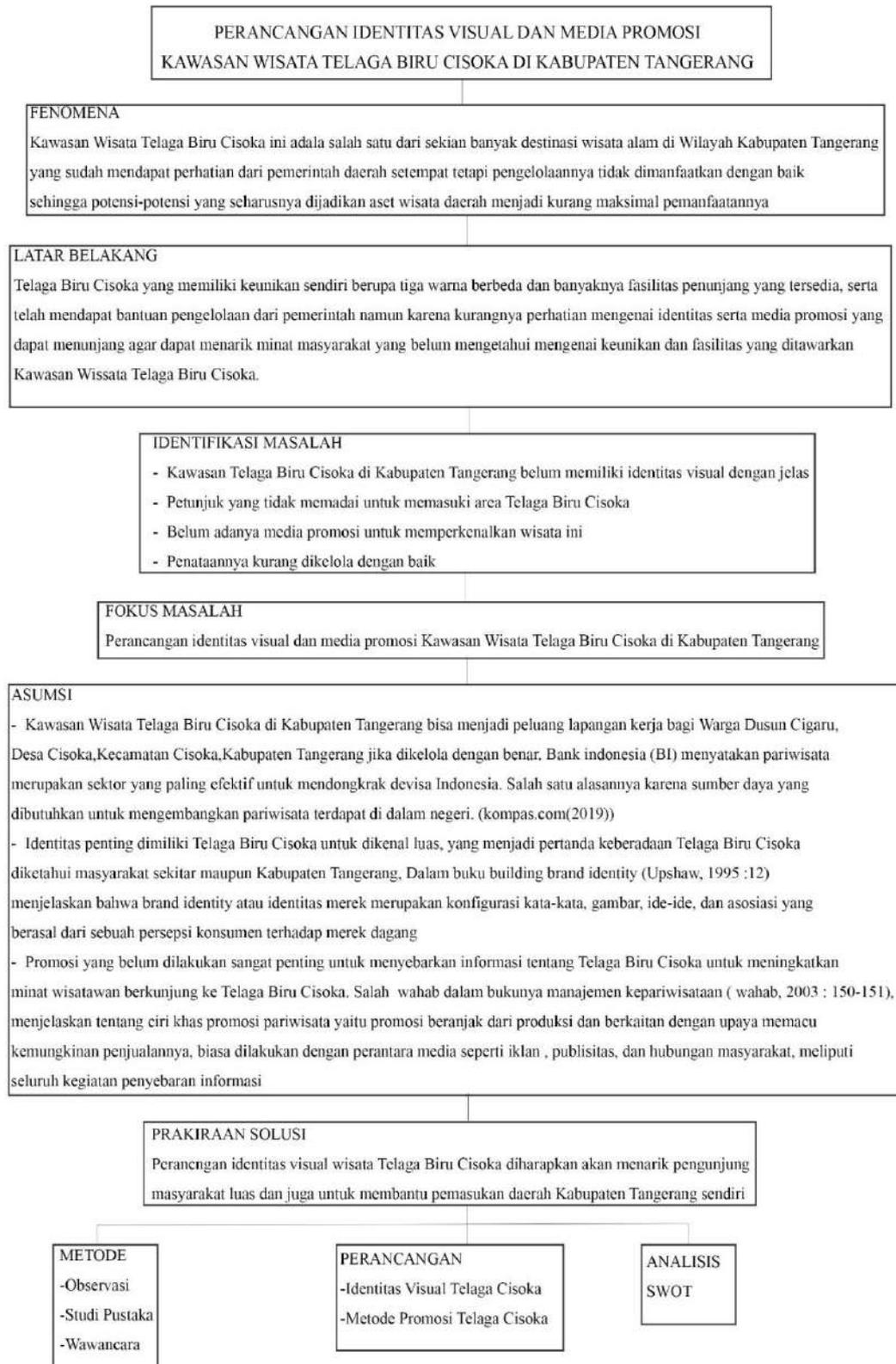
Sumber tertulis yang digunakan adalah buku referensi dan artikel yang memiliki korelasi dengan Kawasan Wisata Telaga Biru Cisoka ataupun data penelitian.

## 1.7 Metode Analisis Data

### a. Analisis SWOT

SWOT merupakan suatu cara menganalisis faktor-faktor internal dan eksternal menjadi langkah-langkah strategi dalam pengoptimalan usaha yang lebih menguntungkan. Dalam analisis faktor-faktor internal dan eksternal tersebut akan ditentukan menjadi beberapa aspek yakni ; Kekuatan (Strength), Kelemahan (Weakness), Kesempatan (Opportunities), dan yang menjadi ancaman (Threat) dalam sebuah permasalahan. Dengan begitu akan dapat ditentukan berbagai kemungkinan alternatif strategi yang dapat dijalankan ( Freddy Rangkuti, 2005:19). Dengan analisis yang memungkinkan pada penelitian ini serta agar dapat membantu penelitian perancangan identitas visual dan media promosi dari segi aspek dan internal Telaga Biru Cisoka di Kabupaten Tangerang.

## 1.8 Kerangka Perancangan



Bagan 1.1 Kerangka Berpikir

Sumber : Dokumentasi Pribadi

## **1.9 Pembabakan**

### **Bab I : PENDAHULUAN**

Membahas latar belakang permasalahan yaitu, berupa fenomena mengapa masalah tersebut diambil serta kepentingannya. Terdapat juga identifikasi masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan , metode penelitian, kerangka perancangan serta pembabakan.

### **Bab II : DASAR PEMIKIRAN**

Pada bagian ini menjelaskan tentang teori-teori dan dasar pemikiran mengenai identitas visual dan media promosi untuk dijadikan sebagai acuan dan landasan panduan, sehingga dapat didapatkan solusi menggunakan teori perancangan, untuk menghasilkan identitas visual dan media promosi untuk Kawasan Wisata Telaga Biru Cisoka di Kabupaten Tangerang.

### **Bab III : DATA DAN ANALISIS MASALAH**

Berisi tentang data yang berkaitan dengan wisata Telaga Cisoka di Kabupaten Tangerang. Serta analisis dari data-data yang sesuai dengan tujuan perancangan, untuk menghasilkan identitas visual dan media promosi untuk telaga cisoka kabupaten tangerang

### **Bab IV : KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN**

Terdapat konsep konsep perancangan untuk identitas visual dan media promosi, baik dalam konsep ide,maupun konsep visual yang berupa sketsa dan visual perancangan. Berisi juga konsep akhir identitas visual, hingga penerapan identitas visual pada media.

### **Bab V : PENUTUP**

Penutup Berisi saran dan masukan, serta kesimpulan yang menjawab tujuan dari penelitian