

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kabupaten Pacitan mempunyai berbagai potensi wisata yang baik, salah satunya wisata pantai yang menarik, pasir pantainya yang putih serta karakter ombak yang bagus. Dikarenakan Kabupaten Pacitan sendiri memiliki panjang garis pantai yang tergolong panjang sehingga, terdapat berbagai jenis pantai disana. Dilihat hasil data dari Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga (Disparpora) Pacitan yang menyebutkan Pacitan menjadi target kunjungan nomor satu di Jawa Timur. Menurut Kepala Bidang Pemasaran Disparpora Budi Hartoko pada Rabu (12/6/2019), kunjungan wisatawan memasuki 23 persen, hasil itu belum final karena masih terdapat tempat wisata-wisata lain seperti Pantai Watu Karung, Pantai Klayar, dan Goa Gong. Sementara untuk totalnya 167.516 kunjungan (pacitanku.com).

Setidaknya ada beberapa pantai daerah Pacitan yang sudah sangat dikenal oleh para wisatawan luar kota, bahkan internasional. Hal ini tentunya terkait juga dengan peran komunikasi *branding* sebagai bentuk promosinya, lebih khususnya pada perancangan atau penggunaan setiap unsur desain, seperti tipografi. Menurut Rustan (2017:5), tipografi merupakan keilmuan atau suatu cabang dalam desain grafis yang berkaitan dengan elemen lainnya, tipografi ini berkaitan dekat dengan bidang lainnya, yaitu teknologi, psikologi, komunikasi, dan lain-lain. Suatu *brand* tentunya memiliki karakter dan pesan tersendiri yang bisa muncul atau dimunculkan dari penggunaan tipografi melalui komunikasi-komunikasi *branding*.

Namun, di daerah Pacitan masih sering dijumpai beberapa penerapan atau penggunaan tipografi yang kurang sesuai dengan prinsip-prinsip tipografi pada komunikasi *branding* wisata pantai daerah Pacitan. Komunikasi *branding* tersebut biasanya berupa poster *event*, baliho, *instagram feed*, dll. Contoh dalam desain yang memiliki kualitas huruf atau kejelasan karakter satu-persatu masih rendah sehingga membuat huruf tersebut agak sulit terbaca, hal ini berhubungan dengan prinsip *legibility*. Sedangkan, terdapat juga masalah dimana keseluruhan teks yang disusun kurang sesuai dalam suatu komposisi, hal ini berhubungan dengan prinsip

readability. Menurut Sihombing (2015:165), pada dasarnya suatu huruf mempunyai daya tarik yang dapat membuat aktif mata. Daya tarik ini dapat dimaksimalkan apabila dari setiap rancangan karya visual senantiasa meninjau aturan-aturan atau prinsip tipografi dan visual, seperti *legibility*, *readability*, *tracking*, *leading*, serta komposisi huruf dengan elemen pendukung lainnya.

Prinsip *legibility* dan *readability* dipengaruhi salah satunya yaitu pemilihan *typeface*. *Typeface* sendiri merupakan desain huruf yang mempunyai sifat atau ciri visual yang sama dan konsisten, terdiri sekumpulan dari satu paket huruf, angka, serta tanda baca. Pemilihan *typeface* yang kurang representatif dalam komunikasi *branding* wisata pantai daerah Pacitan merupakan masalah yang cukup serius, karena membuat konsep desain komunikasi *branding* tersebut kurang mempunyai karakter lokal. Hal ini dipengaruhi salah satunya yaitu dalam pemilihan *typeface*nya yang baku dan sering digunakan dalam desain lain pada umumnya, serta dalam pemilihan *typeface* atau huruf masih belum mencerminkan karakter lokal tentang wisata pantai daerah Pacitan.

Pemilihan *typeface* yang tepat pada komunikasi *branding* merupakan tugas dasar yang penting dari proses komunikasi antara karya visual dan pengamat. Menurut Sihombing (2015), suatu media yang penghubung antara pemberi dan penerima pesan merupakan faktor penting dari sebuah keberhasilan komunikasi. Huruf merupakan bagian dari visual tulisan, yang saat ini menjadi salah satu media komunikasi yang populer dan efektif. Suatu huruf adalah unsur yang membentuk sebuah kata atau kalimat, layaknya seperti unsur titik yang dipakai untuk membentuk sebuah garis. Kata atau kalimat yang telah terbuat maka dapat memberikan sebuah informasi, makna, dan juga emosi secara visual. Sedangkan menurut Maulana Adieb melalui Glints.com (2020), seorang graphic designer tidak hanya memiliki tugas mendesain atau merancang sebuah gambar. Bukan hanya itu, tugas lain dari *graphic designer* yaitu mengolah tipografi dengan baik. Lewat perancangan tipografi yang sesuai prinsip dan menarik serta memperhatikan elemen-elemen pendukung lain. Dari argumen atau teori diatas dapat disimpulkan bahwa pentingnya dalam penggunaan *typeface* yang sesuai dengan prinsip oleh para *designer*, tentunya akan mempengaruhi keberhasilan atau tidaknya komunikasi dari

karya visual yang dibuat. Bukan hanya itu, dalam faktor wisata juga dapat mengekspresikan karakter lokal sebagai identitas yang kuat.

Hanya saja ketersediaan informasi mengenai penggunaan *typeface* wisata pantai sesuai dengan prinsip dan teori yang benar sebagai bentuk pedoman atau acuan memang belum begitu banyak ditemui. Maka dari fenomena masalah yang ada, dipilih pendekatan melalui media informasi sebagai pedoman penggunaan *typeface* pada komunikasi *branding* wisata pantai yang sesuai dengan prinsip dan teori yang benar. Tipografi dianggap paling dekat dengan kehidupan masyarakat sehari-hari, sebagai suatu kreatifitas aplikatif-implementatif yang tentunya dekat dengan komunikasi verbal dan visual. Dari media informasi yang dibuat, diharapkan dapat memberi wawasan seputar tipografi dan dapat menjadi acuan bagi para *designer* maupun yang sedang dalam proses belajar desain.

1.2 Permasalahan

1.2.1 Identifikasi Masalah

Menurut dari latar belakang di atas, maka untuk identifikasi masalahnya yaitu sebagai berikut:

1. Tipografi dalam komunikasi *branding* wisata pantai daerah Pacitan kurang sesuai dengan prinsip-prinsip tipografi.
2. Pemilihan *typeface* atau huruf yang kurang representatif dalam komunikasi *branding* wisata pantai daerah Pacitan.
3. Belum adanya media informasi yang menunjang tentang penggunaan *typeface* dalam komunikasi *branding* wisata pantai daerah Pacitan.

1.2.2 Rumusan Masalah

Sesuai dengan penjabaran identifikasi masalah, maka dapat ditarik rumusannya adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana merancang buku sebagai pedoman penggunaan *typeface* wisata pantai daerah Pacitan dengan prinsip dan teori yang benar?

1.3 Ruang Lingkup

Pada perancangan nanti, telah ditetapkan ruang lingkup masalah agar pembahasan dapat menjadi lebih fokus. Berikut ruang lingkup perancangan ini:

1. Apa

Merancang sebuah buku pedoman penggunaan *typeface* wisata pantai yang membahas teori dan proses langkah perancangan *typeface* wisata pantai.

2. Siapa

Target dalam perancangan buku ini remaja hingga dewasa, dengan rentang umur antara 19-24 tahun.

3. Dimana

Proses pencarian data dan perancangan di lakukan di Kabupaten Pacitan, dengan instansi Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga (Disparpora) Pacitan.

4. Mengapa

Perancangan buku ini bertujuan untuk menambah wawasan seputar tipografi, yaitu penggunaan *typeface* yang sesuai dengan prinsip dan teori yang benar kepada para *designer* maupun yang baru belajar desain.

5. Kapan

Perancangan ini dilakukan dari bulan Februari 2021.

6. Bagaimana

Perancangan ini dibatasi pada buku sebagai pedoman penggunaan *typeface* wisata pantai daerah Pacitan dengan prinsip dan teori yang benar.

1.4 Tujuan

Tujuan perancangan ini adalah buku sebagai pedoman penggunaan *typeface* wisata pantai daerah Pacitan dengan prinsip dan teori yang benar, sehingga dapat menginspirasi dan menambah wawasan baru seputar tipografi bagi para *designer* maupun mahasiswa desain. Nantinya diharap mampu menghasilkan komunikasi *branding* yang baik sebagai sarana mengenalkan dan menjaga eksistensi wisata pantai daerah Pacitan.

1.5 Metode Penelitian

Penulisan dalam Tugas Akhir ini penulis memakai metode penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif yaitu suatu teknik penelitian melakukan proses dengan interaksi secara langsung pada objek yang diamati, prosesnya induktif dan desainnya dapat berkembang serta bersifat subjektif (Syafnidawaty, 2020). Teknik pengumpulan data kualitatif yang biasa dipakai adalah studi pustaka, observasi, wawancara.

1.5.1 Metode Pengumpulan Data

Dalam perancangan ini untuk mendapatkan data yang dibutuhkan, maka digunakan beberapa metode pengumpulan data yaitu sebagai berikut:

1. Studi Pustaka

Teknik pengumpulan data dengan cara mencari literasi yang relevan melalui sumber artikel ilmiah, buku, berita, dan berbagai jenis dokumen lainnya. Studi pustaka dilakukan untuk menambah dan menggali lebih dalam tentang teori dan prinsip mengenai perancangan media informasi penggunaan *typeface* yang akan dilakukan. Bukan hanya itu studi pustaka ini juga berguna untuk mencari referensi dalam perancangan desain nantinya.

2. Observasi

Teknik pengumpulan data dilaksanakan melalui cara melihat secara langsung segala suatu tentang wisata pantai daerah Pacitan yang nantinya akan dijadikan bahan perancangan media informasi. Observasi juga dilakukan pada berbagai visualisasi komunikasi *branding* yang telah ada di kawasan wisata pantai dan secara tidak langsung yaitu yang tersebar di internet, khususnya pada media sosial resmi Dinas Pariwisata Pacitan.

3. Wawancara

Teknik pengumpulan data ini melalui pengajuan tanya jawab dengan responden atau narasumber untuk mendapatkan informasi yang berkaitan, serta mengenai peristiwa yang tidak bisa dilihat sendiri secara langsung. Pada metode ini, dilakukan pencarian data dengan berbagai narasumber yaitu dari Staf Bidang Promosi Disparpora Kabupaten Pacitan, dan dua desainer yang ahli di bidang tipografi.

4. Kuisisioner

Metode pengumpulan data ini dilakukan melalui cara mengajukan pernyataan atau pertanyaan yang mengarah pada *object* atau variabel yang harus diisi oleh responden. Tujuan diadakan kuisisioner ini adalah untuk mengetahui tanggapan dan ketertarikan masyarakat yang berkunjung pada Pantai daerah Pacitan, dan media apa yang sering digunakan untuk mendapatkan informasi.

1.5.2 Metode Analisis Data

Dalam perancangan ini untuk menganalisis data yang sudah diperoleh, digunakan beberapa metode analisis data sebagai berikut:

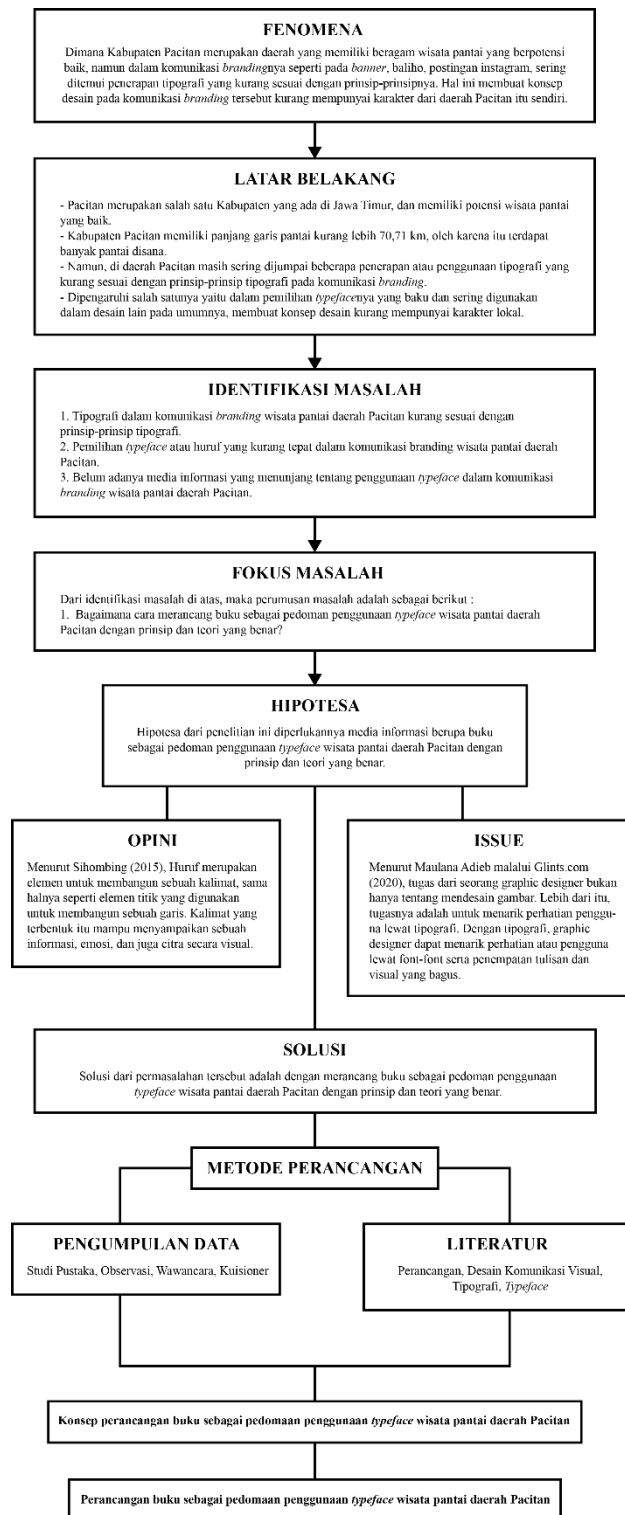
1. Analisis SWOT

Metode analisis data yang dipakai pada perancangan ini yaitu metode analisis SWOT. Berdasarkan Rangkuti (2009:18), analisis SWOT merupakan suatu metode yang dapat mengidentifikasi macam-macam faktor untuk menentukan strategi dari perusahaan yang sistematis. Analisis SWOT ini berdasarkan dari logika yang dapat meningkatkan faktor kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*), serta juga bersamaan bisa mengatasi kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman (*threats*). Dengan metode ini akan dapat ditentukan berbagai kemungkinan alternatif yang strategis.

2. AISAS

Strategi komunikasi dalam perancangan ini akan memakai metode AISAS. Berdasarkan Sugiyama dan Andree (2011:79), metode AISAS ini merupakan sebuah metode yang telah dibuat dengan cara melihat perubahan perilaku *target audiens* mengenai tentang latar belakang kemajuan teknologi internet sekarang ini, yang bertujuan untuk melakukan pendekatan kepada *target audiens* secara efektif. AISAS sendiri merupakan kependekan dari *Attention* (Perhatian), *Interest* (Ketertarikan), *Search* (Pencarian), *Action* (Tindakan), dan *Share* (Pembagian).

1.6 Kerangka Pemikiran



Gambar 1.1 Kerangka Pemikiran
(Sumber : Ikwan Nurcahya, 2021)

1.7 Pembabakan

Penulisan penelitian ini telah disusun menurut sistematika penulisan yang telah ditetapkan, sebagai berikut ini:

BAB I Pendahuluan

Bab ini menjelaskan mengenai latar belakang wisata pantai daerah Pacitan, permasalahan mengenai pemilihan *typeface* yang kurang tepat beserta tujuan, ruang lingkup penelitian, cara mengumpulkan data dan metode analisis yang dipakai, serta kerangka perancangan.

BAB II Landasan Teori

Bab ini menjelaskan teori yang terkait dengan topik masalah serta objek penelitian yang diangkat, seperti teori tipografi, teori *typeface*, teori desain komunikasi visual, teori *branding*, dll. Teori-teori tersebut digunakan untuk pijakan atau acuan dalam proses perancangan.

BAB III Data & Analisis

Bab ini menjelaskan sajian data maupun analisis data, baik itu gambar (foto), wawancara, observasi, analisis SWOT, analisis matriks serta penarikan kesimpulan penelitian untuk perancangan media informasi pedoman penggunaan *typeface* wisata pantai.

BAB IV Konsep & Hasil Perancangan

Bab ini menjabarkan tentang konsep yang telah dibuat sesuai dari hasil analisis disertai dengan hasil perancangan media informasi pedoman penggunaan *typeface* wisata pantai dan media pendukung.

BAB V Penutup

Bab ini menjelaskan kesimpulan atas perancangan yang telah dibuat, saran terhadap karya yang dihasilkan serta rekomendasi yang dapat diterapkan pada perancangan selanjutnya.