

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pandemi COVID-19 tidak hanya membawa krisis kesehatan global saja, tetapi juga merubah gaya hidup dan kebiasaan sosial masyarakat termasuk berwisata. Pada tahun pandemi, budaya kerja semakin intensif dengan munculnya skema kerja dari rumah (work from home). Hal ini secara tidak langsung menyebabkan kelelahan digital (digital fatigue) dan stress jangka panjang karena tidak adanya batasan waktu kerja yang normatif. American Psychological Association melaporkan bahwa lebih dari 67% pekerja mengalami peningkatan stres pada masa pandemi akibat tekanan dan prioritas kesehatan yang tidak memadai (Association, 2021).

Pandemi COVID-19 telah mengubah cara orang bepergian secara radikal. Para pelancong kini gencar memprioritaskan destinasi yang masih alami dan tidak terlalu banyak dikunjungi orang. Seperti yang dinyatakan oleh Gadjah Mada University Press pada tahun 2021, “pandemi telah mendorong individu untuk mencari pengalaman perjalanan yang menumbuhkan ketenangan emosional dan kedekatan dengan alam.” (Press, 2021).

Mendukung pernyataan ini, Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia (Indonesia, 2022) melaporkan bahwa minat domestik terhadap destinasi wisata alam yang minim keramaian telah meningkat. Terutama, tren ini terlihat di kalangan profesional kelas menengah ke atas dari wilayah metropolitan yang lebih besar seperti Jakarta, Surakarta, dan Makassar dengan rentang usia 25 hingga 45 tahun. Dalam hal preferensi, mereka lebih condong ke paket wisata dan menunjukkan keengganan yang kuat terhadap perencanaan sendiri yang mengutamakan kenyamanan dan ketenangan.

Pulau Labengki, yang berada dalam kawasan Taman Nasional Wakatobi, terletak di Kabupaten Konawe Utara, Sulawesi Tenggara. Pulau ini memiliki kombinasi keindahan alam yang alami, pantai berpasir putih yang masih perawan, air laut yang jernih dengan terumbu karang yang kaya dan spesies laut lainnya. Bahkan lebih dari itu, Labengki menawarkan suasana tenang, jauh dari kebisingan tempat wisata massal, menjadikannya ideal bagi wisatawan yang mencari pelarian emosional dari kehidupan kota.

Yang lebih menarik adalah akses yang cukup menantang ke Kepulauan Labengki, dari Kendari melalui laut, dengan hampir tidak ada transportasi umum, opsi perjalanan yang tidak didukung, yang membuat perjalanan menjadi menarik tetapi juga meningkatkan narasi sebagai surga tersembunyi. Menurut salah satu teori dalam citra sebuah destinasi, elemen pengasingan atau keterpencilan sebuah destinasi dapat diringkaskan sebagai daya tarik emosional jika dipasarkan sebagai eksklusif dan otentik (Echtner, 1991).

Terlepas dari itu, potensi besar Kepulauan Labengki belum dilengkapi dengan strategi komunikasi visual yang kuat. Tidak adanya identitas visual resmi menyebabkan pesan tentang keunikan dan keindahan pulau ini tersebar tanpa arah yang jelas. Hal ini mengakibatkan Labengki sulit bersaing dengan destinasi lain di Indonesia yang sudah lebih dahulu membangun citra melalui visual branding yang kuat. Identitas visual merupakan bagian krusial dari brand destination yang berfungsi membentuk persepsi, membangun kepercayaan, dan menciptakan daya tarik emosional di benak wisatawan (Kotler P. B., 2017).

Dalam konteks ini, peran desain grafis menjadi krusial. Desain grafis tidak sekadar soal estetika, melainkan juga tentang membangun narasi yang kuat dan bermakna bagi masyarakat luas. Seperti yang ditegaskan oleh (Siswanto, 2023) “Desain grafis dan sosial masyarakat tidak dapat dipisahkan karena pada dasarnya setiap karya desain ditujukan untuk digunakan oleh masyarakat dan menjadi bagian dalam kehidupan sosial kita semua.” Ia juga menekankan bahwa desain yang baik harus mampu

“memicu perubahan positif, membangun kesadaran sosial, serta memperkuat nilai-nilai seperti perdamaian, toleransi, dan persatuan.”

Lebih lanjut, (Siswanto, 2023) menyatakan bahwa desain grafis dalam konteks sosial berperan besar dalam mempengaruhi pemahaman masyarakat terhadap suatu isu. Oleh karena itu, perancangan identitas visual Labengki bukan hanya soal logo atau warna, tetapi juga tentang menyampaikan pesan otentik dan membangun narasi destinasi yang mendalam.

Selain aspek visual, integrasi masyarakat lokal menjadi bagian penting dari pembangunan pariwisata berkelanjutan. Masyarakat Pulau Labengki sebagian besar masih bergantung pada sektor perikanan dan pertanian. Minimnya pelatihan dan keterlibatan mereka dalam pengelolaan wisata menjadi tantangan tersendiri. Padahal, keterlibatan aktif warga lokal dapat meningkatkan nilai otentik dan memperkaya pengalaman wisatawan (Weaver, 2001).

Maka dari itu, perancangan identitas visual destinasi wisata Pulau Labengki menjadi langkah strategis yang tidak hanya memperkuat citra visual, tetapi juga membangun daya saing destinasi melalui narasi yang kuat: tenang, tersembunyi, dan menyatu dengan alam. Identitas visual yang tepat mampu menjembatani keunikan lokal dengan ekspektasi wisatawan modern, sekaligus menjadi fondasi untuk promosi yang terarah dan profesional di era digital saat ini.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan, dapat diidentifikasi beberapa permasalahan utama yang terjadi dalam konteks pengembangan pariwisata Pulau Labengki:

1. Tidak ada desain visual resmi yang dapat mewakili karakter Pulau Labengki sebagai destinasi wisata yang tenang, alami, dan tersembunyi.

2. Kampanye komunikasi digital dan cetak belum menghasilkan citra positif Pulau Labengki
3. Kegiatan promosi belum menyasar dengan tepat kepada sasaran terkait, dalam hal ini karyawan kelas menengah ke atas dari kota-kota besar yang mendambakan nyaman dan tenang berwisata.
4. Kurangnya masyarakat lokal yang terlibat dalam pengelolaan destinasi wisata, dan belum adanya eksplorasi budaya dan nilai-nilai kearifan lokal sebagai bagian dari pengalaman wisata yang otentik.
5. Pulau Labengki dikenal dengan sebutan hidden paradise, namun narasi ini belum dimanfaatkan secara maksimal dan didukung oleh kondisi akses yang cukup menantang.

1.3 Rumusan Masalah

Dari identifikasi masalah di atas, maka rumusan masalah yang dapat dijawab melalui pendekatan keilmuan Desain Komunikasi Visual adalah:

1. Apa saja yang harus dilakukan dalam merancang identitas visual yang dapat merepresentasikan Pulau Labengki sebagai destinasi wisata yang tenang, damai, dan tersembunyi?
2. Apa saja yang perlu dipertimbangkan untuk merancang strategi komunikasi visual yang membangun citra destinasi yang kuat, konsisten, serta menarik bagi wisatawan yang ditargetkan?
3. Bagaimana elemen visual dapat berfungsi sebagai alat untuk membantu promosi wisata yang lebih efektif dan profesional, khususnya dalam media digital?
4. Apa saja faktor visual branding yang berperan untuk mengangkat potensi lokal dan meningkatkan keterlibatan masyarakat dalam pengembangan wisata?

1.4 Tujuan Perancangan

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Merancang identitas visual yang mampu merepresentasikan Pulau Labengki sebagai destinasi wisata yang tenang, damai, dan tersembunyi melalui pendekatan visual yang kuat dan bermakna.
2. Menyusun strategi komunikasi visual yang tepat untuk membentuk citra destinasi yang konsisten dan menarik bagi target wisatawan, khususnya karyawan menengah ke atas yang mengutamakan ketenangan dan kenyamanan dalam berwisata.
3. Menghasilkan elemen-elemen visual pendukung promosi seperti logo, warna, tipografi, dan media promosi lainnya yang dapat memperkuat pesan destinasi dan meningkatkan daya tarik wisatawan secara visual, terutama di media digital.
4. Mengembangkan sistem identitas visual yang mampu mendorong keterlibatan masyarakat lokal dan mengangkat potensi budaya Labengki dalam konteks pengalaman wisata yang otentik dan berkelanjutan.

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

1) Apa

Perancangan identitas visual destinasi wisata Pulau Labengki, yang mencakup elemen-elemen desain seperti logo, palet warna, tipografi, dan elemen grafis lainnya. Identitas visual ini bertujuan untuk menciptakan citra yang kuat dan menarik bagi wisatawan, serta mempromosikan keunikan dan keindahan alam Pulau Labengki.

2) Siapa

- Target Audiens : Wisatawan di daerah Indonesia, khususnya karyawan kelas menengah ke atas berusia antara 25 hingga 45 tahun, terutama yang tinggal di kota-kota besar seperti Jakarta, Surabaya, dan Makassar.

- Stakeholders : Pemerintah daerah, pengelola pariwisata, masyarakat lokal, dan pelaku usaha di sektor pariwisata yang terlibat dalam pengembangan dan promosi Pulau Labengki.

3) Di Mana

Pulau Labengki, yang terletak di Kabupaten Konawe Utara, Sulawesi Tenggara, Indonesia. Pulau ini merupakan bagian dari kawasan Taman Nasional Wakatobi dan dikenal dengan keindahan alamnya yang masih alami, termasuk pantai berpasir putih dan terumbu karang yang kaya akan keanekaragaman hayati.

4) Kapan

Proses perancangan identitas visual ini direncanakan untuk dilaksanakan dalam jangka waktu tertentu, mulai dari tahap penelitian dan pengumpulan data, perancangan konsep, hingga implementasi dan evaluasi. Waktu pelaksanaan dapat disesuaikan dengan kalender pariwisata dan acara promosi yang relevan, seperti festival budaya atau pameran pariwisata.

5) Mengapa

- Untuk menarik perhatian wisatawan di daerah Indonesia yang mencari alternatif destinasi wisata yang lebih tenang dan autentik.
- Untuk membangun citra positif Pulau Labengki sebagai destinasi wisata yang menarik dan layak dikunjungi.
- Untuk mendukung pengembangan pariwisata yang berkelanjutan dan memberikan manfaat ekonomi serta sosial bagi masyarakat lokal.

6) Bagaimana

- Melalui penelitian dan analisis pasar untuk memahami preferensi dan perilaku wisatawan.
- Mengembangkan konsep desain yang mencerminkan keindahan alam dan budaya lokal Pulau Labengki.
- Menciptakan elemen-elemen identitas visual yang menarik.
- Mengimplementasikan identitas visual di berbagai platform, termasuk media sosial, situs web, dan materi promosi.
- Melakukan evaluasi dan pengukuran efektivitas identitas visual dalam menarik wisatawan dan meningkatkan citra destinasi.

1.6 Metode Penelitian dan Analisis

Metode yang digunakan dalam perancangan karya ini adalah metode kualitatif sebagai dasar penelitian yang bertujuan untuk memberikan pemahaman yang mendalam mengenai proses perancangan identitas visual destinasi wisata Pulau Labengki. Penelitian ini memanfaatkan pendekatan kajian literatur, observasi, dan wawancara. Menurut Bogdan dan Biklen (1992), penelitian kualitatif adalah penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Dengan demikian, penelitian ini berfokus pada pengumpulan informasi yang rinci dan kaya tentang subjek yang diteliti.

1.6.1 Pengumpulan Data

a. Metode Observasi

Observasi merupakan sebuah proses yang sangat kompleks, terdiri atas berbagai macam proses, baik biologis maupun psikologis, yang lebih memprioritaskan proses

ingatan serta pengamatan. Untuk perancangan identitas visual, observasi memungkinkan pengumpulan data yang akurat mengenai pengalaman wisatawan dan situasi di lokasi wisata. Hadi, (1986) menyatakan bahwa observasi dapat memberikan wawasan yang mendalam tentang perilaku dan preferensi wisatawan. Jenis observasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi online. Menurut Bungin, (2011), tata cara melakukan penelusuran data melalui media online seperti internet atau media jaringan lainnya yang menyediakan fasilitas online memungkinkan penulis untuk memanfaatkan data informasi online. Observasi dilakukan dengan mengamati interaksi wisatawan dan konten yang berkaitan dengan Pulau Labengki di berbagai platform digital.

b. Metode Wawancara

Wawancara adalah teknik pengumpulan data dengan cara mengajukan pertanyaan langsung kepada informan atau responden untuk memperoleh informasi yang lebih mendalam mengenai topik yang diteliti. Sugiyono, (2012) menjelaskan bahwa wawancara dapat memberikan informasi yang lebih kaya dan kontekstual. Dalam penelitian ini, wawancara dilakukan terhadap narasumber, seperti pengelola pariwisata, masyarakat lokal, dan ahli pariwisata, untuk mendapatkan informasi tentang potensi dan tantangan dalam pengembangan identitas visual Pulau Labengki.

c. Metode Studi Literatur

Studi literatur adalah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara menelaah buku-buku, literatur, catatan-catatan, dan laporan yang berkaitan dengan masalah yang sedang diteliti. Zed, (2004) menyatakan bahwa studi literatur penting untuk memahami konteks dan teori yang relevan. Dalam penelitian ini, studi literatur dilakukan melalui buku, jurnal, dan artikel yang berkaitan dengan identitas visual, branding destinasi, dan pariwisata di Pulau Labengki.

1.6.2 Analisis Data

a. Analisis Matriks

Analisis matriks adalah teknik evaluasi yang menggunakan tabel atau matriks untuk menyusun, menganalisis, dan membandingkan berbagai aspek dari satu atau beberapa objek yang sedang dipelajari. Metode ini membantu dalam mengorganisir informasi secara sistematis dan memberikan gambaran visual tentang hubungan antar variabel, perbandingan, dan prioritas yang bisa diambil dari data yang telah dikumpulkan. Menurut Garvin, (1987), analisis matriks digunakan untuk memahami dan mengevaluasi berbagai dimensi kualitas dalam produk dan layanan. Dalam konteks perancangan identitas visual, analisis matriks dapat digunakan untuk menyusun dan membandingkan berbagai elemen desain berdasarkan beberapa kriteria penting, seperti daya tarik visual, kesesuaian dengan budaya lokal, dan efektivitas dalam menarik perhatian wisatawan.

b. Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengidentifikasi kekuatan (Strengths), kelemahan (Weaknesses), peluang (Opportunities), dan ancaman (Threats) yang terkait dengan proyek atau bisnis. Metode ini membantu organisasi dalam memahami faktor internal dan eksternal yang dapat mempengaruhi keberhasilan strategi yang diterapkan. Menurut G. Houben, K. Lenie, dan K. Vanhoof, (1999), analisis SWOT adalah alat yang penting dalam proses pengambilan keputusan strategis. Dalam konteks perancangan identitas visual destinasi wisata Pulau Labengki, analisis SWOT dapat digunakan untuk mengidentifikasi elemen kunci yang harus diperhatikan dalam penyusunan identitas visual tersebut. Dengan melakukan analisis SWOT, perancang identitas visual dapat mengidentifikasi area yang perlu diperbaiki, mengoptimalkan kekuatan yang ada, serta memanfaatkan peluang yang tersedia. Hal ini akan menghasilkan identitas visual yang lebih komprehensif,

1.7 Kerangka Perancangan



Gambar 1. 1 Kerangka Penelitian

Sumber : Dani, 2025

1.8 Pembabakan

BAB 1 : PENDAHULUAN

Pada bab ini penulis memperkenalkan dan menjelaskan tentang latar belakang permasalahan yang terdiri dari identifikasi masalah dan rumusan masalah, tujuan

perancangan, ruang lingkup, metode penelitian serta analisis, kerangka penelitian, dan pembabakan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Pada bab ini penulis menjelaskan teori dan dasar pemikiran dari buku dan jurnal yang berkaitan untuk perancangan identitas visual destinasi wisata Pulau Labengki Sulawesi Tenggara

BAB III : DATA DAN ANALISIS MASALAH

Pada bab ini penulis akan memaparkan data yang telah didapatkan dari proses observasi, wawancara, dan studi literatur yang kemudian akan disusun dan dianalisis.

BAB VI : KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN

Pada bab ini penulis akan mencantumkan konsep dan hasil perancangan identitas visual destinasi wisata Pulau Labengki Sulawesi Tenggara

BAB V : PENUTUP

Pada bab ini penulis akan menuliskan kesimpulan dan saran terhadap rancangan identitas visual destinasi wisata Pulau Labengki Sulawesi Tenggara yang diharapkan dapat bermanfaat bagi penulis dan pembacanya.