

BAB I PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Beraktivitas merupakan sebuah kodrat alami yang dijalani manusia, segala yang dilakukan seseorang disebut aktivitas. Aktivitas yang dilakukan tiap orang sangat beragam, yang paling umum dilakukan sebagian besar orang adalah bekerja dan bersekolah. Pada usia antar 6 – 21 tahun umumnya bisa digolongkan dalam kalangan pelajar yang berkegiatan belajar di sekolah, dan pada usia 18 – 50 tahun bisa digolongkan pada kalangan pekerja, baik mereka bekerja pada suatu bidang formal maupun informal. Kegiatan tersebut merupakan suatu bagian penting dari kehidupan yang dijalani. Namun jika suatu aktivitas yang dikerjakan setiap hari sama secara berulang-ulang dan dalam jangka waktu yang lama maka akan menimbulkan suatu perasaan jenuh dan bosan. Oleh sebab itu diperlukan sebuah aktivitas tambahan yang dilakukan agar tubuh dan pikiran segar kembali untuk mengusir segala rasa jenuh dan bosan yang ada. Aktivitas tersebut beraneka ragam juga sesuai dengan minat dan kesenangan tiap individu. Salah satu kegiatan yang biasa dilakukan adalah berlibur atau berwisata. Dengan berwisata seseorang bisa menghilangkan *stress* yang menumpuk akibat kegiatan jenuh yang terus dilakukannya setiap hari.

Di Indonesia sangat banyak tempat yang dapat dikunjungi untuk kegiatan wisata. Hampir setiap daerah di Indonesia memiliki obyek wisata. Salah satunya adalah kota Purwokerto, Kabupaten Banyumas. Disana terdapat Lokawisata Baturaden yang merupakan obyek pariwisata alam pegunungan dengan banyak obyek wisata yang bisa dinikmati. Baturraden memiliki sejarah legenda tentang asal muasalnya. Ada dua versi legenda, pertama adalah Versi Kadipaten Kutaliman. Sedangkan Versi keduanya adalah versi Syekh Maulana Maghribi.

Baturraden cukup dikenal luas oleh masyarakat Jawa Tengah sebagai tempat pariwisata alam pegunungan dengan pemandangan yang indah dan masih asri. Lokawisata Baturraden menawarkan pariwisata alam dengan pemandangan panorama yang indah. “Obyek wisata alam Lokawisata Baturraden terletak di

Kaki Gunung Slamet (Gora), dan berada pada ketinggian 650 M dpl dengan luas kawasan mencapai 1.002,3 Ha. Luas obyek wisata yang dikelola oleh Pemerintah Kabupaten Banyumas adalah 16,8 Ha, ditambah area parkir dan sarana jalan \pm 10 Ha. Kawasan Baturraden berjarak 14 km ke arah utara dari Kota Purwokerto, Ibukota Kabupaten Banyumas. Kawasan ini memiliki udara yang sangat sejuk dengan suhu antara 18°-25° C, karena dipengaruhi oleh keberadaan Gunung Slamet yang merupakan gunung terbesar di Pulau Jawa dan gunung tertinggi kedua setelah Semeru.” (Sumber : jatengprov.go.id).

Obyek wisata-obyek wisata alam yang ada di Baturraden selain dapat untuk media rekreasi, juga dapat sebagai sarana *refresing* untuk menyegarkan pikiran dan sarana berolahraga karena keindahan alamnya dan banyaknya obyek wisata yang dapat dikunjungi di sana yang merupakan daerah dataran tinggi. Pengunjung dapat menambah wawasan tentang wisata alam yang menyenangkan. Setelah puas beraktifitas di lokawisata Baturraden pengunjung dapat menikmati pemandian air panas untuk menghilangkan lelah dari perjalanan dan menyegarkan tubuh. Bagi pengunjung yang suka berpetualang dan menikmati alam, disediakan juga bumi perkemahan serta berbagai kegiatan *outbound* yang diselenggarakan. Pada kesempatan tertentu terdapat beberapa festival yang bisa dilihat disana. Bagi para pengunjung penggemar wisata kuliner, banyak juga sajian khas dari daerah Banyumas yang bisa dinikmati disana. Lokawisata Baturraden menyuguhkan pengalaman berwisata yang menyenangkan dengan banyak pilihan tujuan.

Pengenalan identitas suatu obyek wisata sangat dibutuhkan agar orang-orang mengetahui tentang keberadaannya dan kemudian tertarik untuk datang berkunjung. Belum adanya identitas yang jelas seperti logo akan membuat obyek wisata tidak dikenal luas, dan orangpun akan ragu tentang adanya obyek wisata tersebut. Lokawisata Baturraden memang sebuah tempat pariwisata yang sangat menarik dengan banyak pilihan obyek wisata yang bisa dikunjungi, namun lokawisata Baturraden masih belum memiliki logo yang jelas. Saat mencari “Logo Baturraden” di internet menggunakan *search engine*-pun (google), tidak ada logo valid yang ditunjukkan. Hal tersebut akan mempersulit orang untuk mengetahui dan mendapatkan informasi tentang adanya obyek lokawisata Baturraden.

Semenarik apapun sebuah obyek wisata namun jika tidak memiliki identitas logo yang jelas dan dikenal luas maka sangat disayangkan.

Sebuah tempat wisata dikatakan bagus bukan hanya karena obyeknya saja namun hal lainnya juga, terutama kenyamanan pengunjung dalam perjalanan dan kemudahan dalam memperoleh informasi yang diperlukan. Belum tersedianya *signage* yang memadai pada suatu obyek wisata akan membuat pengunjung kebingungan dalam arah jalur perjalanannya pada saat berada di obyek wisata serta dalam mendapat informasi lainnya seperti tempat-tempat penting, peringatan tertentu, serta informasi tentang obyek wisata yang dikunjungi. Dengan banyaknya obyek wisata yang ada di Baturraden dan areanya yang cukup luas, sangat penting sekali adanya *signage* untuk bisa membimbing pengunjung lokawisata. Map denah untuk obyek wisata di lokawisata Baturraden serta *signage* untuk penunjuk perjalanan dan penanda lainnya yang membantu dan mempermudah pengunjung di lokawisata Baturraden. Desain *signage* yang menarik perhatian dan bagus juga penting untuk menunjang keindahan dan mempercantik lokawisata Baturraden.

Diluar Jawa Tengah, belum banyak orang yang mengetahui tentang adanya lokawisata Baturraden. Karena dari beberapa responden yang ditanya oleh penulis kebanyakan yang berdomisili di luar Jawa Tengah menjawab tidak mengetahui. Sementara sedikit orang yang menjawab sudah pernah kesana pun mereka belum menjelajahi semua obyek wisata yang ada di lokawisata Baturraden, dan saat ditanya tentang pengetahuan tentangnya, mereka belum bisa menerangkan dengan jelas tentang obyek wisata apa yang sudah dikunjungi dan dilihat disana.

Oleh sebab itu penulis mengharapkan, dengan adanya perancangan *logo* dan *signage* lokawisata Baturraden ini dapat memudahkan pengunjung dalam berwisata di lokawisata Baturraden dalam memperoleh informasi rute obyek wisata yang ada. Mengembangkan potensi daerah, khususnya Baturraden dan membentuk identitas sebagai obyek wisata yang maju, agar bisa lebih dikenal lagi oleh masyarakat luas. Karena pada dasarnya pengembangan suatu objek wisata di suatu tempat secara langsung atau tidak berdampak besar juga terhadap hal lainnya di daerah tersebut.

I.2 Permasalahan

I.2.1 Identifikasi Masalah

Dari penjabaran latar belakang diatas, dapat diidentifikasi sebuah masalah yaitu sebagai berikut:

1. Belum adanya logo yang jelas yang dipakai sebagai logo resmi lokawisata Baturraden sebagai identitas obyek wisata.
2. Kurang tersediannya *signage* yang memadai bagi pengunjung lokawisata Baturraden dibandingkan dengan luas areanya.
3. Masih banyak orang luar Jawa Tengah yang belum mengetahui adanya lokawisata Baturraden.
4. Masih terbatasnya kelengkapan informasi tentang obyek wisata yang bisa dikunjungi di lokawisata Baturraden

I.2.2 Rumusan Masalah

Dari pengidentifikasian masalah, maka dapat dirumuskan permasalahan berupa sebuah pernyataan yaitu sebagai berikut:

Bagaimana memperkuat identitas lokawisata Baturraden agar lebih dikenal, cara mempermudah pengunjung mencapai lokasi dan mendapatkan informasi yang dibutuhkan untuk menjelajahi semua obyek wisata yang ada di lokawisata Baturraden?

I.3 Ruang Lingkup

Dalam pengerjaan Tugas Akhir ini, ruang lingkup dari perancangan logo dan *signage* lokawisata Baturraden ini adalah:

1. Apa
Perancangan logo identitas dan *signage* pada lokawisata Baturraden untuk mempermudah fungsi informasi bagi para pengunjung yang berkunjung kesana.
2. Bagian Mana
Mempertegas identitas lokawisata berupa perancangan logo serta panduan penerapannya pada *Graphic Standard Manual*. Pada *signage*

perancangan berupa denah lokawisata, sistem informasi umum, penunjuk arah, penanda obyek wisata, serta rambu-rambu peringatan dan larangan.

3. Siapa

Sasaran akan dipusatkan pada pengunjung keluarga dengan lingkup sasaran adalah orangtua. Dan selanjutnya adalah sasaran pasangan remaja.

Sasaran utama (*primary prospect*) adalah orang tua (ayah dan ibu) dengan rentang usia antara 30 sampai 45 tahun.

Sasaran sampingan (*secondary prospect*) adalah remaja yang berpergian bersama pasangannya, baik pacar ataupun teman dekat, dengan rentang usia antara 17 sampai 30 tahun.

4. Dimana

Penelitian dan pengumpulan data akan dipusatkan pada wilayah lokawisata Baturraden, Purwokerto dan sekitarnya. Penelitian sasaran akan dilakukan pada kelompok keluarga dan pasangan pengunjung yang sedang berwisata di lokawisata Baturraden.

Pemasangan *signage* luar lokawisata nantinya akan dilakukan pada jalan menuju ke lokawisata Baturraden.

Signage dalam lokawisata ditempatkan pada setiap jalan yang menuju setiap obyek wisata yang dimulai dari gerbang utama Baturraden. Beberapa obyek wisata yang ada antara lain Pancuran Pitu, Pancuran Telu, Bumi Perkemahan, Curug Ceheng, Lembah Combong, dan Telaga Sunyi.

Pemasangan akan mengikuti rute dalam konsep wisata paket antar obyek wisata yang hendaknya bisa diterapkan.

5. Kapan

Pengumpulan data dan penelitian akan dilakukan mulai bulan maret – april 2014, sedangkan untuk perancangan logo, GSM, *signage*, dan media pendukung akan mulai dilakukan pada pertengahan maret – juli 2014, sedangkan pengaplikasiannya akan dilakukan setelah semua rancangan selesai yaitu sekitar tanggal 25 juli untuk proses sidang Tugas Akhir.

I.4 Tujuan Perancangan

Memudahkan pengunjung dalam berwisata di lokawisata Baturraden dalam memperoleh informasi rute obyek wisata yang ada. Mengembangkan potensi daerah, khususnya Baturraden dan membentuk identitas sebagai obyek wisata yang maju. agar bisa lebih dikenal lagi oleh masyarakat luas.

I.5 Cara Pengumpulan Data dan Analisis

I.5.1 Cara Pengumpulan Data

1. Sumber Data Primer

- Observasi pada bidang Desain Komunikasi Visual bisa dimaksud dengan suatu pengamatan visual. “Untuk menangkap dan memaknai pesan yang disampaikan gambar ada metode yang dikembangkan dari cara pengamatan visual, yaitu *content analysis* atau analisis konten diikuti dengan analisis visual”

Pengamatan dan pencatatan visual mengarah pada “aspek imaji, atau karya visual itu sendiri, adalah berbagai karya desain komunikasi visual dapat berupa poster, iklan luar ruang, iklan televisi, *website*, *game*, komik, *signage* dan semua karya desain komunikasi visual.”

Data yang didapatkan dari aspek visual berupa “komposisi, tata letak, alur pembacaan, jenis huruf yang digunakan, penggambaran ilustrasi, serta karakter unsur visual lain yang terdapat dalam visualisasi” (Rose, 2001 dalam Soewardikoen, 2013:13-14).

- Wawancara sangat penting dalam sebuah penelitian. Pada desain komunikasi visual, sebuah desain yang berhasil dengan baik haruslah mempertimbangkan tentang aspek pembuat dan aspek pemirsa. “Wawancara sebagai saluran untuk mentransfer pengetahuan dari narasumber kepada pewawancara (Daymon dan Holloway, 2002:259 dalam Soewardikoen, 2013:20).

“Wawancara adalah instrumen penelitian. Kekuatan wawancara adalah penggalan pemikiran, konsep dan pengalaman pribadi pendirian atau pandangan dari individu yang diwawancara. Mencoba mendapatkan

keterangan atau pendirian secara lisan dari narasumber, dengan bercakap-cakap dan berhadapan muka” (Koentjaraningrat, 1980:165 dalam Soewardikoen, 2013:20).

Proses wawancara akan dilakukan dengan narasumber yang berhubungan dengan penelitian, aspek pembuat dan pemirsa sangat penting untuk perancangan identitas dan signage lokawisata Baturraden.

2. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder didapatkan dari studi pustaka, baik berupa buku, catatan, jurnal dan internet guna mendapatkan informasi dan teori yang dibutuhkan sebagai panduan.

Penelitian Desain Komunikasi Visual membutuhkan banyak referensi untuk menciptakan ide baru yang kreatif dan original dalam perancangan desainnya. “Semakin banyak membaca hasil pemikiran maka semakin luas referensi yang dimiliki oleh peneliti, maka peneliti memerlukan membaca untuk mengisi *frame of mind*-nya”

“Membaca juga bertujuan untuk memperkuat perspektif dan kemudian meletakkan dalam konteks. Teori-teori yang digunakan untuk menganalisis bersumber dari pemikiran para ahli yang telah melakukan penelitian” (Soewardikoen, 2013:6).

I.5.2 Cara Analisis

Analisis data akan dilakukan dengan analisis Matriks ataupun SWOT.

- “Sebuah matriks terdiri dari kolom dan baris yang masing-masing mewakili dua dimensi yang berbeda, dapat berupa konsep atau kumpulan informasi. Pada prinsipnya analisis matriks adalah *juxtaposition* atau membandingkan dengan cara menjajarkan” (Soewardikoen, 2013:50)

“Matriks menjadi salah satu metode analisis yang sangat bermanfaat dan sering digunakan untuk menyampaikan sejumlah besar informasi dalam bentuk ruang yang padat. Matriks merupakan alat yang rapi

baik bagi pengelola informasi maupun analisis” (Rohadi, 2011:247 dalam Soewardikoen, 2013:51).

- “Analisis SWOT memperhitungkan faktor internal yang terdiri dari *strength* dan *weakness* serta faktor luar yang terdiri dari *Opportunity* dan *Threat*”

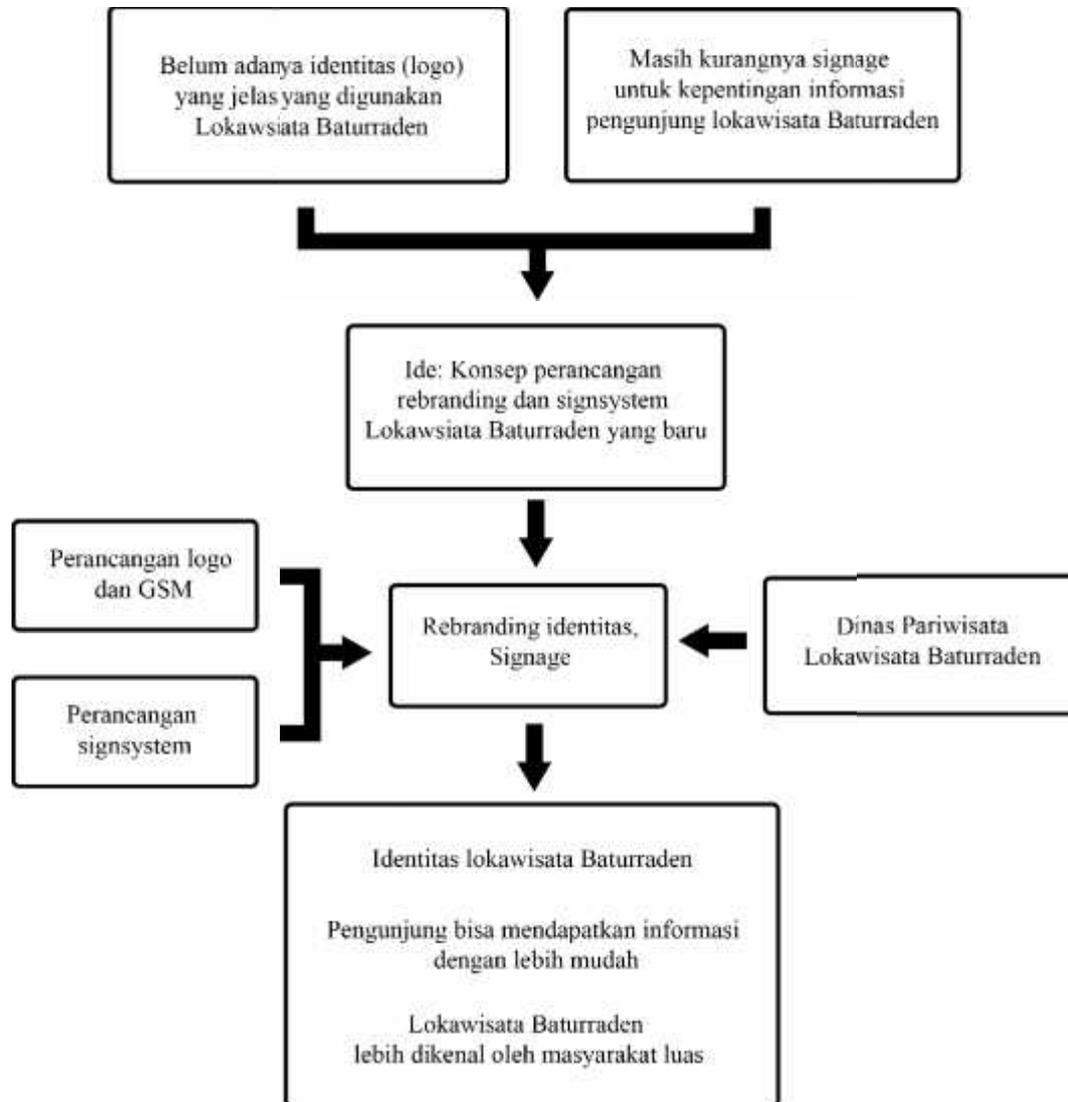
“Analisis SWOT biasanya digunakan dalam menilai suatu perusahaan, caranya dengan membuat matriks antara faktor luar. Faktor luar yaitu yaitu peluang dan ancaman di sisi vertikal. Faktor dalam yaitu kekuatan dan kelemahan pada sisi *horisontal*. Sehingga, pada perpotongan kolom dan baris terjadi empat kotak hasil campuran faktor luar dan dalam yaitu peluang-kekuatan, peluang-kelemahan, ancaman-kekuatan, ancaman-kelemahan. Masing-masing hasil kombinasi ini merupakan suatu strategi yang memiliki ciri khusus” (Soewardikoen, 2013:52)

Beberapa hal yang akan dilakukan dalam analisis ini adalah sebagai berikut :

- Mengembangkan Kekuatan dan Peluang dari lokawisata Baturraden, serta meminimalisir kelemahan dan hambatannya.
- Mencari pembandingan dari obyek sejenis dengan lokawisata baturaden untuk mendapatkan analisis perbandingan yang diperlukan dalam penelitian yang akan dilakukan.
- Menarik kesimpulan sementara (hipotesa) dari analisis untuk dikaji dengan teori yang ada untuk mendapatkan hasil penelitian yang diinginkan

I.6 Kerangka Perancangan

Bagan 1.1 Kerangka Perancangan



I.7 Pembabakan

1. Bab I Pendahuluan

Berisi tentang latar belakang masalah yang menjelaskan tentang permasalahan secara umum yang diambil sebagai bahan untuk diteliti agar bisa diambil tentang penjelasan fokus permasalahan, rumusan masalahnya, serta batasan masalah yang diteliti. Hal tersebut dilakukan agar penelitian bisa menetapkan tujuan dari perancangan atau penelitian yang dilakukan. Pada

pendahuluan dijelaskan juga tentang metode atau cara pengumpulan data yang akan dilakukan serta kerangka perancangan sebagai skema urutan kejadian yang akan dilakukan pada sebuah proses penelitian, serta penggambaran tentang isi tiap-tiap bab.

2. Bab II Dasar Pemikiran

Menjelaskan tentang teori yang digunakan sebagai acuan dasar dalam perancangan logo dan *signage*.

3. Bab III Data dan Analisis Masalah

Menguraikan data-data yang didapatkan dari penelitian yang terdiri dari hasil observasi, wawancara, kuesioner serta menjelaskannya dengan metode analisis dari data yang telah didapatkan dan dengan teori relevan yang dijabarkan pada Bab II untuk konsep perancangan logo dan *signage*.

4. Bab IV Konsep Dan Hasil Perancangan

Menjelaskan konsep perancangan yang terdiri dari konsep desain dan komunikasi, konsep kreatif, konsep media, konsep tataletak, konsep visual. Serta menampilkan hasil perancangan logo dan *signage* mulai dari sketsa hingga penerapan visualisasi pada media.

5. Bab V Penutup

Menjelaskan saran dan masukan pada waktu sidang.