

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Era global dan persaingan pasar bebas yang akan dimulai tahun 2015 mendatang, memberikan *stimulus* perkembangan yang pesat bagi industri kreatif dewasa ini. Pemahaman mengenai Industri Kreatif itu sendiri berdasarkan studi pemetaan dari Kementerian Departemen Perindustrian dan Perdagangan tahun 2007 adalah industri-industri yang mengandalkan kreativitas individu, keterampilan, serta talenta yang memiliki kemampuan meningkatkan taraf hidup dan penciptaan tenaga kerja melalui penciptaan gagasan dan eksploitasi Hak atas Kekayaan Intelektual. Pernyataan ini sesuai dengan Visi Pemerintah yang menyatakan bahwa sektor industri kreatif dinilai sebagai sektor yang dapat memimpin berbagai sektor lain dalam sebuah perekonomian menuju kemajuan.

Pemerintahan Indonesia sendiri mulai memberikan perhatian lebih pada sektor industri kreatif yang mulai berkembang. Perkembangan tersebut mulai lebih sering terlihat dalam kurun waktu sepuluh tahun terakhir. Perkembangan industri kreatif ini tak hanya muncul di kota-kota besar seperti Jakarta, Bandung, Surabaya, Jogjakarta, Medan, dan Makassar. Kota-kota yang secara ekonomi sedang tumbuh, seperti Sidoarjo juga sedang mengembangkan sektor industri kreatifnya

Berbagai bidang industri kreatif, salah satunya industri yang bergerak di bidang *fashion* (seperti pembuatan sepatu, tas, jaket, maupun pakaian dengan kombinasi seni) menjadi daya tarik tersendiri bagi para penikmatnya. Sidoarjo yang memiliki posisi strategis secara geografis di antara budaya Surabaya dan Madura yang khas memberikan corak tersendiri pada produk kreatif *fashion*-nya.

Didukung dengan ketersediaan bahan baku kualitas tinggi yang cukup melimpah dan dukungan pengembangan area pariwisata industri kreatif oleh pemerintah daerah, industri *fashion* ini berkembang pesat. Hingga saat ini, produk *apparel* yang digandrungi dari penjualan lokal hingga pangsa pasar luar negeri mencakup tas berbagai ukuran, sepatu, dompet, jaket, dan kerajinan batik.

Sebagai bagian dari area pengembang pariwisata berbasis industri kreatif, lokasi INTAKO, Kampoeng Batik Jetis, maupun Indah Bordir seringkali mendapat kunjungan skala besar dari pengunjung berbagai daerah. Jumlah rata-rata kunjungan harian di INTAKO sendiri menurut Data dari Bagian Statistika dan Observasi dari Divisi Kesekretariatan mencapai 150 orang perhari, dengan puncak kunjungan mencapai 500 hingga 750 orang di akhir pekannya. Dengan jumlah kunjungan tersebut, ketiga lokasi pariwisata industri kreatif ini memiliki potensi cukup menjanjikan di masa depan bagi perkembangan ekonomi mandiri di Sidoarjo itu sendiri.

INTAKO dan Kampoeng Batik Jetis juga terkenal sebagai kawasan wisata industri kreatif yang menghadirkan informasi berwawasan *entrepreneurship education* kepada pengunjung yang ingin mengetahui seluk-beluk industri mereka lebih dalam. Produk ketiga industri yang telah mencapai pangsa pasar luar daerah seperti Bandung, Jakarta, Surabaya, Medan hingga pangsa pasar luar negeri seperti Hongkong, India, dan Timor Leste memberikan reputasi yang cukup baik di mata segmentasi pasar mereka. Dari total jumlah pengunjung tersebut, sebesar 40% merupakan pengunjung dengan rentang usia pendidikan berlatar belakang SMA, SMK, maupun instansi jenjang perguruan tinggi. (Data Statistik Tertulis dari Kesekretariatan INTAKO, tercantum dalam BAB III, halaman 93)

Adapun pengunjung dengan latar belakang pendidikan rentang SMA hingga perguruan tinggi tersebut memiliki kepentingan pembelajaran yang tidak bisa diabaikan. Kepentingan itu harus dipenuhi mengingat hal tersebut berkaitan erat dengan pencitraan diri. Sedangkan jika dilakukan observasi di lapangan INTAKO dan Kampoeng Batik Jetis menggambarkan lokasi gudang, lokasi proses produksi, *outlet-outlet* penjualan, hingga lokasi penerima kunjungan yang tersebar saling berseberangan. Kondisi tersebut semakin menuntut tersedianya informasi yang memadai untuk memahami seluk-beluk industri terkait selama *study tour* berlangsung.

Sedangkan informasi tertulis yang ada di lapangan saat ini dianggap masih kurang memadai. *Brochure* maupun *booklet* singkat yang disediakan oleh pihak INTAKO dan Kampoeng Batik Jetis sendiri belum memuat pengolahan data yang lengkap serta ilustrasi yang mendukung. *Layouting* dan penyusunan data dalam

brochure-booklet nya pun masih dirasa kurang menarik dan seadanya bagi *target audience study tour*. Keberadaan *Tour Guide* saja dirasa masih kurang untuk memenuhi kebutuhan informasi, mengingat jumlah setiap kali kunjungan *study tour* berkisar antara 40 – 80 orang. Oleh karena itu, perancangan buku panduan wisata industri kreatif dianggap sangat membantu memenuhi kebutuhan informasi bagi para pengunjung secara tertulis dan *personal*.

Buku informasi telah dikenal sejak lama sebagai media penyampaian yang efektif. Ilustrasi sendiri dipilih karena mampu memberikan gambaran yang lebih baik pada pembaca jika dibandingkan dengan susunan *teks* saja. Selain itu ilustrasi juga memiliki daya tarik yang lebih baik untuk menarik perhatian pembacanya. Penyusunan yang baik dengan memadukan fokus *target audience*, ukuran yang praktis dan tata letak ilustrasi menarik, diharapkan dapat memberikan informasi tertulis jangka panjang yang lebih informatif dan dapat digunakan sebagai media promosional dalam jangka waktu menengah hingga panjang.

Proyeksi ke depan, jika area wisata industri kreatif ini didukung dengan promosi yang memadai dan adanya kerjasama Dinas Pemuda, Olahraga, Kebudayaan dan Pariwisata dengan Dinas Koperasi, UMKM, Perindustrian, Perdagangan, dan Energi Sumber Daya Mineral dalam pembuatan buku panduan wisata yang menarik, jumlah kunjungan akan meningkat jauh lebih besar dibandingkan sebelumnya.

1.2. Identifikasi Masalah

- a. Masih sedikitnya informasi tertulis terkait wisata untuk area industri kreatif di Sidoarjo.
- b. Masih kurangnya informasi tertulis untuk pengunjung rentang usia pelajar (SMP, SMA, dan SMK) hingga mahasiswa terkait *study tour* mengenai area pariwisata industri kreatif INTAKO, Kampoeng Batik Jetis, dan Indah Bordir.
- c. Informasi tertulis yang telah ada hanya terdiri atas *teks* dengan penyusunan *layout* sederhana, tidak ada visualisasi yang cukup mendukung serta memiliki bentuk tidak praktis bagi *target audience*.

1.3. Rumusan Masalah

- Bagaimana merencanakan buku informasi berbentuk ilustrasi untuk panduan wisata industri kreatif INTAKO, Kampoeng Batik Jetis, maupun Indah Bordir yang efektif dan menarik bagi *target audience* (rentang usia 15 – 25 tahun) ?

1.4. Ruang Lingkup Permasalahan

Pembatasan ruang lingkup penelitian ini ditujukan untuk memberikan fokus pembahasan, sehingga menghasilkan produk akhir yang sesuai dengan tujuan awal observasi dan penelitian. Adapun ruang lingkup permasalahan itu sendiri meliputi beberapa aspek, seperti:

a. Lokasi (*Where-Demographics*):

Penelitian difokuskan pada satu lokasi obyek pariwisata industri kreatif sebagai *sample* untuk pembuatan buku panduan wisata yaitu INTAKO. Kriteria ini berdasarkan banyaknya jumlah pengunjung dibanding dengan dua lokasi lainnya, variasi produk yang dihasilkan, dan tingginya permintaan penyebaran informasi saat kunjungan sedang dilakukan. (Data terkait tercantum dalam BAB III, halaman 91, 115 dan 118). Adapun ke depannya, buku panduan *study tour* untuk wisata industri kreatif ini akan berkembang sesuai kebutuhan.

b. Waktu (*When*):

Penelitian untuk mendapatkan data murni terkait kuesioner dan wawancara difokuskan pada waktu-waktu kunjungan *study tour* yang dilakukan pelajar dan mahasiswa (seperti pada waktu *weekend* atau awal pertengahan semester genap di bulan Maret-April). Informasi tersebut didapatkan dari hasil wawancara dengan Sekretaris Umum INTAKO, Bapak Makhbub Junaedi. (Data terkait tercantum dalam BAB III, halaman 107).

c. Target (*Who-Segmentation*):

- 1) **Jenis Kelamin** : Pria dan Wanita
- 2) **Rentang Usia** : 15 – 25 Tahun

- 3) **Psychography** : Pelaku *Study Tour* Wisata Industri Kreatif
- 4) **Pekerjaan** : Pelajar dan Mahasiswa (kelas ekonomi menengah)
Instansi Jenjang Pendidikan Menengah Atas
hingga Tinggi

d. **Produk (What):**

Penelitian terkait perancangan buku panduan itu sendiri berfokus pada *visualisasi* yang mengandalkan ilustrasi, penyusunan keterangan pendukung, *layouting*, *eksekusi* ukuran buku, pemilihan media kertas yang cocok untuk digunakan, hingga pembahasan sistem *bundling* untuk beberapa seri perancangan buku panduan wisata yang akan dibuat nantinya.

e. **Bagaimana (How):**

Penelitian difokuskan pada pemilihan bentuk buku panduan wisata yang akan dirancang, dan bagaimana susunan informasi yang tepat agar mudah digunakan oleh *target audience*. Selain itu, ketepatan informasi yang diolah, didapatkan dari narasumber dengan wawancara terstruktur.

1.5. Tujuan Perancangan

- a. Menghasilkan produk buku informasi berbentuk ilustrasi yang memperkenalkan kawasan wisata industri kreatif di Sidoarjo kepada masyarakat umum.
- b. Memberikan informasi yang utuh melalui perancangan buku ilustrasi. Agar pengunjung memahami seluk beluk mendetail mengenai industri kreatif di Sidoarjo, meliputi sejarah pendirian, proses produksi, kondisi lapangan, pembelajaran *entrepreneur* hingga produk hasil akhir.

1.6. Metode Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan data penelitian sebelum melakukan perancangan produk akhir yang baik, penyusun membutuhkan data yang lengkap dan *valid*. Oleh karena itu, penyusun menggunakan beberapa metode dalam proses pengumpulan data tersebut, antara lain sebagai berikut:

A. Data Primer

Merupakan data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh peneliti secara langsung dari sumber datanya. Data *primer* disebut juga sebagai data asli atau data baru yang memiliki sifat *up to date*. Untuk mendapatkan data *primer*, peneliti harus mengumpulkannya secara langsung. Teknik ini dapat digunakan peneliti untuk mengumpulkan data *primer* antara lain:

a. Pengamatan (Observasi)

Dalam buku “Metodologi Penelitian Seni”, observasi mengungkapkan gambaran sistematis mengenai peristiwa, tingkah laku, benda, atau karya yang dihasilkan dan peralatan yang digunakan. Penggunaan metode observasi secara tepat yang sesuai dengan persyaratan yang digunakan dalam teknik-tekniknya, baik digunakan secara tersendiri maupun digunakan secara bersama-sama dengan metode lainnya dalam suatu kegiatan di lapangan, akan sangat bermanfaat untuk memperoleh data yang tepat, akurat, dan dapat dipertanggungjawabkan. (Tjetjep Rohendi Rohidi, 2011:181)

Pengamatan langsung yang penyusun lakukan digunakan untuk mengetahui karakteristik baik secara fisik maupun *non*-fisik dari lokasi obyek wisata dan produk kreatif industri yang dihasilkan. Selain itu, pengamatan ini berguna untuk mengetahui karakteristik pengunjung obyek wisata kreatif INTAKO dalam statistik. Adapun observasi ini dilakukan untuk menangkap informasi secara *visual* dari proses pemilihan bahan, produksi, hingga penjualan dari industri ini sebelum diolah menjadi data dalam bentuk buku panduan wisata berilustrasi.

b. Wawancara

Sedangkan definisi wawancara dalam buku “Metodologi Penelitian Seni”, adalah suatu teknik yang digunakan untuk memperoleh informasi tentang kejadian yang oleh peneliti tidak dapat diamati sendiri secara langsung, baik karena tindakan atau peristiwa yang terjadi di masa lampau, ataupun karena peneliti tidak diperbolehkan hadir di tempat kejadian tersebut. (Tjetjep Rohendi Rohidi, 2011:208).

Wawancara dilakukan untuk mendapatkan data yang lebih *faktual*, *detail*, dan *valid* mengenai kondisi obyek wisata industri kreatif INTAKO. Wawancara ini dilakukan secara terstruktur dari dua sisi, yaitu sisi institusi (Dinas Pemuda-Olahraga-Kebudayaan-Pariwisata, Dinas Koperasi-UMKM-Perindustrian-Perdagangan-Energi Sumber Daya Mineral, dan Pemilik INTAKO) dan sisi pengunjung (dikerucutkan pada *target audience* produk yang dirancang, yaitu siswa SMP, SMA/K, mahasiswa, karyawan, PNS, dan umum). Wawancara dilakukan secara terstruktur untuk mengetahui titik penting permasalahan, sehingga bisa dikaitkan dengan produk buku panduan wisata yang akan dihasilkan.

c. **Kuesioner**

Sedangkan dalam buku “Metodologi Penelitian Pariwisata”, definisi dari *kuesioner* adalah suatu daftar yang berisikan rangkaian pertanyaan mengenai suatu masalah atau bidang yang akan diteliti. Sedangkan jenis *kuesioner* itu sendiri terdiri atas *kuesioner* tertutup (pilihan pertanyaan ya-tidak, pilihan ganda, skala penilaian, dan daftar cek) dan *kuesioner* terbuka (mempunyai jawaban singkat atau uraian singkat). (I Gusti Bagus Rai Utama, 2012:56-57).

Kuesioner bertujuan untuk melihat *respon audience* pengunjung *study tour* yang sebagian besar pelajar dan mahasiswa. Dengan metode ini, penyusun dapat memperoleh data grafik dan gambaran mendetail tentang *target audience* serta penilaiannya terhadap obyek wisata INTAKO saat ini. Data dari *kuesioner* ini dapat menjadi salah satu bagian acuan untuk menjawab pertanyaan dan rumusan masalah dalam penelitian.

B. Data Sekunder

Merupakan data yang diperoleh atau dikumpulkan peneliti dari berbagai sumber yang telah ada (peneliti sebagai tangan kedua). Data *sekunder* dapat diperoleh dari berbagai sumber seperti:

a. **Studi Pustaka**

Yang dimaksud dengan studi kepustakaan adalah teori yang memuat buah pikiran yang tidak semata-mata abstrak, muskil, dan susah dipahami karena tidak dapat dibuktikan kebenarannya. Dimana studi kepustakaan mengenai teori ini sesungguhnya adalah pernyataan yang operasional karena harus dapat digunakan untuk menjelaskan atau memahami hakikat hubungan di antara gejala-gejala yang termasuk dalam ruang lingkup penjelasannya. (Tjetjep Rohendi Rohidi, 2011:147).

Sedangkan berdasarkan keabsahannya, menurut Tjetjep Rohendi Rohidi (2011:146) dalam buku Metodologi Penelitian Seni, teori terbagi atas dua hal, yaitu:

- (1) Nilai kegunaannya untuk menjelaskan hakikat hubungan di antara gejala-gejala, dan
- (2) Keuniversalan atau daya terap ulang dari gejala-gejala yang tercakup dalam ruang lingkungannya, yang dengan demikian juga membuktikan keuniversalan dan daya terap ulang dari teori tersebut.

Studi pustaka cenderung merupakan data *sekunder*, sehingga lebih ditekankan pada teori awal mengenai berbagai hal yang akan diteliti, seperti pengertian industri kreatif, bagaimana *perspektif* obyek wisata industri kreatif, strategi yang baik sesuai segmentasi dan psikologis *target audience* yang dituju, teori perancangan ilustrasi yang baik, dan teori penyusunan *layout* buku yang menarik untuk *target audience* yang dituju.

b. Dokumentasi

Dalam bukunya “Metodologi Penelitian Pariwisata”, I Gusti Bagus Rai Utama, (2012:56), mengatakan bahwa teknik pengumpulan data dengan dokumentasi adalah pengambilan data yang diperoleh melalui dokumen-dokumen. Keuntungan menggunakan dokumentasi adalah biayanya relatif murah, waktu dan tenaga lebih efisien. Data-data yang dikumpulkan dengan teknik dokumentasi cenderung merupakan data sekunder, sedangkan data-data yang dikumpulkan dengan teknik

observasi, wawancara, dan angket cenderung merupakan data primer atau data langsung yang didapat dari pihak pertama.

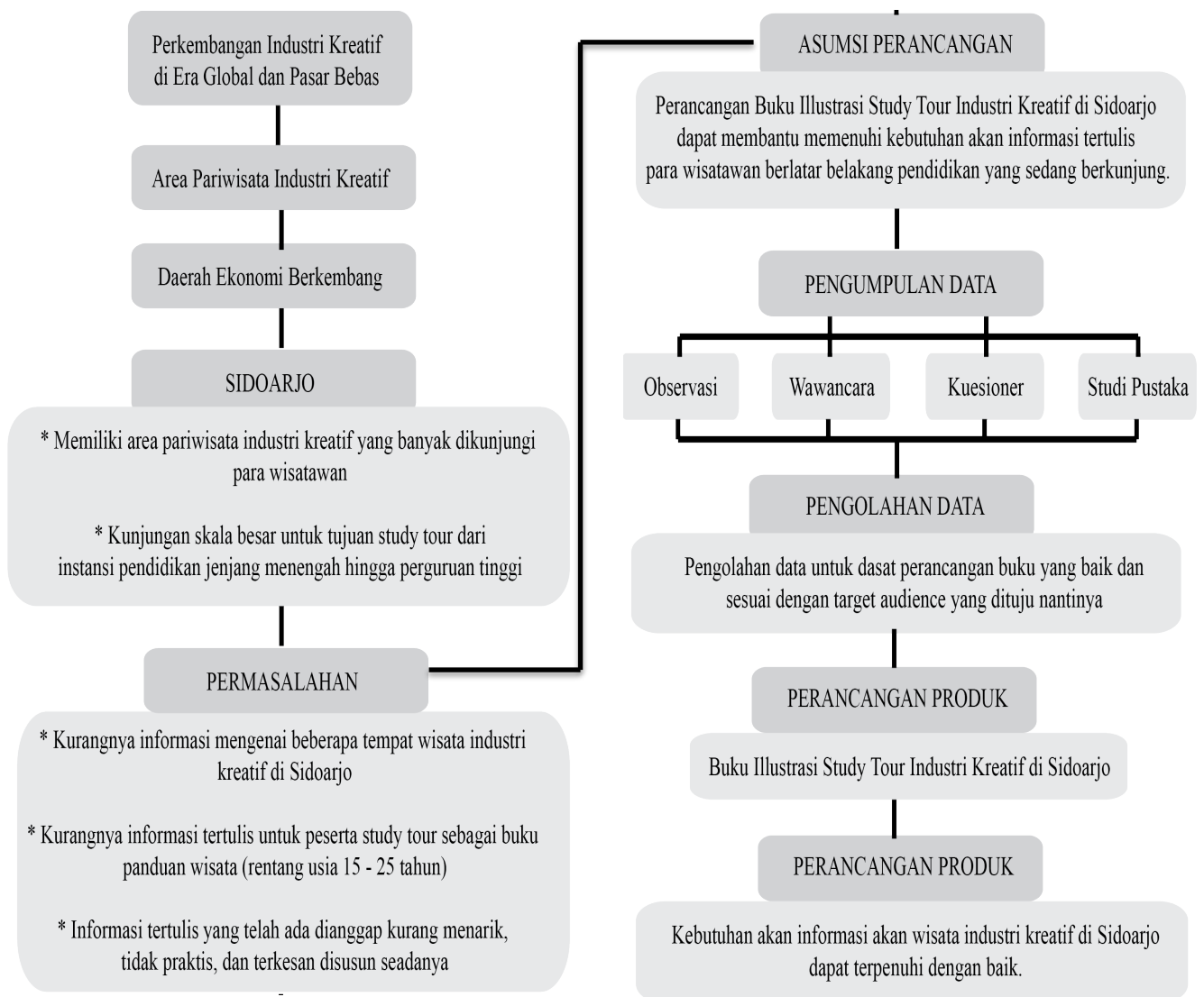
Dokumentasi sendiri menurut Tjetjep Rohendi Rohidi (2011:195-198) dalam buku Metodologi Penelitian Seni, menggunakan teknik fotografi dan teknik audio untuk merekam hasil gambar dan wawancara yang perlu direkam. Deskripsinya adalah sebagai berikut:

- 1) **Teknik Fotografi** adalah teknologi yang menangkap dan menghasilkan suatu gambaran statis, diam tak bergerak, tentang suatu objek, orang atau pelaku, dan lingkungan yang mampu memberikan bukti kuat mengenai suatu tampilan yang bermakna mengenai hal tertentu, berkaitan dengan permasalahan dalam penelitian. (Tjetjep Rohendi Rohidi, 2011:195).
- 2) **Teknik Audio** adalah teknik perekaman suara atau bunyi yang digunakan untuk merekam informasi yang merefleksikan tindakan dan pikiran-pikiran yang diungkapkan secara spontan. Digunakan untuk membantu melengkapi uraian-uraian observasi dalam merekam tindakan secara alamiah (melengkapi jawaban yang tak sempat ditulis saat wawancara dan observasi).

Untuk dokumentasi, penyusun menekankan pada pengambilan *mapping location*, foto kondisi kawasan industri kreatif, proses pemilahan bahan dan penyuplaian, proses produksi, proses *finishing*, proses *packaging*, produk hasil akhir, dan proses penjualan. Sedangkan audio tetap digunakan saat melakukan wawancara dengan narasumber dari INTAKO dan Instansi Pemerintahan. (Tjetjep Rohendi Rohidi, 2011:198).

1.7. Skema Perancangan

Skema perancangan yang akan penyusun lakukan untuk memperoleh hasil Tugas Akhir secara utuh.



Gambar 1.1. Skema Perancangan Laporan Tugas Akhir (Dokumentasi Pribadi)

1.8. Pembabakan

Penyusunan Laporan Tugas Akhir ini terdiri atas lima bab utama, yang masing-masing bab menjelaskan uraian mengenai berbagai aspek yang dilakukan dalam perumusan rancangan, pengumpulan data, analisis, serta jawaban terhadap rumusan masalah. Adapun untuk lima bab pembabakan tersebut secara mendetail dijelaskan sebagai berikut:

- **Bab I Pendahuluan**

Bab ini memuat sembilan poin penting, meliputi latar belakang permasalahan, identifikasi permasalahan yang disusun dalam poin-poin pertanyaan, batasan tentang ruang lingkup perancangan agar perancangan produk terfokus pada permasalahan utama, tujuan dari perancangan, rincian

mengenai metode pengumpulan data, serta kerangka kerja yang dilakukan dalam proses perancangan produk akhir.

- **Bab II Tinjauan Pustaka**

Dalam bab ini memuat dasar pemikiran yang berkaitan dengan topik yang diteliti dan produk akhir yang dirancang. Uraian berasal dari teori-teori yang diperoleh dari hasil studi pustaka dan digunakan sebagai acuan untuk menganalisis dan menguraikan rumusan perancangan.

- **Bab III Uraian Data Hasil Survey, Analisis dan Strategi**

Memuat uraian dan pemaparan hasil *survey* di lapangan yang ditampilkan secara terstruktur dan sistematis. Hasil *survey* ini terdiri atas gambaran umum perkembangan industri kreatif di Indonesia, data institusi dan perusahaan pemberi proyek, observasi fotografi lokasi maupun produk, observasi fotografi maupun statistik pengunjung, wawancara langsung dengan narasumber institusi terkait, kuesioner langsung untuk pengunjung, dan analisis SWOT-IFAS-EFAS-Matriks Pembanding untuk mengetahui posisi INTAKO di alur perusahaan yang memproduksi olahan kulit, serta posisinya di mata pengunjung.

- **Bab IV Strategi, Konsep dan Hasil Perancangan**

Bab penting yang memaparkan berbagai strategi yang digunakan untuk merumuskan penyelesaian masalah dan perancangan produk yang dihasilkan. Dalam bab ini, hasil perancangan dijelaskan dengan *detail* untuk memberikan gambaran produk akhir secara tertulis. Hasil perancangan dijelaskan melalui gambar yang diberi keterangan lengkap untuk mempermudah pembaca memahami struktur produk yang dihasilkan. Adapun strategi disusun melalui penjelasan konsep komunikasi, konsep kreatif, konsep visual, dan konsep bisnis yang akan diterapkan pada produk.

- **Bab V Penutup**

Merupakan bab terakhir yang berisi simpulan yang menjawab rumusan masalah dan tujuan dari penelitian yang berakhir dengan perancangan produk. Pada bab ini juga berisi kritik dan saran yang relevan yang disampaikan oleh penyusun berkenaan dengan topik yang dibahas.