

BAB I

PENDAHULUAN

I.1. Latar Belakang Masalah

I.1.1. Pariwisata di Indonesia

Indonesia merupakan negara dengan kekayaan yang tak terbatas. Dari kekayaan alam hingga keragaman budaya yang dimiliki, mengundang banyak negara untuk datang ke Indonesia. Dari berbagai wilayah pedalaman yang indah, hingga budaya dan reruntuhan sejarah yang menarik membuat Indonesia berhasil meningkatkan jumlah wisatawan asing ke Indonesia setiap tahunnya. Namun peningkatan tersebut masih kalah dengan jumlah turis yang berkunjung ke beberapa negara lain. (www.indonesia-investments.com)

Kunjungan Wisatawan Asing di Indonesia, 2013-2016:

Bulan	Tourist Arrivals 2013	Tourist Arrivals 2014	Tourist Arrivals 2015	Tourist Arrivals 2016
Januari	614,328	753,079	723,039	814,303
Februari	678,415	702,666	786,653	888,309
Maret	725,316	765,607	789,596	915,019
April	646,117	726,332	749,882	901,095
Mei	700,708	762,363	793,499	915,206
Juni	789,594	861,475	815,148	857,651
Juli	717,784	777,210	814,283	1,032,741
Agustus	771,009	826,821	850,542	1,031,986
September	770,878	791,295	869,179	1,006,653
Oktober	719,900	808,767	825,818	1,040,651
November	807,422	764,461	777,976	
Desember	766,966	915,334	913,828	
Total	8,802,129	9,435,411	9,729,350	

Tabel 1.1. Kunjungan Wisatawan Asing di Indonesia

(Sumber : BPS yang di kutip pada www.indonesia-investments.com)

Untuk saat ini, pemerintah Indonesia berencana meningkatkan kontribusi sektor pariwisata dalam berkontribusi terhadap sektor perekonomian Indonesia dalam beberapa tahun

kedepan. Untuk mewujudkan rencana pemerintah tersebut, pengembangan akan difokuskan pada sarana prasarana termasuk teknologi informasi dan komunikasi, akses, kesehatan dan kebersihan serta peningkatan pada promosi *online (marketing)* dari sektor pariwisata.

Dalam sektor pariwisata, Indonesia memiliki keuntungan daya saing yaitu harga yang kompetitif, kekayaan sumber daya alam (biodeversitas) dan lokasi warisan budaya yang menarik. Namun, Indonesia belum memberikan penekanan dalam kelanjutan dari lingkungan hidup yang menyebabkan masih banyaknya penggundulan hutan dan ancaman bagi spesies-spesies langka yang ada. Kekhawatiran tentang keselamatan dan keamanan bagi pengunjungpun masih sangat tinggi, tentunya kerugian bisnis yang disebabkan oleh teroris.

Pada sektor pariwisata Indonesia, masih terdapat juga beberapa hal yang dapat menjadi penghambat dalam perkembangan pariwisata Indonesia, yang menjadi perhatian adalah sarana prasarana yang tidak merata di Indonesia. Masih banyak sarana prasarana yang kurang layak di Indonesia. Pada kota-kota besar memang sudah cukup baik, tapi apabila melihat ke wilayah timur Indonesia, hal ini sangat bertolak belakang. Kurang meratanya sarana prasarana di daerah timur Indonesia seperti kurangnya bandara, pelabuhan, jalan dan penginapan. Serta kurangnya konektivitas di dalam dan antar pulau yang ada berdampak pada susahny menjangkau/berkunjung untuk menikmati potensi wisata daerah tersebut.

Selain sarana prasarana, sektor pendidikan menjadi salah satu bagian yang dapat menghambat perkembangan pariwisata Indonesia. Pendidikan yang tidak merata menjadi salah satu kasus yang sangat perlu untuk diperhatikan saat ini. Di wilayah terpencil kemampuan berbahasa Inggris yang lemah menjadi hambatan dalam berkomunikasi dengan wisatawan asing. Pemerataan sektor pendidikan dan berfokus dalam mempelajari bahasa Inggris dapat membantu untuk mengatasi masalah ini.

I.1.2. Kabupaten Raja Ampat

Berdasarkan Ren-Strat Kabupaten Raja Ampat, Kepulauan Raja Ampat menjadi pusat keanekaragaman hayati terkaya di dunia saat ini, hal ini dikarenakan letak dari kepulauan Raja Ampat yang berada di jantung pusat segitiga karang dunia (*Coral Triangle*). Kepulauan Raja Ampat merupakan daerah yang paling potensial untuk dijadikan sebagai tujuan wisata alam maupun wisata bahari, karena kepulauan Raja Ampat memiliki pesona bawah laut dengan berbagai macam jenis terumbu karang dan beragam spesies ikan, dan juga keberadaan flora tropis dan fauna endemik yang tidak dimiliki daerah lain. Kepulauan Raja Ampat memiliki beberapa potensi menarik, salah satunya yaitu pengembangan ekowisata yang telah diusulkan pemerintah Indonesia sebagai lokasi warisan dunia (*World Heritage Site*).

Walau potensi wisata yang dimiliki kepulauan Raja Ampat sangat menarik perhatian, tetapi masih sangat sedikit wisatawan yang berkunjung ke Raja Ampat untuk berwisata. Untuk saat ini wisatawan internasional cukup banyak yang berdatangan ke Raja Ampat, peningkatan setiap tahunnya kurang lebih meningkat hingga 1000 wisatawan setiap tahunnya. Tetapi ini berbeda jauh dengan wisatawan domestik, yang setiap tahunnya hanya meningkat sekitar 100 pengunjung, bahkan pada tahun 2013 terjadi penurunan jumlah pengunjung. (<http://officialrajaampat.com/>)

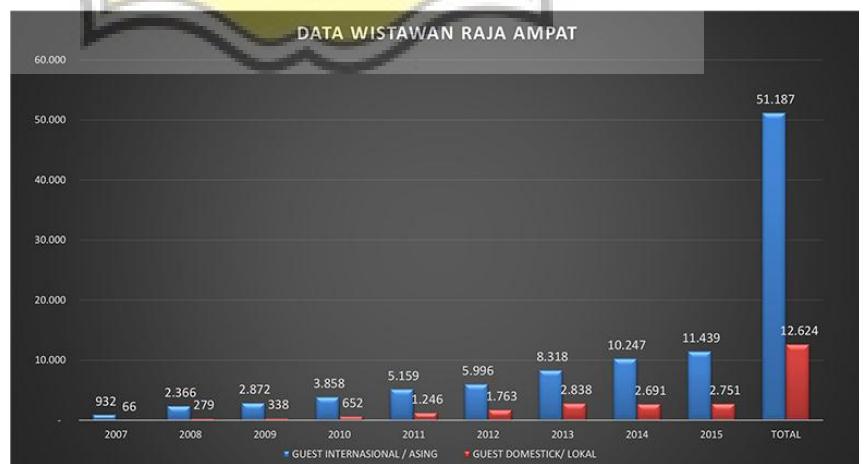


Diagram 1.1. Jumlah Kunjungan Wisatawan Asing dan Lokal di Raja Ampat

(Sumber : <http://officialrajaampat.com/>)

GUEST		
TAHUN	INTERNASIONAL / ASING	DOMESTICK/ LOKAL
2007	932	66
2008	2.366	279
2009	2.872	338
2010	3.858	652
2011	5.159	1.246
2012	5.996	1.763
2013	8.318	2.838
2014	10.247	2.691
2015	11.439	2.751
TOTAL	51.187	12.624
		63.811

Tabel 1.2. Jumlah Kunjungan Wisatawan Asing dan Lokal di Raja Ampat
(Sumber : <http://officialrajaampat.com/>)

Masih banyak pencitraan yang kurang baik dari masyarakat luar Papua, seperti pencitraan tentang daerah Papua masih sangat ketinggalan dari segala aspek serta pandangan tentang daerah Papua yang tidak aman, menjadi penyebab yang mempengaruhi minat masyarakat luar Papua untuk berwisata ke daerah Papua khususnya Raja Ampat.

I.2. Identifikasi Masalah

Papua memiliki sumber daya alam yang sangat berpotensi sebagai tempat wisata dan menjadi daya tarik bagi para wisatawan. Orang luar Papua ingin berkunjung ke sana tetapi masih banyak juga dari orang-orang tersebut yang memikirkan selain mengenai biaya, mereka juga memikirkan kondisi warga dan lingkungan disana yang selalu dicitrakan dengan ketinggalan dari segala aspek. Dalam perancangan *city branding* Kabupaten Raja Ampat ini, terdapat masalah-masalah yang akan dihadapi, yaitu:

- Pencitraan ketinggalan di daerah Papua yang masih tertanam didalam pikiran orang-orang, dan hal tersebut berpengaruh pada minat dalam berwisata ke daerah papua.

- Belum adanya identitas dan strategi komunikasi visual dalam mempromosikan pencitraan dari Kabupaten Raja Ampat dalam mengangkat potensi wisatanya.

I.3. Pembatasan Masalah

I.3.1. Batasan Permasalahan

Batasan permasalahan yang akan dibahas adalah penyampaian dalam pencitraan daerah Papua terkhusus Kabupaten Raja Ampat, demi meningkatkan pengunjung atau wisatawan dan turut serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat daerah setempat.

I.3.2. Batasan Wilayah

Batasan wilayah yang akan menjadi pembahasan adalah Indonesia. Sampling responden diambil dari pulau Jawa sebagai pulau terpadat dan paling berkembang di Indonesia dan juga warga Papua terkhusus warga Kabupaten Raja Ampat.

I.3.3. Sasaran

Usia : 20 – 30 Tahun (Dewasa Muda)
Kelamin : Pria dan Wanita
Golongan : SES A
Domisili : Pulau Jawa

Alasan pemilihan sasaran berdasarkan pada pulau Jawa merupakan pulau terpadat penduduknya, dan juga masih banyak masyarakat di pulau Jawa yang menanamkan citra pada daerah di Papua yang masih ketinggalan dalam segala aspek.

I.4. Perumusan Masalah

Bagaimana merancang strategi komunikasi visual untuk meningkatkan wisatawan dalam mengenal dan menjaga potensi wisata Kabupaten Raja Ampat sebagai destinasi wisata *Last Paradise*?

I.5. Tujuan Penelitian

Tujuan melakukan *city branding* kabupaten Raja Ampat adalah agar dapat meningkatkan minat bagi wisatawan terkhusus wisatawan domestik untuk berwisata ke kabupaten Raja Ampat dan juga untuk mengajak masyarakat setempat membantu mengembangkan dan menjaga potensi yang mereka miliki demi kesejahteraan masyarakat.

I.6. Manfaat Penelitian

Perancangan ini akan memecahkan masalah yang ada dalam strategi komunikasi *city branding* kabupaten Raja Ampat, dan diharapkan dapat mempromosikan potensi wisata yang dimiliki kabupaten Raja Ampat.

I.7. Metode Penelitian

I.7.1. Wawancara

Mengumpulkan data dengan melakukan wawancara dengan dinas pariwisata Kabupaten Raja Ampat. Untuk mendapatkan data pasti tentang kondisi tempat wisata di Raja Ampat, yang akan berfungsi sebagai dasar dalam perancangan *city branding*.

I.7.2. Riset Etnografi

Riset etnografi merupakan metode pengumpulan data dengan pendekatan yang lebih mendalam melalui observasi dan dokumentasi berupa foto maupun video. Dalam perancangan ini pendekatan mendalam akan ditujukan pada masyarakat Papua terkhusus Raja Ampat untuk mendapatkan data sekunder yang berfungsi sebagai pendukung dalam perancangan ini.

I.7.3. Kuesioner

Metode pengumpulan data pandangan keinginan desain dari sudut pandang audiens untuk mengoptimalkan desain yang akan dibuat dalam perancangan. Pengumpulan data dapat melalui kuesioner baik secara online ataupun tidak.

I.7.4. Studi Literatur

Peneliti juga akan membaca dan mempelajari data yang didapat dari buku, artikel dan jurnal mengenai permasalahan dan penunjang dalam pembentukan perancangan.

I.8. Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Berisi tentang latar belakang masalah, identifikasi masalah, tujuan dan manfaat, lingkup pembahasan, perumusan masalah, metodologi penelitian, dan sistematika pembahasan.

BAB II LANDASAN TEORI

Berisi tentang kerangka berfikir, teori-teori yang menjadi dasar penelitian, kajian data yang berhubungan dengan topik pembahasan serta studi komparasi yang digunakan sebagai perbandingan.

BAB III STRATEGI KOMUNIKASI

Berisi tentang analisa dari data yang didapat, dan juga strategi komunikasi visual yang digunakan untuk memecahkan masalah yang ada.

BAB IV STRATEGI KREATIF

Berisi tentang uraian konsep desain visual yang digunakan dalam strategi komunikasi visual, seperti logo, desain poster, media sosial, dan lain-lain.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Berisi tentang kesimpulan dan saran dari hasil penelitian dan rancangan strategi komunikasi visual.

