

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

1.1.1 Umum

Indonesia kaya sekali akan keindahan alam yang eksotis dan memukau yang dijadikan sebagai pusat obyek pariwisata Indonesia. Maka dengan adanya obyek pariwisata yang ada di Indonesia akan meningkatkan penambahan devisa negara Indonesia. Obyek pariwisata yang ditawarkan sangat beragam dimulai dari wisata bahari sampai wisata pegunungan dan masih banyak lagi yang bisa membuat para wisatawan tertarik untuk mendatangi Indonesia.

Saat ini, sektor pariwisata Indonesia berkontribusi untuk peningkatan kurang lebih 4% dari total perekonomian negara. Dalam rangka mencapai target ini, Pemerintah akan berfokus pada memperbaiki infrastruktur Indonesia (termasuk infrastruktur teknologi informasi dan komunikasi), akses, kesehatan & kebersihan dan juga meningkatkan kampanye promosi online (marketing) di luar negeri. (www.indonesia-investments.com)

Pariwisata sebagai sektor yang strategis dan menjadi media integrasi program dan kegiatan antar sektor pembangunan, sehingga pariwisata sangat masuk akal ditetapkan menjadi leading pembangunan. Maksud menjadi leading pembangunan adalah dapat menggerakkan perekonomian bangsa. Indonesia memiliki potensi wisata untuk dikembangkan menjadi destinasi pariwisata tingkat dunia. Indonesia memiliki keindahan alam, kekayaan budaya yang beragam dan penduduk yang watak dan moralitasnya mendukung kenyamanan wisatawan berkunjung ke Indonesia. (setkab.go.id)







WPP B	Unggulan		<ul style="list-style-type: none"> • Goa P. Diponegoro
		Wisata Religius	<ul style="list-style-type: none"> • Petilasan Pangeran Siongosari • Makam Kyai Mijil
		Wisata Alam	<ul style="list-style-type: none"> • Dataran tinggi Katep (Ketep Pass)
		Wisata Alam	<ul style="list-style-type: none"> • Air Terjun Kedung Kayang • Pos Pengamatan Merapi Babadan
		Wisata Budaya	<ul style="list-style-type: none"> • Desa Seni Padepokan citra Budoyo
	WisataReligius/ Ziarah	<ul style="list-style-type: none"> • Makam Gunung Pring (Makam Myai Raden Santri dan Mbah Jogorejo dan Kyai Dalhar) • Makam Pastur Van Lith dan Museum 	
	Wisata Agro	<ul style="list-style-type: none"> • Taman Aquarium Bojong • Agoro Wisata Salak Nglumut 	
	Potensial	Wisata Alam	<ul style="list-style-type: none"> • Bumi Perkemahan Wonolelo • Pemandian Blambangan dan Mudal
		Wisata Budaya	<ul style="list-style-type: none"> • Candi Aso • Candi Pendem • Candi Lumbung
		Wisata Religius/Ziarah	<ul style="list-style-type: none"> • Makam Kyai Condrombumi
Wisata Minat Khusus		<ul style="list-style-type: none"> • Trekking G. Merapi dari Babadan • Trekking G. Merbabu dari Kenalan Pakis dan Banyuroto Sawangan 	
Menonjol		Wisata Alam	<ul style="list-style-type: none"> • Air Hangat Candi Umbul • Telaga Blender
WPP C	Potensial	Wisata Alam	<ul style="list-style-type: none"> • Air terjun Sekarlangit • Air Terjun Seloprojo
		Wisata Religius	<ul style="list-style-type: none"> • Makam Sunan Geseng
WPP D	Menonjol	Wisata Alam	<ul style="list-style-type: none"> • Pemandian Kalibening
		Wisata Agro	<ul style="list-style-type: none"> • Agrowisata Kajoran
	Potensial	Wisata Alam	<ul style="list-style-type: none"> • Air Terjun Curug Silawe
		Wisata Budaya	<ul style="list-style-type: none"> • Candi Selogriyo

Sumber: Dokumen RIPPDA Tahun 2006-2010

Tabel 1.4 Data Rencana Pengembangan Pariwisata Kab.Mgl 2006-2010

Sumber : RIPPDA Tahun 2006-2010

Kabupaten Magelang memiliki aset budaya candi-candi yang bisa dikunjungi wisatawan. Magelang merupakan salah satu kota tertua di Indonesia yang kaya peninggalan budaya, kota ini sudah ada sejak lebih dari seribu tahun yang lalu, tepatnya berdiri pada tanggal 11 April 907. Kabupaten Magelang sangat menarik untuk dikunjungi, terutama bagi para penikmat wisata budaya dan sejarah. Sebagai tempat wisata unggulan sekaligus aset sejarah yang terdaftar sebagai Situs Warisan Dunia *UNESCO*, serta pernah menjadi satu dari tujuh keajaiban dunia, Candi Borobudur menjadi salah satu tujuan utama turis lokal maupun mancanegara berwisata ke Kabupaten Magelang. Tetapi sebenarnya masih banyak candi yang bisa dikunjungi oleh para wisatawan di Kabupaten Magelang, candi-candi yang dimiliki Kabupaten Magelang adalah Candi Selogriyo, Candi Ngawen, Candi

Pawon, Candi Gunung Wukir, Candi Borobudur, Candi Asu, Candi Umbul, Candi Lumbung, Candi Lorsari, Candi Pendem, Candi Retno, Candi Mendut, Candi Gunungsari, Candi Wurung, Candi Gunung, dan Candi Batur.

1.2. Identifikasi Masalah

Kabupaten Magelang memiliki sumber daya alam yang sangat berpotensi sebagai tempat wisata dan menjadi daya tarik bagi para wisatawan. Para wisatawan bisa mengunjungi obyek tempat wisata yang sudah masuk ke dalam 7 keajaiban dunia yaitu Candi Borobudur yang letaknya ada di Kabupaten Magelang, tetapi tak hanya itu ternyata di Kabupaten Magelang mempunyai banyak keindahan alam lainnya yang bisa di kunjungi para wisatawan. Banyak orang luar tidak mengetahui tempat wisata lainnya yang ditawarkan Kabupaten Magelang, karena yang menonjol Candi Borobudur. Dan diulas kembali ternyata Kabupaten Magelang adalah gudang candi di Jawa Tengah, karena sangat banyak candi-candi yang ada di Kabupaten Magelang.

Dalam perancangan *destination branding* Kabupaten Magelang ini, terdapat masalah-masalah yang akan dihadapi, yaitu:

1. Masyarakat belum menyadari bahwa tujuan wisata yang ada di Magelang sebagian besar berada di Kabupaten Magelang.
2. Masyarakat masih belum mengetahui potensi wisata candi-candi yang dimiliki Kabupaten Magelang.
3. Belum adanya identitas dan strategi komunikasi visual dalam mempromosikan potensi dari Kabupaten Magelang.

1.3. Pembatasan Masalah

Batasan permasalahan yang akan dibahas adalah penyampaian dalam pencitraan daerah Kabupaten Magelang adalah melalui *destination branding*, demi meningkatkan daya tarik wisatawan. Batasan wilayah yang akan menjadi pembahasan adalah Indonesia. Sampling responden diambil dari warga Indonesia dan warga Jawa Tengah sehingga bisa mengerti apa

yang sedang dibutuhkan dalam pengembangan pariwisata Kabupaten Magelang.

1.4. Sasaran

Sasaran akan dituju adalah :

Usia : 18 - 25 Tahun

Kelamin : Pria dan Wanita

Golongan : SES A-B

Alasan pemilihan sasaran berdasarkan usia yang ditargetkan akan mudah membentuk citra yang akan ditanamkan pada Kabupaten Magelang. Karena banyak orang masih menganggap bahwa Kabupaten Magelang tidak mempunyai aset untuk dikembangkan, hanya Candi Borobudur yang sudah dikenal kalangan dunia. Pada usia ini remaja akhir dan dewasa awal yang disasar dengan maksud tujuan pada usia ini sudah mantap dan stabil. Sudah mengenal dirinya dan ingin hidup dengan pola hidup yang digariskan sendiri dengan keberanian. Di usia ini mulai memahami arah hidupnya, menyadari tujuan hidupnya dan sudah bisa memutuskan keputusan dalam bertindak.

1.5. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian dari latar belakang diatas dapat dirumuskan masalah sebagai berikut : “Bagaimana cara merancang strategi komunikasi visual untuk berkunjung ke Kabupaten Magelang dengan *target audience* SES A-B sebagai destinasi wisata?.”

1.6. Tujuan Perancangan

Tujuan dari perancangan ini adalah mengajak *target audience* (Pria & Wanita, usia 18-25 tahun, SES A-B) untuk berkunjung ke Kabupaten Magelang sebagai destinasi wisata yang berguna untuk warga Indonesia.

1.7. Manfaat Perancangan

1.7.1. *Audience* (Target Utama)

Manfaat perancangan untuk *target audience* yaitu masyarakat Indonesia bisa berkunjung ke potensi wisata yang dimiliki Kabupaten Magelang sehingga mendukung program kerja pemerintah memperkenalkan kekayaan pariwisata Indonesia.

1.7.2. Perancangan

Manfaat perancangan bagi peneliti adalah mengetahui lebih dalam potensi wisata Kabupaten Magelang dan bisa membantu membentuk citra Kabupaten Magelang.

1.7.3. Keilmuan DKV (Desain Komunikasi Visual)

Manfaat perancangan bagi institusi adalah Kabupaten Magelang akan menjadi media belajar tentang *destination branding* agar destinasi wisata Kabupaten Magelang dapat dikunjungi para wisatawan.

1.8. Metode Penelitian

1.8.1. Pengumpulan Data

Dalam pengumpulan data penelitian "*Destination Branding Kabupaten Magelang Sebagai Tujuan Wisata Melalui Strategi Komunikasi Visual*", dibutuhkan pendekatan individu. Dan untuk pendekatan ini metode yang paling sesuai untuk mendapatkan data dan informasi melalui Wawancara, Observasi dan Kuisisioner. Pengumpulan data tersebut dibagi menjadi 2, yaitu:

a) Pengumpulan Data Primer

Data primer yang dibutuhkan adalah Etnografi, untuk mendapatkan data tersebut metode yang dianggap paling sesuai adalah Metode Etnografi. Metode Etnografi adalah suatu metode khusus atau satu set metode yang didalamnya terdapat berbagai bentuk yang mempunyai karakteristik tertentu, termasuk partisipasi etnografer, memahami dan mengikuti kehidupan sehari-hari dari seseorang dalam periode yang lama, melihat apa yang terjadi, mendengarkan apa yang dikatakan,

bertanya kepada mereka, dan pada kenyataannya mengumpulkan data apa saja yang ada (Wolcott, 1977). Di metode ini sangat sesuai untuk mendapatkan data dan informasi, karena di dalam metode ini terdiri dari wawancara, observasi, dan kuisisioner yang dimana data dan informasi yang didapatkan akan lebih maksimal dengan studi kasus di Kabupaten Magelang.

1. Metode Wawancara

Wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu. Esterberg dalam Sugiyono (2013:231).

Teknik pengumpulan data ini sangat sesuai untuk bisa mendapatkan data tervalid melalui dari sumbernya tentang pariwisata dan warisan budaya candi Kabupaten Magelang.

Metode pengumpulan data melalui wawancara narasumber dari Badan Perencanaan dan Pembangunan Daerah Kabupaten Magelang, Dinas Pariwisata Kabupaten Magelang, dan Tokoh Budayawan.

2. Metode Observasi

Observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dua di antara yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan. Sutrisno Hadi dalam Sugiyono (2013:145).

Teknik pengumpulan data ini sangat sesuai untuk bisa mengetahui dan mengamati fenomena di masyarakat tentang pariwisata dan warisan budaya candi secara langsung yang dimiliki Kabupaten Magelang.

Metode pengumpulan observasi akan dilakukan pengamatan secara langsung dengan cara video untuk mengetahui dari perilaku target sasaran.

3. Metode Kuesioner

Kuesioner adalah pernyataan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadi atau hal-hal yang ia ketahui (Arikunto, 2006). Teknik pengumpulan data ini sangat sesuai untuk dapat memperoleh data tentang minat dan pemahaman sasaran mengenai pariwisata dan warisan budaya candi Kabupaten Magelang.

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 langsung yang dibagikan ke 100 responden warga Kabupaten Magelang dan Pulau Jawa.

b) Pengumpulan Data Sekunder

Data sekunder yang digunakan terdiri dari studi literatur dari buku, artikel dan jurnal mengenai permasalahan dan penunjang dalam pembentukan perancangan. Hal ini digunakan untuk membantu kelengkapan data apabila data primer yang didapatkan belum maksimal. Studi Literatur adalah mempelajari berbagai buku referensi serta hasil penelitian sebelumnya yang sejenis yang berguna untuk mendapatkan landasan teori mengenai masalah yang akan diteliti (Sarwono: 2006)

1.9. Sistematika Penulisan

BAB I : PENDAHULUAN

Berisi tentang latar belakang masalah, identifikasi masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : KAJIAN TEORI

Berisi tentang teori-teori yang menjadi dasar penelitian, studi komparasi, serta kajian data yang berhubungan dengan potensi pariwisata Kabupaten Magelang dengan target ses A-B melalui strategi komunikasi visual.

BAB III : STRATEGI KOMUNIKASI

Berisi tentang analisa masalah dari sumber yang diperoleh, strategi komunikasi dengan tahapan-tahapan dan media pendukung .

BAB IV : STRATEGI KREATIF

Berisi tentang desain-desain yang akan dijadikan sebagai media visual *destination branding* mulai dari logo, dan media pendukung.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan dari kajian dan analisa-analisa dari sumber yang telah dilakukan serta mampu menjawab rumusan permasalahan yang ada di bagian pendahuluan, selain itu terdapat juga saran-saran untuk meningkatkan pengunjung Kabupaten Magelang dan memberikan informasi tentang warisan budaya candi Kabupaten Magelang yang tidak disadari masyarakat.

