

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. LATAR BELAKANG MASALAH

Suatu tempat wisata yang terkenal mampu mendatangkan keuntungan yang besar bagi negara yang memilikinya. Indonesia merupakan salah satu negara yang memiliki banyak keanekaragaman dengan potensi kekayaan alam dan budaya. Hampir tiap daerah di Indonesia memiliki berbagai tempat yang masih alami atau yang telah dibudidayakan. Seperti pulau Jawa, yang berpotensi untuk dikembangkan menjadi target bagi wisatawan untuk berkunjung, salah satunya adalah Provinsi Jawa Tengah.

Jawa Tengah merupakan salah satu daerah yang memiliki potensi sebagai target pariwisata yang sangat besar di Indonesia. Pada tahun 2019 kemarin, Jawa Tengah mendapatkan penghargaan *Indonesia Attractiveness Award 2019 GOLD* di sektor Pariwisata untuk kategori Provinsi Besar. Jawa Tengah dinilai memiliki daya tarik pariwisata yg sangat baik dan potensi pengembangannya ke depan. Terlebih lagi Borobudur menjadi ikon pariwisata unggulan di Indonesia.

Dari data 2018 yang lalu, jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ke Jateng tercatat sebanyak 680 ribu orang dan wisatawan nusantara sekira 48 juta orang. Namun belum semua destinasi wisata di Jawa Tengah terpromosikan dengan baik. Masih banyak daerah di Jawa Tengah yang memiliki potensi pariwisata besar, namun belum dikelola secara maksimal. Salah satunya berada di Kabupaten Magelang.

Kabupaten Magelang adalah sebuah Kabupaten di provinsi Jawa Tengah yang berbatasan dengan Kabupaten Semarang, Kabupaten Boyolali dan Daerah Istimewa Yogyakarta. Memiliki luas mencapai 1,085,73 kilometer dan menjadi kota tertua kedua di Indonesia. Kabupaten Magelang memiliki icon pariwisata terbesar di Indonesia yaitu candi Borobudur.

Berdasarkan catatan Disparpora Kabupaten Magelang, tahun 2018, wisatawan yang berkunjung ke Kabupaten Magelang mencapai 6,3 juta orang, diantaranya 5,9 juta wisatawan domestik dan 350 ribu wisatawan mancanegara yang mayoritas dari mereka menghabiskan waktunya di candi Borobudur.

Kabupaten Magelang kini telah memiliki 210 destinasi wisata dan 51 desa wisata. Banyak di antaranya yang belum dikelola secara maksimal. Masing-masing obyek wisata memiliki potensi yang berbeda, keragaman potensi ini menyebabkan perbedaan jumlah kunjungan yang datang ke tiap lokasi obyek wisata. Pariwisata Gunung Tidar Magelang merupakan destinasi wisata yang memiliki potensi besar namun belum dimanfaatkan secara maksimal. Hal ini dikarenakan kurangnya promosi yang dilakukan oleh pihak pemerintah ataupun pihak yang terkait dan belum terbentuknya identitas visual pariwisata Gunung Tidar.

Berdasarkan permasalahan diatas, pariwisata Gunung Tidar Magelang memerlukan identitas visual dan media promosi yang sesuai agar dapat lebih dikenal dan menjadi target para wisatawan sehingga diharapkan dapat menambah kunjungan pada tahun-tahun berikutnya.

## B. RUMUSAN MASALAH

1. Bagaimana merancang identitas visual Gunung Tidar Magelang?
2. Bagaimana merancang media pendukung atau media promosi Gunung Tidar Magelang untuk menarik wisatawan domestic maupun mancanegara?

## C. TUJUAN PERANCANGAN

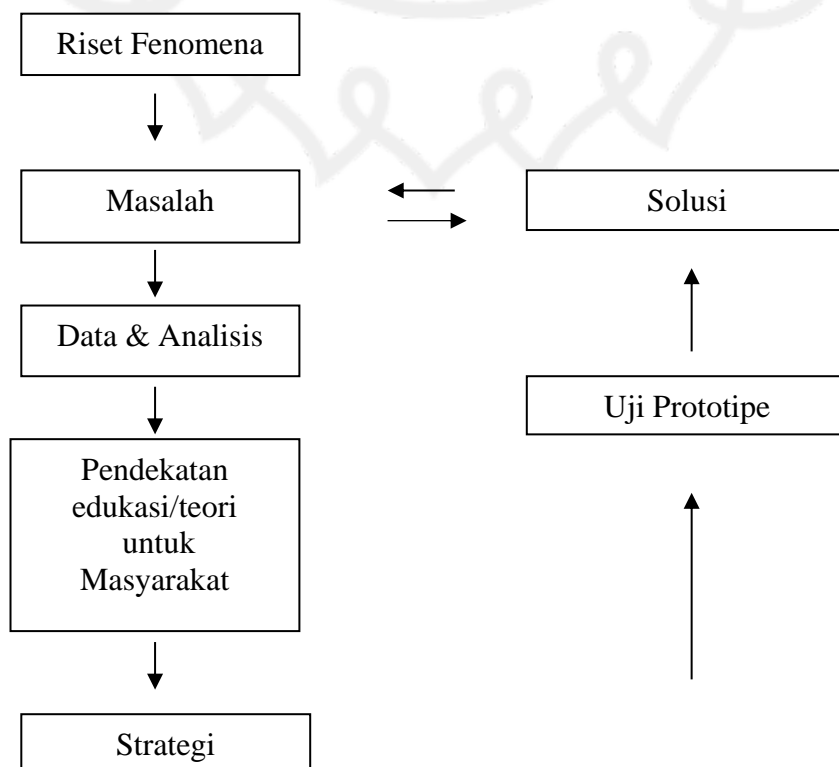
1. Merancang identitas visual Gunung Tidar Magelang.
2. Merancang media pendukung atau media promosi Gunung Tidar Magelang untuk menarik wisatawan domestic maupun mancanegara.

## D. MANFAAT PERANCANGAN

1. Meningkatnya kunjungan wisatawan domestik ke Gunung Tidar Magelang.
2. Meningkatnya pendapatan ekonomi masyarakat Gunung Tidar Magelang.

## E. KERANGKA PIKIR DAN METODE PENELITIAN

### 1. Kerangka Pikir





Bagan 1.1 Skema Kerangka Pemikiran

Bagan diatas merupakan alur pikir yang penulis gunakan dalam perancangan identitas visual dan promosi pariwisata Gunung Tidar Magelang. Permasalahan yang muncul sesuai kondisi lapangan ini didapat melalui riset fenomena. Setelah menemukan masalah, penulis akan mencari data terkait, lalu menganalisis data tersebut. Di tahap analisis ini, penulis akan mencari solusi lebih mendalam terkait masalah yang ada melalui pendekatan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Dari pendekatan ini, penulis akan mendapatkan strategi atau konsep yang lebih realistis atau lebih dekat lagi mengenai masalah yang diteliti. Strategi inilah yang akan mendukung pembuatan prototipe. Prototipe yang dibuat didasari oleh konsep visual, verbal, dan media. Prototipe akan diujikan kepada target audiens untuk mengetahui apakah prototipe yang dibuat layak menjadi solusi terhadap permasalahan yang ada.

## 2. Metode Penelitian

Metodologi penelitian merupakan penjelasan mengenai proses penelitian yang akan dilakukan sehingga mendapatkan hasil sesuai dengan yang dikehendaki. Proses penelitian yang dilakukan berkaitan satu sama

lain yang juga berkaitan dengan kerangka pikir (Sutopo, 2002:142). Metode penelitian dalam perancangan identitas visual dan promosi pariwisata Gunung Tidar Magelang yaitu menggunakan metode kualitatif deskriptif.

#### **a. Sasaran dan Lokasi Penelitian**

Sasaran penelitian adalah masyarakat umum, mulai dari berbagai usia baik di dalam kota Magelang maupun di luar Kota Magelang.

#### **b. Jenis dan Sumber Data**

Prosedur pengambilan data penelitian menggunakan dua jenis data, yang dapat digolongkan sebagai berikut:

##### **1. Data Primer**

Data primer yang dimaksud meliputi data yang diperoleh dari hasil wawancara kuisisioner, dan dari hasil observasi.

##### **2. Data Sekunder**

Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh dari studi kepustakaan.

#### **c. Teknik Pengumpulan Data**

Dalam perancangan perancangan identitas visual dan promosi pariwisata Gunung Tidar Magelang, ada beberapa teknik pengumpulan data yang bersumber dari:

##### **1. Observasi**

Pengumpulan data dengan melihat, meninjau, dan mengamati langsung ke lapangan untuk mendapatkan data. Observasi ini dilakukan dengan pengamatan secara langsung ke lokasi penelitian yaitu Gunung Tidar Magelang.

## 2. Kuesioner

Pengumpulan data dilakukan dengan cara memberikan kuesioner kepada pengunjung Gunung Tidar dan masyarakat kota Magelang mengenai hasil dari perancangan identitas visual dan promosi pariwisata Gunung Tidar Magelang yang sudah dilakukan penulis.

## 3. Wawancara

Pada metode ini penulis melakukan wawancara dengan Dinas Pariwisata Kota Magelang untuk mendapatkan informasi secara lisan dengan tujuan mendapatkan data yang dapat menjelaskan permasalahan penelitian.

### **d. Analisis Data**

Analisis data merupakan cara atau langkah pemikiran penelitian untuk mengolah data yang berhasil dikumpulkan dan merupakan tindak lanjut dari usaha untuk menguji kebenaran. Analisis data dimulai dengan melakukan pengumpulan data melalui narasumber yang berkaitan dengan objek penelitian dan melalui literatur terkait perancangan. Setelah itu melakukan pemilahan data yaitu dengan mengambil dan mencatat data penelitian dan informasi yang bermanfaat. Data yang dipilih adalah data yang membantu peneliti dalam memecahkan masalah dan membantu dalam konsep perancangan.

### **e. Sistematika Penulisan**

Untuk mengetahui gambaran umum tentang karya ini, maka dirasa perlu sistematika yang akan dipaparkan sebagai berikut :

**Bab I Pendahuluan;** Menjelaskan mengenai latar belakang pemahaman judul, rumusan masalah, tujuan serta manfaat dari keseluruhan materi perancangan.

**Bab II Kajian Teori;** Menjelaskan mengenai paham teori-teori yang mendasar menyangkut judul karya.

**Bab III Identifikasi Data;** Berisi analisis penulis dari data-data serta dokumen yang penulis kumpulkan terkait perancangan konsep perancangan identitas visual dan promosi pariwisata Gunung Tidar Magelang.

**Bab IV Konsep Perancangan;** Berisi penjabaran konsep perancangan, konsep karya, teknik pelaksanaan, dan visualisasi karya. Disini akan dijabarkan detail perancangan baik visual maupun strategi promosi setelah ditemukan konsep yang sesuai untuk diaplikasikan dalam perancangan identitas visual dan promosi pariwisata Gunung Tidar Magelang.

**Bab V Visualisasi Karya;** Bab ini berisi tentang proses eksekusi pengerjaan dan visualisasi karya. Pada tahap ini penulis sebagai kontributor DKV mulai mengerjakan karya sesuai dengan penelitian yang telah dilakukan. Dalam kasus ini adalah proses pembuatan karya.

**Bab VI Penutup;** Bab ini berisi kesimpulan penelitian dan saran.

