

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pariwisata merupakan sektor ekonomi penting di Indonesia. Sejuta keindahan alam, kultur, dan warisan leluhur Indonesia yang orisinal adalah nilai lebih yang perlu terus kita lestarikan. Pariwisata punya posisi strategis dalam peningkatan devisa negara. Posisi tersebut menjadi nomor empat setelah minyak, batu bara dan kelapa sawit. Pariwisata juga merupakan sektor jasa berbasis kreatif dan Semua orang menyadari akan potensi pariwisata Indonesia yang kaya dan beragam.

Desa wisata adalah komunitas atau masyarakat yang terdiri dari penduduk suatu wilayah terbatas yang bisa saling berinteraksi secara langsung di bawah sebuah pengelolaan dan memiliki kepedulian, serta kesadaran untuk berperan bersama sesuai keterampilan dan kemampuan masing-masing, memberdayakan potensi secara kondusif bagi tumbuh dan berkembangnya kepariwisataan di wilayahnya. Desa wisata menempatkan komunitas atau masyarakat sebagai subjek atau pelaku utama dalam pembangunan kepariwisataan, kemudian memanfaatkannya bagi kesejahteraan masyarakat.

Pariaman merupakan salah satu kota pantai tertua di pesisir barat Minangkabau. Secara administrasi Kota Pariaman terdiri atas 4 kecamatan, 16 kelurahan dan 55 desa, Sesuai dengan Peraturan Walikota Pariaman Nomor 32 Tahun 2019 Tentang Pedoman Penetapan Kawasan Desa Wisata,

Pariaman menetapkan sebanyak 21 desa sebagai kawasan desa wisata, salah satunya yaitu Desa Apar.

Desa Wisata Apar merupakan sebuah destinasi wisata yang berkonsep alam budaya dan kearifan lokal, yang terletak di Kec. Pariaman Utara, Kota Pariaman, Sumatera Barat. memiliki 4 wisata unggulan yaitu Pantai Apar, Hutan *Mangrove*, Penangkaran/Konservasi Penyu dan Atraksi Beruk dan wisatawan juga disuguhi dengan paket - paket wisata yang menarik seperti Tracking di hutan *mangrove*, mengolah buah *mangrove* yang di petik langsung, pelepasan tukik/penyu kelaut, dan juga salah satu wisata kearifan lokal yaitu melihat atraksi beruk memetik buah kelapa. Desa Wisata Apar juga di lengkapi oleh fasilitas pendukung seperti mushola, toilet, umkm, *outbond area*, *Wifi area*, *homestay*, suvenir lokal, dan masih banyak lainnya, yang merupakan fasilitas penunjang agar wisatawan bisa betah saat berkunjung ke desa wisata apar.

Berdasarkan hasil wawancara yang di lakukan kepada Bapak Fadel selaku Ketua umum POKDARWIS (Kelompok Sadar Wisata) Desa Wisata Apar, dapat di simpulkan bahwa Desa Wisata Apar terbentuk pada tahun 2019 yang memiliki 4 wisata unggulan yang berkonsep alam, budaya dan kearifan lokal yang bersifat edukatif bagi masyarakat agar lebih mengenal dan melestarikan alam budaya dan kearifan lokal. Tetapi dalam pembentukannya Desa Wisata Apar belum memiliki identitas visual yang dapat mewakili potensi wisatanya agar lebih di kenal masyarakat. Oleh karena itu, maka di butuhkan perancangan identitas visual yang kuat dan

unik yang dapat menonjolkan wisata yang ada pada Desa Wisata Apar dan dapat membangun citra yang kuat terhadap objek wisata.

Identitas visual Menurut Widyokusumo (2014) adalah Identitas visual merupakan wajah dari sebuah brand yang akan dikenali oleh audiens. Identitas visual memiliki makna yang membentuk identitas sebuah produk atau perusahaan sehingga lebih mudah diingat dan dikenali oleh masyarakat.

Sedangkan, menurut Adamsmorioka, identitas visual merupakan kombinasi dari logo, system visual (tipografi, warna, *imagery*) yang dibuat menjadi satu-kesatuan yang padu untuk menyampaikan pesan tertentu dari sebuah perusahaan, orang, benda, ataupun ide.

Maka dari latar belakang yang telah di jabarkan ini dapat disimpulkan bahwa Desa Wisata Apar yang terletak di kec. Pariaman Utara, Kota Pariaman. Yang di bentuk menjadi desa wisata pada tahun 2019, memiliki potensi wisata yang bagus dengan mengangkat nilai-nilai alam, budaya & kearifan lokal, yang dapat menjadi wisata bagi pelajar dan keluarga karena bersifat edukasi. maka dibutuhkanlah sebuah rancangan identitas visual sebagai media untuk memperkuat *brand image* untuk mengenalkan potensi wisatanya dan meningkatkan *brand awareness* terhadap pengunjung wisata sehingga dapat dikenali oleh masyarakat yang luas baik itu dalam daerah atau luar daerah sekalipun.

B. Identifikasi Masalah

Setelah melakukan observasi dan wawancara penulis dapat mengidentifikasi masalah yang terkait dengan judul yang penulis angkat yaitu :

2. Belum adanya Identitas Visual yang kuat dan konsisten yang dapat menonjolkan potensi wisata pada Desa Wisata Apar.
3. Promosi yang dilakukan masih belum menarik karena belum adanya menampilkan elemen grafis yang menjadi ciri khas Desa Wisata Apar.
4. Media promosi yang masih terbatas yang hanya berupa foto dan video.
5. Masih banyak wisatawan luar daerah yang belum mengetahui wisata yang ada pada Desa Wisata Apar

C. Batasan Masalah

Agar perancangan tidak melenceng dari tujuan utama masalah yang ingin di selesaikan, maka perancang akan memberikan Batasan masalah sebagai berikut :

1. Belum adanya Identitas Visual yang kuat dan konsisten yang dapat menonjolkan potensi wisata pada Desa Wisata Apar.
2. Promosi yang dilakukan masih belum menarik karena belum adanya menampilkan elemen grafis yang menjadi ciri khas Desa Wisata Apar.
3. Media promosi yang masih terbatas yang hanya berupa foto dan video.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan Batasan masalah tersebut, maka perancang dapat merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana merancang identitas visual Desa Wisata Apar yang kuat dan konsisten yang dapat menonjolkan potensi wisata yang ada ?

E. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan perancang dalam melakukan Perancangan Identitas Visual ini adalah :

1. Tujuan Umum

Menciptakan identitas visual yang unik, menarik, dan konsisten bagi Desa Wisata Apar yang berguna sebagai alat untuk mengkomunikasikan diri dan menjadi pembeda dengan desa wisata lain, dengan harapan dapat meningkatkan daya tarik *dan brand awareness* bagi masyarakat atau pengunjung wisata.

2. Tujuan Khusus

Menciptakan identitas visual berupa logo, *tagline*, tipografi, warna dan *layout khas/pattern* yang dapat diterapkan pada *graphic standard manual* agar dapat digunakan sebagai mana mestinya untuk media identifikasi dan media promosi.

F. Manfaat Penelitian

Manfaat perancangan berguna untuk merebranding atau membentuk ciri khas desa wisata apar melalui perancangan Identitas Visual yang Dimana akan membentuk ciri khas yang baru yang dapat menjadi daya Tarik wisatawan yang berkunjung sehingga dapat meningkatkan ekonomi Masyarakat.

1. Bagi Masyarakat
 - a. Dapat meningkatkan *brand awareness* bagi Masyarakat yang berkunjung
 - b. Meningkatkan kepercayaan terhadap Desa Wisata Apar.
 - c. Memudahkan masyarakat untuk mengenali tempat wisata melalui identitas visual.
2. Bagi Desa Wisata Apar
 - a. Dapat mewakili identitas visual Desa Wisata Apar dan menjadi landmark.
 - b. Memudahkan Desa Wisata Apar dalam melakukan *branding* dan promosi.
 - c. Dapat meningkatkan kepercayaan pengunjung terhadap Desa Wisata Apar.

3. Bagi Perancang/Penulis
 - a. Pengembangan kemampuan penulis yang diperoleh dan dipelajari selama masa kuliah.
 - b. Pengembangan ide dan gagasan serta peningkatan kreativitas dalam konteks desain komunikasi visual.
 - c. Perancangan media yang diyakini penulis dapat dikembangkan oleh penulis di masa depan.
4. Bagi Pengembangan Ilmu Pengetahuan
 - a. Agar dapat bermanfaat bagi civitas akademika Universitas Putra Indonesia “YPTK” Padang dan seluruh perguruan tinggi lainnya.
 - b. Hasil karya rancangan dapat menjadi dokumen akademik yang berguna untuk dijadikan acuan bagi civitas akademik.
 - c. Sebagai referensi untuk karya selanjutnya.