

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Pariwisata merupakan salah satu sektor penting yang menjadi pendukung perekonomian di Negara Indonesia. Dimana Indonesia merupakan negara kepulauan sehingga memiliki aneka ragam budaya dan keindahan alam yang dapat memikat mata. Hal ini menjadi daya tarik bagi setiap orang, baik itu dalam negeri maupun luar negeri. Menyadari keunggulan dari sektor ini pemerintahan dan masyarakat setempat mulai mengembangkan keunggulan dari tempat wisata tersebut. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), sektor pariwisata Indonesia menyumbang sekitar 4,1% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) pada tahun 2022, menunjukkan kontribusi signifikan terhadap perekonomian nasional.

Provinsi Sumatera Barat merupakan salah satu daerah di Indonesia yang memiliki potensi pariwisata yang sangat beragam dan khas. Kekayaan alam yang dimiliki mencakup berbagai bentang lanskap seperti pegunungan yang sejuk, ngarai yang eksotis, gugusan pulau dan pantai yang memukau, hingga kawasan danau dan perbukitan yang menawarkan pemandangan alam yang menenangkan. Selain pesona alamnya, Sumatera Barat juga dikenal dengan kekayaan budaya yang masih terjaga, mulai dari seni pertunjukan tradisional, upacara adat, hingga nilai-nilai kearifan lokal yang diwariskan secara turun-temurun. Keberagaman kuliner khas seperti rendang, sate padang, dan berbagai jenis makanan tradisional lainnya turut

menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan domestik maupun mancanegara. Kombinasi antara keindahan alam dan kekayaan budaya ini menjadikan Sumatera Barat sebagai salah satu destinasi wisata unggulan yang patut untuk dikembangkan secara berkelanjutan.

Disisi lain, terdapat sebuah destinasi wisata menarik pada salah satu bagian Sumatera Barat sebuah kota beras yang dikenal dengan nama Kota Solok. Kota Solok merupakan sebuah kota yang memiliki keunikan budaya dan keindahan alamnya. Dengan luas wilayah  $\pm 57,64 \text{ Km}^2$ , Kota Solok berada di atas hamparan bentang topografi yang bervariasi antara daratan dan tiga anak sungai yang melintasinya. Pada Kota Solok tersendiri terdapat lebih kurang 37 daya tarik wisata, baik itu wisata alam, wisata budaya atau sejarah, dan wisata buatan (RIPPAR, 2023). Namun, sangat disayangkan bahwa masih terdapat beberapa destinasi wisata di Kota Solok yang kurang tersorot dan belum mendapatkan perhatian yang memadai dari segi promosi. Keterbatasan informasi dan minimnya upaya publikasi menyebabkan keberadaan tempat-tempat tersebut kurang dikenal oleh masyarakat, baik di dalam maupun di luar daerah. Kondisi ini berdampak langsung pada sepiunya kunjungan wisatawan serta rendahnya tingkat kunjungan secara keseluruhan, sehingga potensi wisata yang ada belum mampu dimanfaatkan secara optimal.

No	Tahun	Wisatawan		Total Wisatawan
		Wisnus	Wisman	
1.	2020	401.217	-	401.217
2.	2021	431.301	-	431.301
3.	2022	428.716	32	428.748

4.	2023	399.950	73	400.023
5.	2024	237.194	115	237.309

Table 1. Jumlah Kunjungan Wisatawan Destinasi Kota Solok Tahun 2020 – 2024  
( Sumber : Rekapitulasi Dinas Pariwisata Kota Solok, 2025)

Berdasarkan Tabel 1 dapat dilihat dari tahun 2020 sampai tahun 2024 Kota Solok mengalami penurunan wisatawan. Dimana pada tahun 2021 mengalami peningkatan lalu menurun tipis pada 2022, diikuti penurunan pada 2023, dan penurunan signifikan pada 2024 dibandingkan tahun sebelumnya. Hal ini mencerminkan tantangan dalam mempertahankan jumlah pengunjung. Padahal Kota Solok sendiri memiliki setidaknya 37 destinasi wisata yang terdiri dari 8 jenis wisata alam, 18 jenis wisata budaya/sejarah, serta 11 jenis wisata buatan. Daya tarik wisata yang banyak berkembang di Kota Solok dan menjadi andalan utama penarik kunjungan wisatawan umumnya berupa daya tarik wisata yang bersifat masal seperti Laing Park, Solok Waterpark, Dan Pulau Belibis.

Disamping itu, Pulau Belibis merupakan sebuah tempat wisata yang memiliki potensi menjanjikan. Wisata satu ini awalnya merupakan sebuah rawa tempat Burung Belebis tinggal. Melihat sebuah peluang pemerintahan dan masyarakat sekitar menjadikan rawa tersebut sebagai destinasi wisata sekaligus tempat penangkaran Burung Belibis. Destinasi wisata ini memiliki wilayah yang cukup luas yaitu kisaran 17.310 Meter Pulau Belibis, 22.890 Meter Taman Pramuka dan 2.906 Meter daerah parkir. Sehingga dapat disimpulkan luas Pulau Belibis ± 43.106 Meter diluar hitungan luas telaganya. Disana juga terdapat aneka permainan dan fasilitas mendukung. Tak

ketinggalan pemandangan yang asri dapat memanjakan mata dan menghilangkan lelah bersama keluarga, teman ataupun pasangan.

No	Tahun	Jumlah Kunjungan
1.	2020	3.824
2.	2021	3.046
3.	2022	2.359
4.	2023	1.957
5.	2024	1.491

Table 2. Tabel Kunjungan Wisatawan Pulau Belibis Kota Solok Tahun 2020 – 2024  
( Sumber : Rekapitulasi Dinas Pariwisata Kota Solok, 2025)

Namun, sangat disayangkan destinasi wisata satu ini mulai kehilangan pamornya. Hal ini dapat dilihat pada Tabel 2 yang menunjukkan jumlah kunjungan wisatawan Pulau Belibis Kota Solok mengalami penurunan selama priode 2020 hingga 2024. Penurunan paling tinggi terjadi pada tahun 2022 dan paling rendah tercatat pada tahun 2023. Tren ini menunjukkan perlunya strategi pengembangan dan promosi yang lebih optimal untuk menarik minat wisatwan.

Selain itu hal tersebut juga dipengaruhi oleh Masyarakat dan kaum muda mulai tidak tertarik untuk bermain di destinasi kota sendiri, umumnya mereka akan memilih liburan atau bermain ke luar kota. Dikarenakan rendahnya promosi dan media pendukung dalam memperkenalkan keunikan dan keunggulan dari wisata Pulau Belibis itu sendiri. Beberapa destinasi yang hadir melibatkan persaingan antar wisata yang patut di perhatikan. Apalagi pada zaman sekarang suatu destinasi akan dikunjungi oleh orang-orang apabila memiliki keunikan atau daya tarik tersendiri. sehingga destinasi wisata Pulau Belibis Kota Solok memerlukan strategi yang

mampuni untuk kembali memperkenalkan kehadirannya kepada khalayak banyak.

Berdasarkan uraian tersebut, maka dirancang beberapa strategi untuk meningkatkan promosi dari destinasi wisata Pulau Belibis. Salah satunya dengan perancangan maskot yang di harapkan dapat menjadi daya tarik dari destinasi wisata Pulau Belibis. Dimana maskot memiliki peran dalam membangkitkan citra dari wisata tersebut dan menarik perhatian pengunjung secara langsung. Maskot tersendiri merupakan element pelengkap dalam mempromosikan suatu produk, perusahaan atau lembaga (Kusuma & Marianto, 2020). Maskot yang dirancang dengan baik akan memengaruhi emosi dan juga menarik orang untuk memilikinya sebagai souvenir dan kenangan ketika berkunjung ke suatu tempat (Marta & Fauzy, 2024). Tak kalah pentingnya maskot juga merupakan suatu objek yang menjadi daya tarik bagi pengunjung untuk mengabadikan moment dalam bentuk foto sebagai sebuah kenang kenangan setelah mengunjungi suatu tempat.

Dalam konteks persaingan destinasi wisata yang semakin ketat, Pulau Belibis membutuhkan suatu ikon yang mampu membedakan dan memperkuat citra visualnya di mata wisatawan. Kehadiran maskot sebagai media promosi tidak hanya berfungsi sebagai simbol identitas, tetapi juga sebagai sarana komunikasi visual yang lebih mudah diingat dan dekat dengan berbagai kalangan, khususnya anak-anak dan generasi muda. Maskot dapat menumbuhkan keterikatan emosional, menciptakan pengalaman interaktif, serta mendorong wisatawan untuk mengabadikan

momen melalui foto maupun media sosial. Dengan demikian, maskot tidak hanya menjadi daya tarik visual, tetapi juga berperan strategis dalam meningkatkan eksposur, memperluas jangkauan promosi, serta memperkuat posisi Pulau Belibis sebagai destinasi wisata unggulan Kota Solok.

Maskot juga memiliki peran penting dalam mencerminkan keunikan lokal suatu destinasi wisata. Melalui bentuk, warna, kostum, maupun atribut yang digunakan, maskot dapat merepresentasikan identitas khas Pulau Belibis, baik dari sisi sejarah, budaya, maupun keindahan alamnya. Misalnya, karakter maskot yang diambil dari Burung Belibis sebagai ikon utama akan menegaskan kekhasan destinasi ini dibandingkan tempat wisata lain. Dengan demikian, maskot bukan hanya berfungsi sebagai media promosi yang menarik secara visual, tetapi juga menjadi representasi nilai-nilai lokal yang melekat pada Pulau Belibis. Keberadaan maskot mampu membangun citra yang kuat, mudah dikenali, dan melekat di ingatan wisatawan sehingga keunikan destinasi ini dapat tersampaikan dengan cara yang lebih komunikatif dan menyenangkan.

Oleh karena itu, penulis merancang sebuah media visual branding yang bertujuan sebagai media promosi dari destinasi wisata Pulau Belibis dalam bentuk maskot. Yang di harapkan dapat menjadi media informasi dan daya tarik tersendiri dari destinasi tersebut. Maskot juga di harapkan dapat mencerminkan ciri khas dan menambah pengalaman pengunjung ketika berlibur ke destinasi wisata Pulau Belibis itu sendiri. Sehingga destinasi wisata Pulau Belibis kembali ramai di kunjungi oleh khalayak banyak dan kembali hidup.

## B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang, dapat diidentifikasi beberapa masalah sebagai berikut:

1. Terjadinya penurunan jumlah kunjungan wisatawan pada destinasi wisata Pulau Belibis Kota Solok.
2. Belum adanya pengembangan media turunan dari logo wisata Pulau Belibis Kota Solok yang dapat memperkuat identitas visual.
3. Kurangnya strategi promosi yang efektif serta belum tersedia media yang representatif untuk mewakili, menggambarkan, dan mencerminkan keunikan Pulau Belibis.
4. Belum dimanfaatkan secara optimal maskot sebagai media promosi *modern* yang mampu membangun citra, memperkuat daya tarik, dan meningkatkan interaksi emosional dengan wisatawan.

## C. Batasan Masalah

Penerapan pada identifikasi masalah di atas maka penulis membatasi Batasan masalah dalam perancangan penulisan ini sebagai berikut :

1. Pada upaya perancangan maskot sebagai media visual untuk membantu menarik kembali minat wisatawan, tanpa membahas faktor eksternal lain seperti infrastruktur atau kebijakan
2. Perancangan media turunan dari logo melalui maskot sebagai penguat identitas visual wisata Pulau Belibis, tanpa membahas aspek desain grafis lain di luar kebutuhan promosi wisata.
3. Pada perancangan media promosi representatif melalui maskot yang mampu mewakili, menggambarkan, dan mencerminkan keunikan

Pulau Belibis, tanpa membahas seluruh strategi promosi secara menyeluruh.

4. Pemanfaatan maskot sebagai media promosi *modern* yang dirancang untuk membangun citra, memperkuat daya tarik, serta meningkatkan interaksi emosional dengan wisatawan, tanpa membahas media promosi lain secara detail.

#### **D. Rumusan Masalah**

Dari batasan masalah tersebut, dapat disimpulkan Bagaimana merancang desain maskot yang mampu mencerminkan identitas, karakteristik, dan keunikan destinasi wisata Pulau Belibis. Selain itu, bagaimana elemen visual maskot dapat dirancang agar menarik dan sesuai dengan preferensi target *audiens*.

#### **E. Tujuan Perancangan**

1. Menciptakan identitas visual yang kuat sebagai dari strategi branding untuk mempromosikan wisata Pulau Belibis.
2. Membangun persepsi positif tentang karakteristik dan keunikan Pulau Belibis di benak wisatawan.
3. Sebagai mediator yang efektif dalam menyampaikan nilai-nilai dan daya tarik wisata kepada target *audiens*.
4. Menjadi pendorong *repeat order* yaitu meningkatkan minat wisatawan untuk kembali berkunjung melalui pengalaman yang berkesan dan promosi yang kreatif.



## F. Manfaat Penelitian

Manfaat perancangan dari pembuatan visual branding dari destinasi wisata Pulau Belibis dalam bentuk media maskot yaitu sebagai berikut :

### 1. Bagi Penulis

- a. Mengembangkan kemampuan penulis yang telah diperoleh selama masa kuliah.
- b. Meningkatkan kreativitas dan inovasi dalam perancangan karya.
- c. Memperluas wawasan dalam merancang media promosi yang kreatif, informatif, dan komunikatif

### 2. Bagi Masyarakat

- a. Memperkenalkan Kembali destinasi wisata Pulau Belibis sebagai tempat yang menarik untuk di kunjungi.
- b. Membuka peluang pendapatan bagi masyarakat sekitar melalui peningkatan kunjungan wisatawan.

### 3. Bagi Target *Audiens*

- a. Memberikan pengalaman berwisata yang lebih interaktif melalui maskot yang dapat berinteraksi langsung dan meninggalkan kesan positif.
- b. Berfungsi sebagai media informasi, seperti petunjuk arah yang memberikan kesan ramah dan membantu wisatawan.

### 4. Bagi Perguruan Tinggi

- a. Memberikan kontribusi positif bagi Universitas Putra Indonesia "YPTK" Padang.

- b. Menjadi referensi untuk percangan karya serupa di masa mendatang