

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Sumatera Barat merupakan provinsi yang kaya akan beragam objek wisatanya. Salah satu objek wisata yang menarik dan memiliki potensi adalah Pantai Tiram Tapakih yang berada di Nagari Tapakih, Kabupaten Padang Pariaman. Pantai Tiram Tapakih memiliki potensi Ekowisata Bahari yang menawarkan daya tarik berupa hutan *mangrove*, pantainya yang luas dan indah, serta wisata kuliner yang terkenal.

Pemerintah telah memasukkan pengembangan Pantai Tiram Tapakih dalam RPJMD 2021-2026 sebagai Objek Wisata Alam. Pengelolaan pantai ini melibatkan pemerintah sebagai fasilitator, legalisator, dan promotor. Sementara pelaksanaan teknisnya dilakukan oleh masyarakat setempat melalui pembentukan Pokdarwis. (Ikbal & Frinaldi, 2024).

Pariwisata di Padang Pariaman, khususnya Pantai Tiram di Kecamatan Ulakan Tapakis terkenal dengan wisata baharinya dan wisata kulinernya yang menjadi ciri khas dibandingkan pantai lainnya, yaitu mulai dari Gulai Kapalo ikan Kakap, Es buah nipah dan makanan tradisional yaitu Lompong Sagu dan Sala Lauak serta keindahan alam berupa bentangan alam lautan yang indah, bersih dan rimbunnya pohon pinus yang indah di sekitar bibir pantainya.

Wisata Pantai Tiram memiliki cukup banyak pengunjung yang berdatangan pada hari *weekend*, pada saat liburan lebaran, liburan sekolah, liburan akhir tahun maupun pada hari biasa. Banyak wisatawan yang datang biasanya dari masyarakat yang tinggal di daerah dataran tinggi untuk mengunjungi Pantai Tiram dan juga wisatawan dari kota untuk menikmati wisata Pantai Tiram. Pantai Tiram Menjadi sebuah tempat Pertumbuhan Ekonomi yang pesat khususnya di kecamatan Ulakan Tapakis, dikarenakan banyaknya masyarakat di sekitar wisata yang berdagang salah satunya rumah makan kuliner Gulai Kepala Kakap yang dijual oleh masyarakat sejak dahulunya sebagai mata pencarian warga Ulakan Tapakis khususnya di Nagari Tapakis. Juga terdapat akses jalan raya penghubung kota Padang dan Pariaman yang membuat banyaknya pertumbuhan ekonomi di sekitaran Wilayah Korong Tiram akan tetapi pengunjung dari tahun ke tahun mengalami penurunan yang sangat signifikan.

Wisata Pantai Tiram sebagai salah satu destinasi Wisata Bahari di wilayah Sumatera Barat memiliki potensi besar dari segi alam, budaya, dan ekonomi. Namun, hingga saat ini kawasan wisata tersebut belum memiliki *Visual Identity* yang kuat dan terpadu. Tidak adanya elemen visual seperti logo, warna khas, tipografi, *sign system* dan media promosi menyebabkan kurangnya daya tarik visual, kekonsistenan komunikasi, serta minimnya kesadaran merek (*Brand Awareness*) di kalangan wisatawan lokal maupun mancanegara.

Ketiadaan logo atau identitas visual resmi menyebabkan kawasan Pantai Tiram sulit dikenali sebagai destinasi yang unik dan membedakan

diri dari destinasi lain di wilayah sekitarnya. Selain itu, tidak tersedia media informasi dan promosi yang representatif, seperti *signage*, *Map sign*, papan informasi, spanduk, dan media yang dapat mendukung pengalaman pengunjung serta mempermudah akses terhadap informasi wisata.

Dampak dari kurangnya sistem *Visual Identity* dan komunikasi visual ini antara lain:

1. Minimnya daya tarik visual pada kawasan wisata.
2. Kurangnya konsistensi dalam penyampaian informasi wisata.
3. Sulitnya membangun identitas khas yang melekat di benak wisatawan.
4. Hambatan dalam promosi digital maupun fisik.
5. Potensi wisata yang tidak tergarap optimal, karena pengunjung tidak mendapatkan kesan profesional atau berkesan saat berkunjung.

Oleh karena itu, dibutuhkan suatu perancangan sistem *Visual Identity* yang mencakup logo sebagai media utama dan *Sign System*, serta media promosi sebagai media pendukung untuk memperkuat posisi Pantai Tiram sebagai destinasi wisata unggulan.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, perancang akan melakukan perancangan yang mencakup identitas visual (logo), *Sign System*, serta media promosi bagi destinasi wisata . Dengan membangun Identitas Visual Wisata, media informasi dan media Promosi yang efektif di Wisata Pantai Tiram yang dirancang dengan *Creatife*, *Efisien*, *Fungsional*, *Structured* dan tepat sasaran. Sehingga memberi informasi dan petunjuk yang jelas dan tertanam dalam benak wisatawan yang datang, serta menambah nilai tambah untuk kawasan wisata jadi lebih menarik dan

memiliki potensi wisatawan yang tinggi.

Maka dari itu perancangan akan melakukan Perancangan *Visual Identity* Wisata Pantai Tiram dengan merancang logo supaya dapat membantu destinasi wisata membedakan diri dari pesaing, menarik minat wisatawan dan menambahkan identitas wisata. Maka dari itulah perancang ingin merancang beberapa media seperti logo sebagai media utama, *Sign System*, Media Informasi dan media cetak lainnya sebagai media pendukung. Dengan harapan bahwa dengan bantuan media-media tersebut dapat memperkuat citra merek, diingat dan meningkatkan Wisata Pantai Tiram dikalangan wisatawan dan masyarakat. Dengan demikian perancang akan merancang *Visual Identity* Wisata Pantai Tiram yang berjudul “Perancangan *Visual Identity* Wisata Pantai Tiram”

## **B. Identifikasi Masalah**

Dari latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka didapatkan beberapa permasalahan sebagai berikut:

1. Kurangnya Identitas Visual yang Konsisten di Pantai Tiram, belum memiliki identitas visual yang kuat dan konsisten, seperti logo, warna khas, tipografi, dan elemen grafis yang dapat mencerminkan karakter dan keunikan destinasi wisata tersebut.
2. Minimnya Daya Tarik Visual dalam Media Promosi seperti spanduk, brosur, poster dan tidak mencerminkan suasana pantai yang asri, alami, dan potensial sebagai destinasi wisata keluarga.
3. Kurangnya Citra atau Persepsi Positif di Masyarakat, Tidak adanya branding yang terarah membuat masyarakat umum dan wisatawan belum

memiliki persepsi tertentu ketika mendengar nama "Pantai Tiram".

4. Tidak Adanya *Tagline* atau Pesan Utama yang Mewakili Pantai Tiram, Pantai Tiram belum memiliki slogan atau *tagline* khusus yang mampu menjadi representasi pesan utama dan nilai jual pantai tersebut secara emosional dan fungsional.
5. Belum Adanya Panduan *Brand* (*Brand Guideline*) Tidak tersedia panduan penggunaan elemen-elemen branding seperti logo, warna, *layout*, dan tone komunikasi, sehingga desain komunikasi seringkali tidak seragam dan profesional.

### C. Batasan Masalah

Dari penjabaran identifikasi masalah diatas maka penulis menfokuskan batasan masalah yang akan diteliti yaitu dengan:

1. Perancangan difokuskan pada pengembangan identitas visual (*branding*) untuk kawasan wisata Pantai Tiram yang meliputi logo, warna, tipografi, *tagline* dan elemen grafis pendukung.
2. Cakupan media yang dirancang dibatasi pada media promosi dan informasi, yaitu:
  - a. Logo dan aplikasi turunannya (*souvenir, merchandise, banner, dll*).
  - b. Sistem *Sign System* seperti *signage* (penunjuk arah, informasi, & papan nama kawasan) dan *road map* ( *map sign* ).
  - c. Media promosi seperti spanduk, *banner* dan poster.
3. Target audiens utama yang menjadi fokus adalah wisatawan domestik, terutama keluarga dan anak muda yang menjadi pengunjung potensial kawasan Wisata Pantai Tiram.

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

Berdasarkan uraian diatas yang sudah disebutkan diatas, maka yang dapat dirumuskan masalah dari penelitian ini antara lain:

Bagaimana merancang identitas visual (*Brand Identity*) yang mampu merepresentasikan karakter dan potensi Wisata Pantai Tiram secara unik, menarik, dan mudah dikenali oleh masyarakat luas, Serta bagaimana menciptakan sistem informasi visual seperti *Sign System* dan media penunjuk arah yang fungsional dan estetis, sehingga dapat meningkatkan pengalaman pengunjung selama berada di kawasan wisata ?

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

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah:

##### **1. Tujuan Umum**

- a. Mengenalkan Desa Wisata Pantai Tiram kepada pengunjung lainnya.
- b. Meningkatkan popularitas Desa Wisata Pantai Tiram dari segi identitas dan menarik lebih banyak wisatawan.
- c. Mengembangkan strategi merek dan promosi agar Desa Wisata Pantai Tiram dapat berkembang dan maju.

##### **2. Tujuan Khusus**

- a. Meningkatkan partisipasi masyarakat dalam pengelolaan dan promosi Wisata Pantai Tiram.

- b. Mengatasi masalah yang dihadapi oleh masyarakat dan pengelola saat membangun identitas atau merek destinasi wisata.
- c. Menemukan potensi dan kelebihan lokal Nagari Ulakan Tapakis, dari segi budaya, alam, dan sejarah, yang bisa menjadi daya tarik utama untuk *Visual Identity* desa wisata.

## **F. Manfaat Perancangan**

Berdasarkan studi tentang masalah yang muncul dalam pengembangan *Visual Identity* untuk Wisata Pantai Tiram yang telah disebutkan sebelumnya, diharapkan dapat memberikan manfaat serta kelebihan bagi.

### **1. Bagi Penulis**

Menambah wawasan dan pemahaman penulis dalam merancang *Visual Identity* destinasi wisata, sekaligus menjadi pengalaman praktis dalam menerapkan ilmu desain komunikasi visual. Proses perancangan ini juga meningkatkan kemampuan analisa, kreativitas, dan pemecahan masalah dalam konteks nyata, serta memperkaya portofolio penulis sebagai calon desainer profesional.

### **2. Masyarakat**

Memberikan bentuk baru dari perancangan *Visual Identity* untuk Wisata Pantai Tiram yang unik dan menarik, sehingga diharapkan dapat membangkitkan rasa bangga dan kepedulian masyarakat terhadap objek wisata lokal. Melalui identitas yang lebih profesional, masyarakat juga

memperoleh peluang ekonomi baru, baik melalui peningkatan sektor pariwisata, UMKM, maupun lapangan kerja kreatif.

### 3. Bagi Akedemisi

Secara Akademis, desain ini membantu dalam memahami berbagai teori mengenai Desain Komunikasi Visual (DKV) yang digunakan dalam konsep perancangan. Dengan demikian, hasil dari desain ini dapat berfungsi sebagai bukti dari berbagai teori tersebut yang berguna untuk pengembangan ilmu, terutama dalam teori dan konsep (DKV).

### 4. Bagi Mahasiswa

Menamabahkan wawasan akademik dan referensi praktis, karena proses perancangan dapat menjadi bahan kajian, dokumentasi ilmu, dan portofolio yang meningkatkan kredibilitas mahasiswa sebagai calon profesional di bidang desain komunikasi visual dan pariwisata.

### 5. Bagi Perguruan Tinggi

Sebagai acuan bagi mahasiswa tingkat akhir nantinya untuk melanjutkan perencanaan penelitian yang sama di kampus Universitas Putra Indonesia “YPTK” Padang.



