

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. LATAR BELAKANG**

Indonesia adalah salah satu negara yang memiliki banyak budaya dan tradisi yang beragam, juga kaya akan wisata yang ditawarkan, keanekaragaman flora dan fauna, karya cipta manusia yang memiliki nilai jual untuk dikembangkan menjadi sebuah usaha di bidang kepariwisataan. Indonesia sebagai negara maritime memiliki potensi yang sangat melimpah. Kondisi tanah yang subur menjadikan Indonesia sebagai pusat perhatian sekelompok manusia untuk menetap dan mengembangkan usaha masing-masing.

Indonesia merupakan negara kepulauan yang memiliki 38 provinsi salah satunya Sumatra Barat. Sumatra Barat adalah salah satu wilayah republik Indonesia yang terletak di pulau Sumatra yang terdiri dari 19 kabupaten dan 7 daerah kota. Sumatra Barat salah satu Provinsi yang memiliki potensi wisata yang sangat banyak

Sumatra Barat memiliki wilayah yang memiliki potensi di bidang wisata dan edukasi salah satunya kabupaten Solok. Kabupaten Solok adalah kabupaten yang terkenal akan wisata yang sangat indah dan beragam. Kabupaten Solok memiliki luas 3.378 km. Tipografinya terdiri dari daratan, gunung, dan perbukitan yang merupakan perpanjangan gugusan bukit barisan

Wisata sirukam dairy farm terletak di Kabupaten Solok tepatnya di nagari sirukam Kecamatan Payung Sekaki Kabupaten solok. Tempat ini sedang di gemari para wisatawan. Destinasi wisata berbasis edukasi, untuk mengunjungi sirukam dairy bisa di akses melalui jalan raya solok-alahan Panjang lebih kurang 25km. Sirukan dairy mencoba menampilkan sapi perah, perkebunan, penangkaran ayam kukuak balenggek yang merupakan ikon kabupaten solok, perternakan lebah, serta memfasilitasi café, musholla, spot foto dan parkir yang luas.

Sirukan dairy farm merupakan salah satu destinasi wisata yang dapat dijadikan tempat kunjungan bagi pelajar dan mahasiswa. Jadi potensi kunjungan juga tidak hanya dari wisatawan tetapi dari pelajar dan mahasiswa. Selain itu di sekitar Kawasan di tanami tumbuhan yang membuat berbeda dari tempat wisata lainnya, di Kawasan yang sering dilalui oleh pengunjung banyak di tanami tanaman rosemary bunga yang berwarna ungu dan beberapa tanaman unik lainnya.

Secara umum destinasi unggulannya yaitu sapi perah selain itu pengunjung juga bisa melihat hewan-hewan lain yang di kelompokan dikandang masing-masing seperti ayam, kelinci, kambing, dan domba. Sirukam dairy sendiri juga memproduksi susu sapi nya sendiri dan diolah menjadi berbagai jenis produk yang di hasilkan dari sapi perah tersebut seperti susu, keju, dan yogurt.

Dengan perkembangan tempat wisata saat ini, masyarakat semakin beragam dan selektif dalam pemilihan tempat wisata. Dibutuhkan sebuah

identitas yang bisa mempengaruhi perasaan konsumen agar tertarik untuk mengunjungi tempat wisata dan edukasi sirukam dairy tersebut. Media promosi yang paling sesuai untuk mempengaruhi kejiwaan perasaan konsumen adalah maskot atau karakter. . Menurut Ardhi (2013:70) maskot adalah media promosi yang berwujud karakter yang mewakili tempat wisata, perusahaan tersebut. Karakter tokoh ini biasanya memiliki sifat dan tampilan yang merepresentasikan tempat wisata tersebut. Warna-warna yang dipakai pun tidak terlalu jauh berbeda dari logo wisata yang diwakilinya. Biasanya bisa berbentuk fisik dengan ukuran yang besar seukuran manusia, bisa berwujud patung yang tidak bergerak maupun orang yang memakai kostum maskot tersebut. Maskot ini dibuat untuk menghadirkan identitas wisata melalui sebuah karakter tokoh.

Berdasarkan permasalahan yang diuraikan membuat sebuah perancangan Desain maskot sebagai identitas wisata sirukam dairy sehingga pesan yang disampaikan menjadi efektif dan efisien. Menggunakan maskot sebagai media promosi utama,dengan demikian perlu dirancang sebuah media yang dapat meningkatkan wisatawan,tema yang di pilih adalah perancangan media promosi Wisata dan edukasi sirukam dairy dalam bentuk maskot.

## **B. IDENTIFIKASI MASALAH**

Dari berbagai hal yang di utarakan maka identifikasi masalah yang terjadi adalah :

1. Belum ada media promosi berbentuk maskot yang efektif dalam promosi wisata sirukam dairy
2. Minimnya pengetahuan membuat media promosi wisata sirukam dairy dalam bentuk maskot.
3. Belum adanya identitas wisata Sirukam Dairy Farm yang mewakili dalam bentuk maskot

### **C. BATASAN MASALAH**

1. Belum adanya media promosi berbentuk maskot yang efektif dalam promosi wisata sirukam dairy
2. Minimnya pengetahuan membuat media promosi wisata sirukam dairy dalam bentuk maskot.

### **D. RUMUSAN MASALAH**

Berdasarkan latar belakang di atas maka rumusan masalah yang akan disampaikan adalah :

1. Bagaimana mempromosikan wisata sirukam dairy sebagai objek wisata dalam bentuk maskot.
2. Bagaimana memilih media yang efektif dan efisien untuk mempromosikan wisata sirukam dairy dalam bentuk media maskot.

## **E. TUJUAN PERANCANGAN**

### **1. Tujuan Umum**

- a. Sebagai sarana peningkatan dan pengembangan wisata dan edukasi kabupaten solok
- b. Memberikan informasi tentang perternakan dan pertanian

### **2. Tujuan Khusus**

- a. Menjadikan wisata sirukam dairy sebagai wisata yang diminati wisatawan local maupun luar daerah.
- b. Dengan adanya media promosi yang baik, tempat wisata sirukam dairy akan lebih dikenal dan dapat meningkatkan wisatawan.

## **F. MANFAAT PERANCANGAN**

### **1. Bagi Masyarakat**

- a. Memperkenalkan wisata Sirukam dairy secara luas sebagai wisata edukasi yang berada di kabupaten solok Pofinsi Sumatra Barat.
- b. Menambah pengetahuan wisata dan edukasi secara luas

### **2. Bagi Penulis**

- a. Sebagai syarat kelulusan bagi penulis untuk mencapai sederajat sarjana (S1)
- b. Penulis dapat berpikir secara sistematis dalam rangka pengaplikasian disiplin Ilmu yang telah di peroleh di bangku kuliah untuk kemudian dipakai dalam rancangan pekerjaan setelah kelulusan.