

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Banyak negara di dunia saat ini menjadikan pariwisata sebagai salah satu sektor penting bagi pendapatan dan pemasukan pemerintah maupun kawasan regional di suatu wilayah. Sektor pariwisata dapat memberikan keuntungan ekonomi, pengembangan wilayah regional, penciptaan tenaga kerja serta peningkatan pendapatannya.

Dalam buku “Pariwisata Syariah Prospek dan Perkembangan”, Priyadi mengungkapkan, Indonesia merupakan salah satu negara yang menganggap sektor pariwisata sebagai sebuah aktivitas penting/ sektor penting (2016:6). Saat ini banyak wilayah Indonesia yang dipakai dan dijadikan pariwisata yang memanfaatkan sumber daya alam, budaya, keunikan, ataupun sumber daya manusianya. Dengan pemanfaatan hal tersebut banyak yang dapat mendapatkan keuntungan, baik dari pemerintah, swasta dan masyarakat sekitar daerah yang digunakan sebuah pariwisata tersebut.

Surabaya merupakan salah satu kota yang memiliki banyak destinasi wisata yang dapat dikunjungi masyarakat, salah satunya seperti destinasi wisata alam, budaya, sejarah, religi sampai wisata buatan seperti taman hiburan, Pantai ria Kenjeran, Hutan Mangrove, Cak Durasim, Museum 10 November, Makam Sunan Ampel, dan Kenjeran Park. destinasi wisata adalah tempat tujuan untuk bepergian bersama-sama (untuk memperluas pengetahuan, bersenang-senang, dan sebagainya). Dengan kata lain destinasi wisata adalah tempat tujuan untuk bertamasya.



Gambar 1.1 Logo Atlantis Land
(Sumber: <https://atlantisland.id>)

Kenjeran Park (Kenpark) merupakan wilayah taman hiburan yang berada di Kecamatan Bulak, Surabaya Utara. Dalam Kenpark sendiri memiliki suatu area khusus yang dibuat dengan sebuah konsep *theme park* yakni Atlantis Land. “*Theme Park* Adalah sebuah atraksi yang dibuat secara permanen dengan sumber daya yang dapat dikendalikan dan dikelola untuk sebuah kenikmatan, hiburan, dan pendidikan dari kunjungan masyarakat” (Fernandha, 2017:12). Atlantis Land merupakan salah satu *theme park* yang dibuat dengan sengaja oleh pebisnis untuk memenuhi hasrat para wisatawan akan keinginannya untuk berwisata. Hasan menjelaskan bahwa pariwisata merupakan suatu bisnis yang terbentuk oleh manusia, budaya dan keramahan, serta memerlukan Sumber Daya Manusia dengan posisi, keahlian, dan pekerjaan yang tepat (2015:4). Atlantis Land sendiri memiliki keunikan dan ciri khas pada konsep dan cerita apa yang ada di dalamnya juga menjadi salah satu *theme park* yang ada di Surabaya setelah Surabaya Carnival Night Market dan Ciputra Waterpark. pernyataan tersebut di dukung dengan pernyataan Hasan (2015:367) yang mengungkapkan bahwa 35,4% wisatawan akan melakukan atau mengonsumsi sebuah produk yang memiliki suatu ciri khas dan memiliki keunikan.



Gambar 1.2 Atlantis Land
(Sumber: <https://atlantisland.id>)

Atlantis Land sendiri berperan penting dalam pengembangan, mata pencaharian dan pemberdayaan sumber daya manusia di Kecamatan Bulak. Dalam wawancara dengan Alwi Muhibbuddin sebagai *Visual Communication* Atlantis Land mengatakan bahwa, hampir 50% pegawai Atlantis Land merupakan dari warga

sekitar wilayah Atlantis Land, disisi lain banyak masyarakat sekitar yang menggantungkan pendapatannya dari menjadi pegawai, petugas kebersihan, operator sistem, petugas keamanan sampai pedagang kaki lima yang menawarkan makanan dan cendera mata.

Atlantis Land memiliki banyak wahana dan taman hiburan di dalamnya, Atlantis Land sendiri mencangkup beberapa jenis kategori *theme park* seperti yang dijelaskan Lukas (Hermawan, 2018:46-47) mengenai jenis *theme park* yaitu seperti, *Extreme park, Futurism, Internatioal, Fantasy, dan Waterpark*. Dibuktikan dengan wahana ekstrem seperti *Rollercoaster, Viking*. Wahana teknologi seperti *Video Mapping* pada Atlantis Hall. Wahana *International* seperti Patung lilin yang berisi tokoh-tokoh internasional dan Wahana *Waterpark* seperti *Water land, Tornado Slide dan Boomerang Slide*. Selain itu, terdapat wahana yang menjadi kunci penghubung dari konsep Atlantis Land, yakni Diorama Kisah Atlantis. Hal tersebut menjadikan keunikan tersendiri dan menjadi pembeda dengan *theme park* lainnya yang ada di Surabaya.



Gambar 1.3 Diorama Atlantis Land
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Di sisi lain, terdapat fenomena pada diorama tersebut yaitu sebesar 64% pengunjung tidak memahami apa maksud dari diorama tersebut dan 72% pengunjung belum mengetahui jika terdapat konsep keterkaitan antara kisah dan wahana Atlantis Land, padahal Atlantis Land memiliki tujuan agar pengunjung dapat memahami lebih dalam kisah apa yang disampaikan oleh diorama tersebut. Atlantis Land memiliki konsep sebelum pengunjung menjelajahi dan menikmati semua wahana di Atlantis Land, pengunjung diharapkan mengunjungi diorama

terlebih dahulu untuk mengetahui kisah Atlantis Land, karena hal tersebut memiliki keterkaitan antara wahana dengan kisah Atlantis Land. Dengan ini dapat meningkatkan rasa kepuasan pada pengunjung.

Atlantis Land melakukan pengembangan sarana dan prasarana ataupun infrastruktur mengikuti perkembangan teknologi dan media dari masa ke masa, guna memberikan kenyamanan ataupun memberikan dampak positif bagi pengunjung. Fernanda mengungkapkan:

Pengembangan produk *Theme park* oleh suatu taman rekreasi akan menciptakan kepuasan. Apabila wisatawan merasa puas, wisatawan akan melakukan kunjungan ulang dan merekomendasikan kepada orang lain untuk berkunjung ke tempat yang sama Wahana dan hiburan merupakan produk utama dari sebuah *Theme Park* yang harus selalu dikembangkan baik melalui penyempurnaan produk atau pembuatan produk baru agar wisatawan tidak mengalami kebosanan dan kejenuhan serta mewujudkan persepsi harga yang baik (2017:11).

Dari kutipan tersebut dapat dikatakan bahwa pengembangan *theme park* akan selalu terjadi, dapat dilalui dengan penyempurnaan yang berasal dari kritik dan saran pengunjung ataupun pembuatan suatu produk untuk mencapai tujuan tertentu, sehingga pengunjung sendiri akan merasakan dan menunjukkan persepsi positif yang berupa rasa puas dengan apa yang dia konsumsi. Menurut Tjiptono “kepuasan dapat memberikan manfaat antara lain hubungan antara tempat wisata dan wisatawan menjadi lebih harmonis, memberikan dasar untuk melakukan kunjungan ulang, terciptanya loyalitas wisatawan, membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (*word-of-mouth*), reputasi tempat wisata menjadi baik di mata wisatawan, dan laba yang diperoleh dapat meningkat” (Fernandha, 2017:11). Hal tersebut juga salah satu tujuan semua *theme park* salah satunya adalah Atlantis Land. Mencari sebuah keuntungan tentunya sesuatu yang wajar bagi sebuah usaha, tetapi kepuasan pengunjung merupakan sesuatu yang paling utama.

Dengan fenomena yang ada, penambahan dan pengembangan produk pada Diorama Atlantis Land sangat diperlukan, sehingga pengunjung yang menikmati diorama tersebut dapat memahami apa maksud dari diorama melalui video animasi

dapat memvisualkan dan mengkomunikasikan kisah Atlantis Land yang merupakan sebuah kisah fiksi pada Diorama. Hal ini didukung oleh pernyataan Gruenwald pada jurnal Fernanda (2017:12) yang mengungkapkan bahwa cara untuk mencapai kepuasan konsumen adalah dengan mengembangkan produk pada *theme park*. Dan juga di dukung penjelasan dari Hasan yang mendefinisikan bahwa produk adalah segala sesuatu yang berupa benda fisik ataupun non fisik yang ditawarkan kepada konsumen untuk digunakan, diakuisisi, dan dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan ataupun kebutuhan pelanggan (2015:122). Dari kutipan di atas, pengembangan produk wisata *theme park* sangat diperlukan untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan konsumen.

Prakosa mengungkapkan, (2010:348-352) animasi memiliki fungsi untuk membuka tabir yang tidak nyata, menggambarkan berbagai proses, dan mengungkap analogi visual. Dari ungkapan tersebut dapat disimpulkan bahwa animasi berperan dalam memvisualkan sesuatu yang abstrak, fiksi, dan tidak bisa divisualkan secara langsung oleh kamera. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Animasi diartikan sebuah film yang berbentuk rangkaian lukisan atau gambar dan ketika diputar akan tampak dan menjadi bergerak. Animasi juga dapat di definisikan sebagai suatu video yang menampilkan sebuah ilustrasi dari sebuah rangkaian cerita ataupun sebuah sistem.

Dalam pengembangan produk ini terdapat visual yang di tampilkan, audio yang di dengarkan, dan teks yang di baca yang dapat diartikan sebagai multimedia. Multimedia dari segi bahasa berasal dari bahasa latin, *Multi* yang berarti banyak dan *medius* yang berarti menyampaikan. Menurut Suyanto multimedia merupakan alat yang dapat menciptakan presentasi yang dinamis dan interaktif, yang mengkombinasikan teks, grafik, animasi, audio, dan gambar video dengan kata lain multimedia dapat diartikan sebagai seperangkat media yang merupakan kombinasi diri dari beberapa media yang relevan dalam hubungannya dengan tujuan-tujuan intruksional (Umam, 2016:5). Dengan konsep multimedia ini, produk yang dikembangkan akan menjadi lebih efektif dalam menyampaikan informasi.

Sesuai perkembangan zaman, dibuatlah sebuah perancangan dengan judul “Perancangan Video Animasi Kisah Dibalik Theme Park Atlantis Land pada

Wahana Utama Diorama Atlantis Land”. Hal ini dikarenakan terdapat fenomena yaitu pengunjung yang kurang memahami apa maksud dari diorama yang berisi kisah Atlantis Land. Hal tersebut seharusnya diketahui terlebih dahulu oleh pengunjung sebelum mengunjungi wahana di Atlantis Land. Hal ini dikarenakan diorama ini berperan penting dan menjadi kunci dalam memberikan informasi tentang kisah Atlantis Land. Diorama memiliki keterkaitan antar wahana dengan kisah Atlantis Land sehingga memberikan kesadaran, pengalaman baru, dan kepuasan tersendiri bagi pengunjung. Selain itu, dengan adanya pengembangan media pada diorama tentang kisah dibalik Atlantis Land yang diperkenalkan pada masyarakat, mampu memberikan wawasan pada masyarakat bahwa tersampainya kisah tersebut kepada pengunjung mampu mengubah Atlantis Land menjadi bernilai lebih, memperkuat konsep *theme park* Atlantis Land, serta memberikan kepuasan pada pengunjung. Dengan adanya media yang tepat sebuah informasi akan mudah tersampaikan kepada pengunjung yang menikmati dan memahami apa maksud dari kisah pada Diorama Atlantis Land dengan teknik Video Animasi.

1.2 Identifikasi masalah

1. Tujuan *Stakeholder* dengan dibangunnya Diorama pada Atlantis Land tidak dapat mengkomunikasikan apa maksud yang di inginkan *stakeholder* kepada pengunjung yang mengunjungi Atlantis Land.
2. Dari data kuisisioner yang disebar pada 100 audiens, sebesar 72% Pengunjung ternyata belum mengetahui jika terdapat konsep keterkaitan antara kisah dengan wahana Atlantis Land.
3. Dari data kuisisioner yang disebar pada 100 audiens, sebesar 64% pengunjung tidak paham akan maksud Kisah Atlantis Land pada Diorama.
4. Kurangnya media yang mendukung untuk mengkomunikasikan kisah Atlantis Land kepada pengunjung pada Diorama.
5. Perlunya pengembangan produk (wahana) yang tepat pada Diorama Atlantis Land.

1.3 Rumusan Masalah

Rumusan masalah pada perancangan kali ini adalah:

“Bagaimana merancang media informasi yang dapat mengkomunikasikan dan menyampaikan kisah dibalik Atlantis Land kepada pengunjung Diorama Atlantis Land dengan video animasi?”

1.4 Batasan Masalah

Perancangan ini hanya akan membahas mengenai beberapa hal, yaitu::

- a. Merealisasikan tujuan *stakeholder* dalam mengembangkan produk pada diorama sehingga mencapai kepuasan pada pengunjung dengan berupa media informasi yaitu video animasi.
- b. Animasi akan dibuat per bagian sesuai dengan jumlah diorama di Atlantis Land.
- c. Kisah yang diangkat sesuai dengan apa yang digambarkan diorama dan penjelasan dari narasumber utama, yakni *visual communication* Atlantis Land

1.5 Tujuan Perancangan

Tujuan yang ingin dicapai oleh penulis dengan adanya perancangan ini adalah:

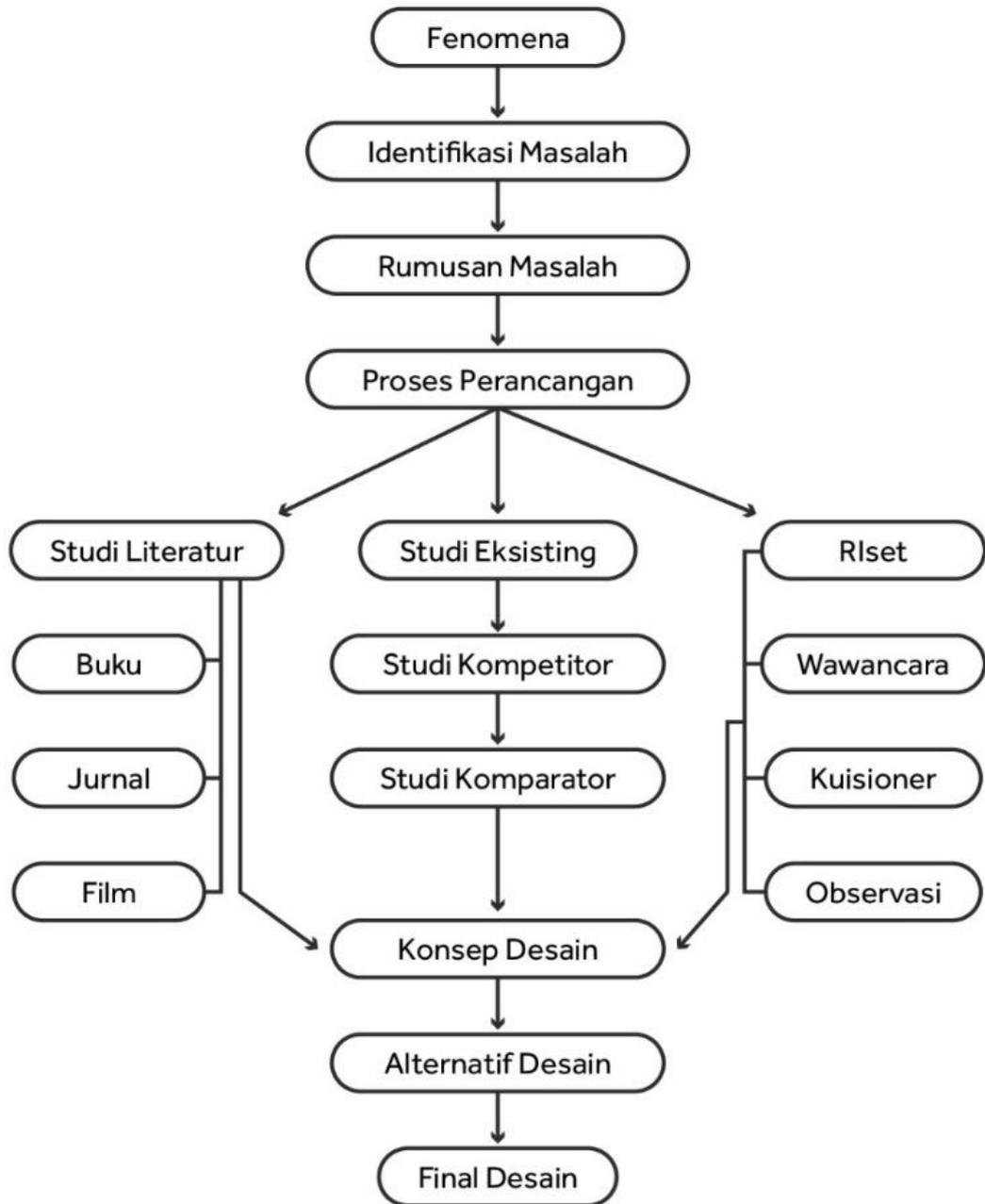
- a. Merealisasikan tujuan *stakeholder* pada pengunjung agar memahami kisah Atlantis Land pada ruang diorama tersebut.
- b. Mengkomunikasikan kisah Atlantis Land kepada pengunjung secara menarik dan informatif.
- c. Membuat pengembangan produk (wahana) pada Diorama Atlantis Land berupa Video Animasi.
- d. Meningkatkan kepuasan pengunjung terhadap Atlantis Land

1.6 Manfaat

Manfaat dari dibuatnya perancangan ini adalah:

- a. Agar tujuan *stakeholder* terealisasikan dengan pengunjung yang paham dengan kisah Atlantis Land pada ruang Diorama.
- b. Agar pengunjung dapat menikmati, memahami, dan mendapatkan pengalaman baru dan informasi yang menarik dan informatif.
- c. Untuk mengembangkan Diorama Atlantis Land dengan produk multimedia berupa Video Animasi.

1.7 Skema Perancangan



Gambar 1.4 Skema Perancangan
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)