

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia adalah salah satu negara kepulauan terbesar di dunia. Memiliki 17.504 pulau yang tersebar di 32 provinsi Indonesia, yang bersumber dari data Direktorat Jenderal Pemerintahan Umum, Kementerian dalam negeri yang dipublikasikan Badan Pusat Statistik. Luas wilayah Indonesia yang terbentang dari Sabang sampai Merauke mencapai 1,91 juta km persegi, diperkirakan penduduk Indonesia mencapai 265 juta jiwa. Dari berbagai sektor yang dapat mendongkrak devisa Indonesia adalah sektor pariwisata, karena letak geografis antara luas wilayah yang memiliki berbagai keragaman seperti: sumber daya alam, kebudayaan, sejarah, kuliner dan kekayaan tanah air lainnya. Sumber daya inilah yang dapat menimbulkan daya tarik tersendiri bagi wisatawan domestik maupun mancanegara. Indonesia juga memiliki ratusan suku budaya serta sejarah yang tersebar dari Sabang sampai Merauke. Banyaknya potensi yang dimiliki industri pariwisata membuat pemerintah Indonesia yakin bahwa jumlah wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Indonesia akan semakin bertambah. Menurut The World Travel & Tourism Council (WTTC) sektor wisata mengalami pertumbuhan tertinggi peringkat ke-9 di dunia (Rahma, 2020:1). Sektor Pariwisata pada tahun 2019 memberikan kontribusi langsung sebesar 4.8% terhadap PDB, dengan meningkatnya nilai 0.30 poin pada tahun 2018 sebesar 4.5 persen (Betty dkk 2021:384).

Berdasarkan survey yang dilakukan (Pribudianto, dkk 2018:12-13) Definisi wisata secara umum merupakan kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan tujuan dan dalam jangka waktu tertentu, guna untuk mencari kesenangan dan kepuasan di tempat yang dikunjungi. Pariwisata yang baik harus memiliki 5 unsur yaitu akses, fasilitas, kegiatan, atraksi dan jasa pariwisata. Menurut (Firmansyah F, 2019:2) Suatu daerah akan terus berkembang pada industri pariwisatanya dengan meningkatkan dan pemanfaatan Daerah Tujuan Wisata (DTW), hal itu menjadikan tempat wisata lebih berkembang dengan datangnya wisatawan ke lokasi.

Jawa Timur merupakan provinsi terluas di pulau Jawa, dengan luas wilayah 47.992 km², yang berbatasan dengan Laut Jawa, Selat Bali, Provinsi Jawa Tengah dan Samudra

Hindia. Jawa Timur adalah salah satu provinsi yang memiliki keanekaragaman budaya, dengan 29 kabupaten dan 9 kota madya. Dengan berbagai wisata dan keanekaragaman budaya, Jawa Timur menjadi salah satu daerah tujuan bagi wisatawan domestik maupun mancanegara (Firmansyah F, 2019:2). Setiap daerah mempunyai daya tarik dan keunikan wisata yang berbeda, seperti Gunung Ijen yang terletak di Kabupaten Banyuwangi dikenal dengan *Blue Fire* atau Api Biru pada kawahnya. Wisata Gunung Bromo terletak di Kabupaten Probolinggo yang memiliki keindahan Golden Sunrisenya yang dinobatkan sebagai matahari terbaik di Pulau Jawa. Wisata Pantai Balekambang terletak di Kabupaten Malang yang memiliki pemandangan dan topografi yang mirip seperti Pantai Tanah Lot Bali dan menikmati sunset yang membuat langit menjadi berwarna jingga kemerahan. Masih banyak lagi daya tarik dan keunikan pariwisata yang ada di berbagai daerah Jawa Timur. Salah satu contoh pemanfaatan sumber daya alam di Jawa Timur sebagai mata pencaharian masyarakat adalah kerajinan “Gerabah”.

Menurut KBBI Gerabah adalah perkakas yang terbuat dari tanah liat kemudian dibakar untuk dijadikan alat yang berguna bagi kehidupan. Hasil survey (Valendra. V, 2020:113), Sejak zaman prasejarah Gerabah Desa Rendeng, Kecamatan Malo, Kabupaten Bojonegoro sudah menjadi mata pencaharian utama masyarakat sekitar. Karena tanah di desa Rendeng cocok dijadikan bahan utama pembuatan gerabah. Pada zaman nenek moyang pembuatan gerabah hanya dari tanah liat kemudian dibakar tanpa ada pewarnaan. Karakteristik yang dimiliki gerabah juga masih keras, rapuh, berpori-pori dan mudah pecah. Produksi gerabah hanya peralatan rumah tangga saja seperti, cobek, celengan besar bentuk macan, dan padasan (tempat wudhu). Menurut (Tussolichah, 2019:4) Namun, saat ini gerabah kurang diminati di masyarakat karena adanya produk yang berbahan plastik dengan berbagai macam bentuk dan warna menarik yang memiliki kualitas bagus, lebih tahan lama dan tidak mudah rusak. Disisi lain, saat ini masyarakat desa Rendeng masih bertahan untuk memproduksi gerabah setiap harinya. Namun remaja di desa Rendeng kurang tertarik untuk melanjutkan budaya turun temurun dari nenek moyang mereka dan mencari pekerjaan lain, akibatnya pengrajin disana kekurangan tenaga kerja.



Gambar 1.1 Koleksi Bentuk Gerabah di Wisata Edukasi Gerabah Bojonegoro
(Sumber : Dokumen Pribadi)



Gambar 1.2 Belajar Melukis Gerabah di Wisata Edukasi Gerabah Bojonegoro
(Sumber: Tobari.infopublik.id)

Pada tahun 2015 Desa Rendeng dikembangkan menjadi Wisata Edukasi Gerabah (WEG) yang berbasis pendidikan guna untuk mewadahi kreativitas warga. Menurut (Rahma dan Adenisa, 2020) Wisata edukasi atau biasa dikenal dengan wisata pendidikan adalah wisatawan yang berkunjung ke suatu objek wisata untuk sarana pendidikan nonformal terhadap pengetahuan wisatawan. Wisata Edukasi Gerabah (WEG) didirikan oleh sekelompok Karang Taruna Satria Muda di desa Rendeng dan sekarang sudah dikelola bersama BUMDES (Badan Usaha Milik Desa) yang bekerja sama dengan Dinas Pendidikan Bojonegoro. Saat ini Wisata Edukasi Gerabah (WEG) menjadi salah satu alternatif tempat destinasi wisata untuk mengisi liburan sekolah maupun libur tahun baru bersama keluarga maupun teman. Selain berlibur, berkunjung menikmati suasana desa dan melihat berbagai macam gerabah, wisatawan juga mendapatkan wawasan tentang gerabah dan diajak untuk belajar membuat gerabah. Dari pengenalan bahan, jenis tanah yang baik untuk pembuatan gerabah, alat pembuatan gerabah yang masih tradisional, cara membuat gerabah dengan berbagai macam bentuk, sampai ke tahap mewarnai gerabah yang berbentuk celengan dengan berbagai karakter cantik seperti binatang, transportasi, kartun dan masih banyak lagi.

Pengunjung dibebaskan memilih celengan untuk diwarnai dan hasil karyanya bisa dibawa pulang. Untuk menikmati pengalaman seru dan pengetahuan yang menarik, Wisata Edukasi Gerabah (WEG) mematok harga yang terjangkau mulai dari Rp15.000-Rp30.000 tergantung paket yang diambil. Kegiatan pembuatan gerabah juga didampingi oleh guide yang berkompeten di bidangnya dan pengunjung akan diajari bagaimana cara membuat gerabah. Selain mengikuti program edukasi, di desa Rendeng juga menyediakan kerajinan gerabah yang sudah jadi untuk dijadikan oleh-oleh. Harga yang ditawarkan pun sangat terjangkau mulai dari Rp5.000 sampai ratusan ribu sesuai besar kecilnya dan tingkat kesulitan kerajinan gerabah. Dengan adanya Wisata Edukasi Gerabah (WEG) dapat meningkatkan perekonomian warga dan puluhan lapangan pekerjaan bagi remaja di Desa Rendeng (Permin, 2019).

Menurut Bapak Ghofur selaku pengelola wisata, Wisata Edukasi Gerabah (WEG) juga memberikan fasilitas bebas biaya/gratis bagi siswa Yatim/Piatu, souvenir gratis bagi guru pendamping, cinderamata untuk lembaga. Kebanyakan pengunjung yang datang dari kalangan anak-anak sekolah mulai dari PAUD, TK hingga SD, namun tidak menutup kemungkinan anak SMP dan SMA biasanya juga berkunjung ke wisata. Untuk pembelajaran media edukasi yang diajarkan siswa PAUD dan TK hanya cetak, Namun untuk siswa tingkat SD sampai SMA sudah diajarkan menggunakan metode putar dan mencetak. Meskipun fasilitas yang ditawarkan cukup menarik, namun masyarakat kurang tertarik untuk berlibur atau berkunjung ke Wisata Edukasi Gerabah di Bojonegoro. Hal inilah yang menjadi permasalahan untuk Wisata Edukasi Gerabah di Bojonegoro.

Mayoritas masyarakat Bojonegoro dan sekitarnya kurang tertarik mengunjungi Wisata Edukasi Gerabah (WEG) dan sebagian masyarakat Bojonegoro dan sekitarnya kurang mengenal Wisata Edukasi Gerabah (WEG), jika berbicara tentang wisata Bojonegoro maka masyarakat cenderung mengarah ke wisata lain seperti, GoFun Theme Park dan wisata alam. Kurang tertariknya dan kurang dikenalnya oleh masyarakat Bojonegoro disebabkan karena beberapa faktor seperti, tidak adanya *branding* Wisata Edukasi Gerabah (WEG), kurangnya identitas visual yang menggambarkan ciri Wisata Edukasi Gerabah (WEG), kurang adanya media informasi dan promosi Wisata Edukasi Gerabah (WEG). Identitas visual, logo dan branding dapat dilihat dari lingkungan sekitar Wisata Edukasi Gerabah yang mana hanya terdapat tulisan dari kayu berwarna warni, media promosi instagram yang

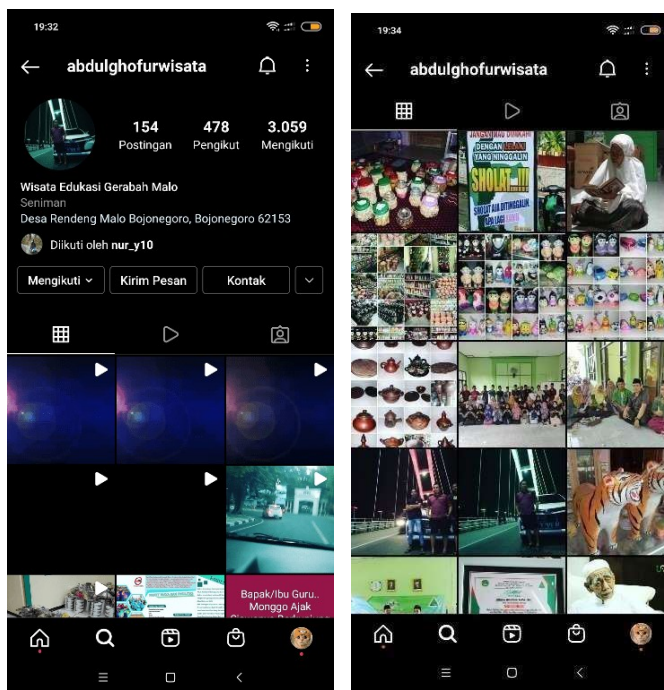
digunakan masih akun pribadi milik pengelola, sticker hanya print kertas HVS tanpa adanya desain grafis dan banner yang ditempelkan di depan rumah pengelola atau tempat pembelajaran Wisata Edukasi Gerabah (WEG). Keadaan lain yang dirasa kurang maksimal adalah *sign system*, arah toilet, arah parkir dan tempat cuci tangan. Dari hasil observasi yang telah dilakukan penulis, media-media branding yang digunakan masih asal dan tidak adanya prinsip kesatuan (*unity*) pada desain dan promosi yang dilakukan masih sangat minim, hanya mengandalkan informasi mulut ke mulut dan undangan dari pihak lembaga.



Gambar 1.3 Banner dan Sign System Wisata Edukasi Gerabah Bojonegoro
(Sumber: Dok. Pribadi)



Gambar 1.4 Welcome Sign Lokasi Wisata (Kiri) dan Welcome Sign Desa Wisata Edukasi Gerabah Bojonegoro (Kanan)
(Sumber: Dok Pribadi)



Gambar 1.5 Akun Instagram Milik Pengelola Sebagai Media Promosi WEG
(Sumber: Dok Pribadi)



Gambar 1.6 Label pada souvenir (Kiri) dan Packaging Souvenir (Kanan)
(Sumber: Dok Pribadi)



Gambar 1.7 Sign System Toilet (Kiri) dan Sign System Tempat Parkir (Kanan)
(Sumber: Dok Pribadi)

Upaya untuk membangun *destination branding* sangat diperlukan untuk memperkenalkan wisata secara mendalam dan daerah wisata mampu menghadapi persaingan dengan kompetitor. Terkait permasalahan persaingan yang terjadi adalah kurang dikenalnya suatu desa wisata dengan wisata lainnya karena konsumen atau wisatawan kurang mengingat kesan dan pengalaman yang telah dilakukan di suatu destinasi wisata. Oleh karena itu, pentingnya *branding* pada destinasi adalah salah satu strategi pemasaran untuk memudahkan konsumen mengingat dan memiliki *value* dengan wisata lainnya. *Brand* dapat dipersepsikan dengan komponen-komponen atau elemen merek seperti: logo, simbol, karakter, warna, tagline, keyword dan lain sebagainya agar wisatawan semakin tertarik untuk berkunjung (Syuhada'. dkk, (2020:30).

Berbagai permasalahan yang ada di Wisata Edukasi Gerabah (WEG) dirasa sangat krusial karena adanya potensi-potensi yang dapat meningkatkan perekonomian masyarakat sekitar dan salah satu upaya untuk melestarikan warisan budaya dari nenek moyang untuk putera puteri bangsa Indonesia. Dengan adanya perancangan *Destination Branding* Wisata Edukasi Gerabah (WEG) ini diharapkan dapat memberi kesan baik kepada wisatawan dan lebih dikenal oleh masyarakat luas.

1.2 Identifikasi Masalah

1. 74,4% hasil kuisioner yang disebar kepada masyarakat Bojonegoro, bahwa masyarakat Bojonegoro kurang tertarik mengunjungi Wisata Edukasi Gerabah (WEG)
2. Wisata Edukasi Gerabah (WEG) menyajikan 3 fasilitas yaitu pengunjung dapat belajar dan praktik langsung membuat gerabah, mendapatkan pengetahuan tentang gerabah dan pengunjung juga bisa membeli berbagai macam bentuk souvenir gerabah.
3. Menurut hasil observasi yang dilakukan penulis bahwa Wisata Edukasi Gerabah (WEG) belum memiliki identitas visual yang konsisten dan belum mewakili karakter Wisata Edukasi Gerabah (WEG).
4. Menurut hasil observasi yang dilakukan penulis Wisata Edukasi Gerabah (WEG) media-media *branding* yang dimiliki belum maksimal, sehingga citra sebagai wisata

budaya Indonesia kurang melekat di benak masyarakat, khususnya kabupaten Bojonegoro dan sekitarnya

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, rumusan masalah pada perancangan ini adalah *bagaimana cara merancang destination branding Wisata Edukasi Gerabah (WEG) sebagai pusat pembelajaran wisata budaya Indonesia?*

1.4 Batasan Masalah

1. Perancangan *destination branding* Wisata Edukasi Gerabah (WEG) akan dibatasi pada beberapa *output* diantaranya Logo, Identitas visual, Tagline, GSM (*Graphic Standart Manual*) serta implementasi dari *destination branding* Wisata Edukasi Gerabah (WEG) pada berbagai media, seperti Banner, Poster, Merchandise, Welcome Sign dan lain sebagainya.
2. Wisata Edukasi Gerabah (WEG) yang dirancang pada perancangan ini berlokasi di Desa Rendeng Kecamatan Malo Kabupaten Bojonegoro Jawa Timur

1.5 Tujuan Perancangan

Berdasarkan latar belakang di atas, tujuan perancangan sebagai berikut:

1. Menciptakan citra sebagai pusat wisata belajar budaya Indonesia salah satunya adalah gerabah.
2. Memperkenalkan kembali Wisata Edukasi Gerabah (WEG) di Bojonegoro kepada masyarakat umum.
3. Mempromosikan program pembelajaran pembuatan gerabah sebagai salah satu keunggulan yang dimiliki Wisata Edukasi Gerabah (WEG) di Bojonegoro.
4. Melestarikan wisata budaya Indonesia yaitu kerajinan gerabah.

1.6 Manfaat Perancangan

Dalam perancangan *destination branding* Wisata Edukasi Gerabah (WEG) ini memiliki manfaat sebagai berikut:

1.6.1 Manfaat Bagi Penulis

1. Mengetahui tentang bagaimana merancang identitas visual yang memiliki kesesuaian terhadap ciri khas yang dimiliki Wisata Edukasi Gerabah (WEG)
2. Upaya untuk mengasah kepekaan terhadap desain, yang nantinya akan sangat dibutuhkan pada dunia kerja
3. Mendapat pengetahuan tentang Wisata Edukasi Gerabah (WEG).

1.6.2 Manfaat Bagi Masyarakat

1. Wisatawan domestik khususnya masyarakat Bojonegoro dan kabupaten sekitarnya agar lebih mengenal Wisata Edukasi Gerabah (WEG) sebagai wisata pendidikan atau edukasi.
2. Masyarakat memiliki pengetahuan tentang bagaimana cara membuat gerabah dan bahan yang digunakan untuk membuat gerabah
3. Masyarakat dapat lebih mencintai dan mengetahui tentang warisan budaya Indonesia yaitu kerajinan gerabah.

1.6.3 Manfaat Bagi Desa dan Pemerintah Desa

1. Memberikan tampilan baru bagi Wisata Edukasi Gerabah (WEG) agar lebih memiliki citra sebagai pusat belajar wisata budaya Indonesia salah satunya adalah gerabah dan agar lebih dikenal melalui perancangan *destination branding*.
2. Memperkenalkan kembali Wisata Edukasi Gerabah sebagai media yang berbasis pendidikan atau edukasi
3. Memperkuat daya saing Wisata Edukasi Gerabah (WEG) dengan kompetitor lain melalui *branding*.