

## BAB II PENGANTAR OBJEK PERANCANGAN

### A) Latar Belakang masalah perancangan

Sektor wisata merupakan sektor yang potensial untuk di kembangkan sebagai salah satu sumber pendapatan daerah . Perkembangan pariwisata juga dapat mendorong dan mempercepat pertumbuhan ekonomi bagi daerah sekitar tempat wisata . Pariwisata candi Prambanan merupakan salah satu sektor strategis dalam memperkuat perekonomian maupun sebagai elemen pemerataan pembangunan dari aspek kewilayahaan.

Selama masa pandemi berimbas pada turunnya jumlah wisatawan baik asing maupun domestik yang datang ke candi prambanan . sehingga saya mempunyai ide atau gagasan untuk membuat rancangan desain untuk mempromosikan wisata candi prambanan ini melalui desain grafis yang di aplikasikan pada slebor becak dikota Yogyakarta .

Perancangan desain promosi wisata candi prambanan ini saya aplikasikan pada slebor becak dengan alasan becak adalah salah satu icon kota Yogyakarta dan masih beroperasi hingga saat ini terutama di obyek-obyek wisata . para tukang becak ini mempunyai paguyuban sendiri-sendiri , tercatat ada 70 paguyuban tukang becak yang melayani angkutan umum dan angkutan wisata . Becak wisata dikota Yogyakarta tercatat sebanyak 1.500 yang melayani transportasi sehingga saya berharap dengan diaplikasikan promosi obyek wisata candi prambanan dislebor becak . wisatawan yang ada di obyek-obyek wisata dapat lebih mengenal kalau dijogja ada juga obyek wisata candi prambanan yang mempunyai histori tinggi dan merupakan candi Hindu yang terbesar di Indonesia .

### B) Data Objek

Profil objek perancangan :

Objek perancangan promosi wisata candi Prambanan ini berisikan gambar-gambar visual tentang candi prambanan dengan menggunakan ilustrasi vektor .Teknik pengerjaan print stiker dibuat dengan tiga alternatif perancangan yang diaplikasikan pada slebor becak dengan ukuran 80cm X 40cm , Cembung 18cm .



Ukuran Slebor Becak



Ukuran Cembung Slebor Becak



Sumber : Coyolicatzin On Flickr

### C) Target Audience

Umur : 12-50 Tahun

Interest : Wisata sejarah dan Ilmu Pengetahuan

Tujuan : Menarik wisatawan yang ada diobyek-obyek wisata kota jogja untuk berkunjung ke obyek wisata candi prambanan

Problem : Banyak wisatawan dikota Jogja tidak mengetahui ada obyek wisata candi prambanan yang sangat bagus mengandung nilai sejarah dan mudah dijangkau dari kota Yogyakarta maka dibuat desain promosi yang dapat dimengerti oleh umur 12-50 tahun dengan melihat interest . Saya akan merancang sebuah karya digital yang sesuai ketertarikannya.

### D) Analisis

Setelah melakukan Analisa SWOT dan pengamatan dilapangan dapat dianalisa bahwa jumlah kunjungan wisata ke kota Yogyakarta sudah mulai meningkat dan diantara wisatawan banyak juga yang minat kunjungan ke obyek wisata sejarah dengan ditunjukkan banyaknya wisatawan yang berkunjung ke kraton kesultanan Yogyakarta . kekurangan informasi menyebabkan banyak wisatawan tersebut tidak mengetahui kalau obyek wisata candi prambanan tidak jauh letaknya dari pusat kota Yogyakarta dan dapat dijangkau dengan mudah dan murah salah satunya dengan menggunakan transportasi Bis Transjogja dengan melihat hal tersebut , penulis mempunyai ide untuk mempromosikan obyek wisata candi Prambanan melalui media slebor becak dengan pertimbangan becak-becak wisata dikota Yogyakarta banyak tersebar diobyek-obyek wisata Yogyakarta diharapkan dengan media promosi pada slebor becak tersebut wisatawan menjadi tau kalau di kota Yogyakarta ada obyek wisata . sejarah yang megah yaitu candi prambanan dengan desain yang menarik dan memuat ciri khas lokal akan menarik wisatawan untuk melihat promosi tersebut hingga tertarik untuk berkunjung ke obyek wisata candi prambanan .

	Membantu	Menghambat
Dari Dalam	<p>Strengths (kekuatan)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Wisatawan banyak datang diobyek-obyek wisata kota Yogyakarta</li> <li>-Banyak terdapat becak wisata</li> <li>-Usia pengunjung rata-rata sesuai dengan target audience</li> </ul>	<p>Weaknesses (kelemahan)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Wisatawan tidak tau kalau candi prambanan tidak jauh dari kota Yogyakarta</li> <li>-Becak banyak dimodifikasi tanpa slebor yang menjadi ciri utamanya</li> <li>-Transportasi umum mengandalkan trans jogja</li> </ul>
Dari Luar	<p>Opportunities ( Peluang )</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Wisatawan banyak yang minat wisata sejarah</li> <li>-Kunjungan wisata mulai meningkat ke kota Yogyakarta</li> <li>-Wisatawan mulai memasukkan obyek wisata candi Prambanan sebagai tujuan wisata</li> </ul>	<p>Threats (Ancaman)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Wistawan cenderung mendatangi obyek wisata yang sedang viral</li> <li>-Transportasi yang terbatas untuk mengunjungi candi Prambanan</li> <li>-Wisatawan belum memasukkan obyek wisata candi prambanan sebagai destinasi yang dikunjungi</li> </ul>

#### Kesimpulan hasil Analisa SWOT

- Wisatawan banyak berkunjung diobyek-obyek wisatakota jogja dimana banyak terdapat becak wisata sebagai salah satu icon kota Yogyakarta .
- Dengan memanfaatkan media promosi wisata candi prambanan pada slebor becak wisatawan mengenal dan tertarik untuk berkunjung ke candi prambanan .
- Sehingga meningkatkan kunjungan wisata ke candi prambanan