

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah Perancangan

Kabupaten Sleman adalah satu kabupaten di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta yang terkenal dengan asal buah salak pondoh dan terdapat gunung aktif yang terkenal yaitu Gunung Merapi. Kabupaten Sleman memiliki potensi wisata yang tak kalah menarik, mulai dari wisata alam, wisata kuliner, hingga wisata budaya. Dilansir dari *website* Pemerintah Kabupaten Sleman. Pemerintah melalui Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif sangat fokus untuk terus mengembangkan dan mempromosikan wisata kuliner dan belanja untuk wilayah Kabupaten Sleman. Selain itu banyak sekali potensi wisata lainnya namun pemerintah daerah lebih sering mempromosikan destinasi wisata yang sudah terkenal seperti Monumen Jogja Kembali, Sindu Kusuma Edupark, Tebing Breksi, dan wisata lainnya dengan lokasi strategis di Sleman. Sehingga objek wisata lainnya justru semakin tertutupi namanya dengan tempat wisata yang sudah terkenal salah satunya Desa Wisata.

Desa Wisata adalah suatu kawasan pedesaan yang memberikan nuansa menggambarkan keaslian desa baik dari sosial ekonomi, budaya, adat istiadat, dan potensi unik lainnya telah dikembangkan menjadi beberapa unsur wisata seperti contoh menjual pemandangan alam desanya yang indah, kuliner khas desa, oleh-oleh, *homestay* dan sebagainya, sehingga diharapkan menambah ekonomi kerakyatan desa tersebut maupun memperbanyak wisata – wisata yang ada di tanah air. Adapula kriteria Desa Wisata yaitu memiliki destinasi wisata unggulan, memiliki lembaga pemberdayaan, memiliki sarana prasarana memadai, mempunyai akomodasi wisata pendukung, dan terdapat keterlibatan masyarakat di dalamnya.

Salah satu daya tarik dari suatu desa wisata adalah pemandangan alamnya yang masih asri salah satunya adalah Grojogan. Grojogan adalah sebuah aliran air layaknya air terjun yang keluar dari jalur yang sempit dan sebuah perkumpulan air.

Grojogan menjadi salah satu daya tarik baru wisatawan lokal maupun mancanegara di dalam suatu desa wisata. Sehingga beberapa desa saat ini tengah membangun grojogan yang menarik diharapkan mampu memukau wisatawan baik lokal maupun mancanegara. Salah satu objek wisata grojogan yang ada di Sleman yaitu Grojogan Watu Purbo.

Grojogan Watu Purbo sudah ada sejak tahun 1975 dengan bentuk persegi panjang dan dibuat bertingkat sebanyak 6 tingkat. Grojogan ini sejatinya adalah aliran sungai krasak yang berhulu dari Gunung Merapi. Lokasi Grojogan Watu Purbo kemudian menjadi sebuah objek wisata baru oleh masyarakat sekitar sejak tahun 2017 lalu. Hingga saat ini lokasi tersebut sudah dikunjungi oleh berbagai macam wisatawan lokal. Lokasi ini sangat ramah bagi pesepeda karena tempat wisata ini tidak jauh dari jalur pesepeda dengan jalur menuju merapi sehingga terkadang bisa mampir ke tempat ini. Di objek wisata ini terdapat tempat *spot* (swafoto) foto selfi yang menarik, dan wisatawan juga dapat menikmati kuliner pedesaan khas Jawa dengan pemandangan Gunung Merapi di belakangnya. Untuk fasilitas terdapat area parkir, toilet, tempat ibadah atau mushola. Bagi wisatawan yang hobi memancing, di tempat ini sudah disediakan *spot* memancing. Sejatinya banyak potensi di objek wisata yang satu ini namun pemerintah daerah kurang mempromosikan tempat wisata ini dan lebih memilih mempromosikan destinasi wisata yang sudah terkenal.

Melihat situasi dan kondisi yang ada dari objek wisata Grojogan Watu Purbo, penulis mengamati kebutuhan objek wisata ini yaitu kebutuhan akan desain media promosi dan identitas visual yang jelas untuk membangun ciri khas Grojogan Watu Purbo agar berbeda dengan objek wisata grojogan lainnya. Alasannya karena mulai banyak objek wisata lainnya yang sejenis ini sudah memiliki identitas visual tetap dan ciri khas desain media promosinya. Identitas visual yang jelas ini diperlukan karena efeknya apabila suatu objek wisata belum memilikinya, maka objek wisata tersebut akan sulit berkembang secara promosi digital karena sulit dikenali. Mengingat di era teknologi saat ini, *branding image* merupakan hal penting untuk menambah nilai suatu objek wisata ditambah dengan penggunaan sosial media yang masif. Sehingga penulis ingin mengangkat objek wisata Grojogan Watu Purbo ini sebagai perancangan tugas akhir penulis. Membuat perancangan media promosi

dan identitas visual untuk media cetak maupun media internet dengan cara desain komunikasi visual diharapkan Grojogan Watu Purbo semakin dikenal oleh masyarakat luas.

B. Rumusan Masalah Perancangan

1. Bagaimana cara mempromosikan objek wisata Grojogan Watu Purbo dengan cara desain komunikasi visual promosi dan mampu menginformasikan penegakan protokol kesehatan covid-19 untuk meningkatkan minat masyarakat ke Grojogan Watu Purbo dengan aman dan nyaman?
2. Bagaimana cara memilih media promosi yang efektif dan efisien untuk Grojogan Watu Purbo?

C. Batasan Masalah Perancangan

1. Konsep perancangan komunikasi visual desain promosi yang bersifat persuasif kepada calon wisatawan untuk mengunjungi objek wisata Grojogan Watu Purbo.
2. Jenis media promosi yang digunakan untuk Grojogan Watu Purbo berupa media cetak dan media digital.

D. Tujuan Perancangan

1. Membangun *Branding Image* dengan cara desain komunikasi visual untuk memberikan perbedaan dan ciri khas dari Grojogan Watu Purbo dengan destinasi wisata sejenisnya.
2. Membuat perancangan desain komunikasi visual untuk media promosi Grojogan Watu Purbo baik media cetak maupun media digital.

E. Manfaat Perancangan

1. Bagi Lembaga STSRD VISI

Hasil perancangan diharapkan bermanfaat untuk menambah referensi atau studi perancangan bagi pustaka kampus STSRD VISI mengenai perancangan media promosi objek wisata daerah dengan cara Desain Komunikasi Visual. Selain itu hasil perancangan ini sebagai bahan masukan atau tolak ukur bagi penulis selanjutnya dalam mengerjakan tugas akhir.

2. Bagi Bidang Keilmuan DKV

Untuk mencoba memberi suatu rancangan media promosi untuk objek wisata daerah dengan cara desain komunikasi visual sebagai solusi dari suatu masalah. Serta sebagai melengkapi syarat kelulusan jenjang studi S1 Desain Komunikasi Visual.

3. Bagi Masyarakat

Untuk meningkatkan kualitas desain media promosi untuk Grojogan Watu Purbo, membangun media komunikasi visual yang berbeda agar Grojogan Watu Purbo memiliki ciri khas dari objek wisata lain yang sejenis, dan mempromosikan objek wisata daerah potensial kepada masyarakat luas serta menarik para wisatawan baru.

F. Skema Perancangan

