

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang Perancangan

Indonesia merupakan negara dengan beranekaragam potensi pariwisata yang tersebar di masing-masing daerah. Wisata telah menjadi kebutuhan hidup manusia yang bertujuan untuk menghilangkan penat dari hiruk-pikuk kegiatan sehari-hari. Menurut Undang - undang RI no. 10 tahun 2009 (2009) wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam waktu sementara.

Yogyakarta merupakan provinsi di selatan pulau jawa yang memiliki daya tarik bagi wisatawan. Keanekaragaman pesona alam dan budaya yang dimiliki menjadi magnet wisatawan berkunjung untuk berekreasi. Selain itu hematnya pengeluaran biaya dan keramahan masyarakat juga menjadi faktor pendukung yang mampu mendorong orang-orang untuk berwisata di Yogyakarta. Pariwisata saat ini telah menjadi salah satu sektor besar yang menjadi andalan dan mampu menyumbangkan sumber pendapatan masyarakat setempat dan pendapatan daerah di Yogyakarta.

Daya tarik wisatawan lokal maupun mancanegara untuk berkunjung ke Yogyakarta meningkat drastis setelah diberlakukan kelonggaran pembatasan masyarakat dari pandemi *Covid-19*. Menurut Statistik Kepariwisata 2021 Daerah Istimewa Yogyakarta (2022:37) pada tahun 2021 jumlah wisatawan lokal maupun wisatawan mancanegara yang mengunjungi Yogyakarta mencapai

4.294.725 wisatawan, meningkat 132,33% dari tahun sebelumnya. Bahkan sebelum terjadi pandemi *Covid-19*, statistik menunjukkan peningkatan dari tahun ke tahun. Jumlah wisatawan yang berkunjung ke Yogyakarta pada tahun 2019 mencapai 6.549.381 wisatawan, naik 15,12% dari tahun sebelumnya.

I.7. Pertumbuhan Kunjungan Wisatawan ke DIY
Tahun 2017 - 2021

Tahun	Wisatawan Mancanegara	Pertumbuhan (%)	Wisatawan Nusantara	Pertumbuhan (%)	Wisatawan Mancanegara dan Nusantara	Pertumbuhan (%)
2017	397.951	29,00	4.831.347	9,98	5.229.298	10,37
2018	416.373	4,63	5.272.718	9,14	5.689.091	8,79
2019	433.027	4,00	6.116.354	16,00	6.549.381	15,12
2020	69.968	-83,84	1.778.580	-70,92	1.848.548	-71,78
2021	14.740	-78,93	4.279.985	140,64	4.294.725	132,33

Gambar 1. 1 Statistik pertumbuhan kunjungan wisatawan ke DIY tahun 2017-2021
(Sumber: Statistik Kepariwisata 2021 Daerah Istimewa Yogyakarta)

Naiknya jumlah wisatawan yang memasuki Yogyakarta tak lepas dari banyaknya obyek wisata baru yang muncul akibat dari dampak tidak langsung dari visi pengembangan pariwisata di Daerah Istimewa Yogyakarta. Salah satu objek wisata alam baru yang sedang berkembang adalah Kawasan Perbukitan Puncak Sosok yang terletak di Dusun Jambon, Kalurahan Bawuran, Kapanewon Pleret, Kabupaten Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta.

Puncak Sosok didirikan pada tahun 2017 yang diinisiasi oleh masyarakat sekitar serta dorongan dari Karang Taruna setempat. Pada saat perancangan ini ditulis, biaya masuk ke tempat wisata Puncak Sosok cukup terjangkau, yakni Rp. 3.000,- untuk harga tiket setiap orang. Didalamnya terdapat panggung kesenian yang disediakan untuk menampilkan pagelaran seni dan budaya pada hari-hari tertentu. Objek wisata puncak sosok dilengkapi dengan fasilitas

pendukung seperti pusat jajanan, tempat parkir luas, *toilet*, dan lain-lain. Kawasan obyek wisata puncak sosok dikelola oleh masyarakat Dusun Jambon dan sekitarnya sehingga mampu memberikan dampak positif pada sektor ekonomi masyarakat setempat.

Potensi unggulan yang ditawarkan di tempat wisata ini adalah melihat panorama pegunungan dan pemandangan kota Yogyakarta dengan *sunset* yang indah serta kilauan lampu kota di malam hari. Yogyakarta merupakan kota pariwisata yang memiliki keunikan disetiap sudutnya, sehingga melihat pemandangan *sunset* pada sore hari dan lampu kota pada malam hari dari atas bukit memiliki daya tarik tersendiri bagi wisatawan. Keunggulan lain adalah, terdapat beberapa *spot* menarik dengan nuansa asri dan tradisional yang menjadikan pengalaman berbeda bagi wisatawan perkotaan.



*Gambar 1. 2 Suasana Puncak Sosok
(Sumber: Dokumentasi Penulis)*

Selain itu, wisatawan dapat menikmati pertunjukan *live music* yang diisi oleh grup musik menarik sambil menikmati jajanan khas yang tersedia di *booth* kuliner. Ini menjadi magnet kuat bagi wisatawan sehingga wisatawan dapat bernyayi bersama, bersantai, bersenang-senang, dan melepas penat setelah menjalani hiruk-pikuk kegiatan di siang hari.



Gambar 1. 3 Suasana live music di Puncak Sosok
(Sumber: Dokumentasi Penulis)

Puncak Sosok memiliki Potensi pariwisata yang bagus dan memiliki peluang untuk menjadi obyek wisata favorit. Saat ini, sosial media *Instagram* yang dimiliki puncak sosok hanya mengandalkan konten foto yang di *repost* dan konten informasi yang seadanya sehingga belum berfungsi baik dan menarik sebagai media promosi. Menurut Ogilvy (dalam Yudha Ardhi, 2013) Iklan adalah media informasi yang didalamnya memiliki nilai seni, terdapat komposisi yang mengandung nilai artistik dan kreatif. Oleh karena itu diperlukan rancangan konten sosial media Instagram yang khas, konsisten, dan informatif guna memperkuat citra sehingga mampu mengomunikasikan diri sebagai promosi untuk memperkuat *image* puncak sosok sendiri.

Selain itu, pemanfaatan penggunaan promosi pada akun sosial media *Instagram* selama ini masih belum maksimal, peran pengelola dengan keterbatasan yang dimiliki belum bisa berbuat banyak untuk melakukan promosi yang baik untuk konsumsi wisatawan di media sosial. Diperlukan rancangan yang menarik, sederhana dan mudah digunakan sehingga dapat berfungsi jangka panjang bagi pengelola sebagai media promosi yang layak dan efektif di zaman sekarang.

I.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas rumusan masalah yang akan dibahas pada Perancangan ulang Identitas Visual dan konten sosial media Puncak Sosok Sebagai media promosi pariwisata adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana perancangan konten sosial media *Instagram* yang baik dan menarik agar mampu mendukung potensi wisata yang sudah ada di puncak sosok?
2. Bagaimana penerapan konten sosial media *Instagram* Puncak Sosok yang efektif, layak dan mudah digunakan?
3. Bagaimana perancangan yang dapat dilanjutkan dengan baik oleh pengelola guna mendukung kegiatan promosi?

I.3 Batasan Perancangan

Batasan masalah yang menjadi dasar analisa hanya meliputi strategi perancangan konten sosial media *Instagram* Puncak Sosok. Yakni berupa perancangan konten strategis dalam jangka panjang guna mendukung kegiatan *branding* dan kebutuhan promosi di *Instagram* sesuai bidang Desain Komunikasi Visual.

I.4 Tujuan Perancangan

Adapun tujuan perancangan ini adalah:

1. Merancang wajah baru sosial media *Instagram* Puncak Sosok dengan menguatkan *brand image* melalui desain komunikasi visual.
2. Merancang konten sosial media *Instagram* sesuai target audiens untuk mendukung kegiatan *branding* pariwisata puncak sosok.
3. Merancang *guidelines*/panduan penggunaan konten *Instagram* untuk menjaga konsistensi pada tiap-tiap konten yang dibagikan.
4. Membantu memanfaatkan penggunaan promosi sosial media yang menarik untuk konsumsi wisatawan sehingga mampu menaikkan *reach*, *engagements*, dan *follower growth* pada *Instagram* Puncak Sosok.

I.5 Manfaat Perancangan

Adapun manfaat perancangan ini adalah:

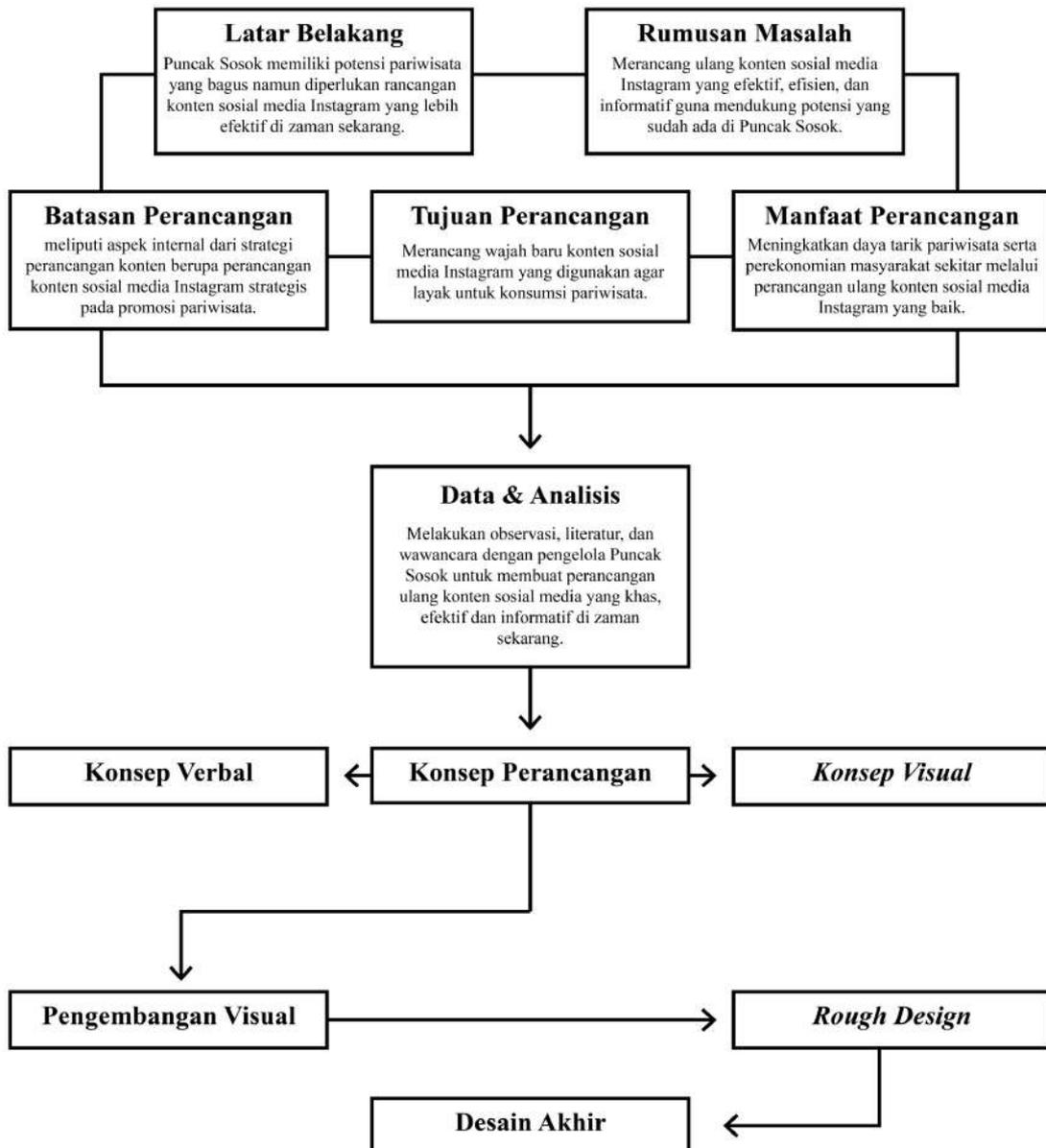
Untuk Masyarakat

1. Meningkatkan daya tarik pariwisata di Yogyakarta khususnya Puncak Sosok dengan adanya dampak positif dari penggunaan promosi pariwisata pada sosial media.
2. Meningkatkan perekonomian masyarakat yang bekerja pada sektor pariwisata Puncak Sosok.

Untuk Mahasiswa

1. Diharapkan dapat memberikan pemahaman baru bagaimana cara merancang konten *Instagram* pada bidang pariwisata.
2. Meningkatkan pemahaman pada penggunaan media promosi yang tepat sesuai dengan kebutuhan target audiens.

I.6 SKEMA PERANCANGAN



Gambar 1. 4 Skema Perancangan