

Universitas Esa Unggul

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Desain grafis tidak dapat dilepaskan dari sejarah perkembangan seni rupa. Karenanya, produk komunikasi visual tertua yang pernah ditemukan adalah lukisan gua di Lascaux, Perancis, yang diperkirakan berasal dari 15.000-10.000 SM. Simbol-simbol berbentuk ideogram ini kemudian berkembang menjadi aksara yang pada masa modern ini rutin kita gunakan di layar.

Henry Cole menjadi salah seorang yang paling berpengaruh dalam pendidikan desain di Inggris, ia meyakinkan pemerintah tentang pentingnya desain dalam sebuah jurnal yang berjudul *Journal of Design and Manufactures*. Dia menyelenggarakan *The Great Exhibition* sebagai perayaan atas munculnya teknologi industri modern dan desain bergaya *Victoria*.

Dari tahun 1891 sampai 1896, Percetakan William Morris Kelmscott mempublikasikan buku karya desain grafis yang dibuat oleh gerakan *Arts and Crafts*, dan membuat buku dengan desain yang lebih bagus dan elegan untuk dijual kepada orang-orang kaya. Morris membuktikan adanya potensi pasar untuk produk-produk desain grafis. Morris juga mempelopori pemisahan desain grafis dari seni rupa. Karya-karya Morris dan karya dari pergerakan *Private Press* secara langsung mempengaruhi *Art Nouveau*, dan secara tidak langsung mempengaruhi perkembangan desain grafis pada awal abad ke 20.

Kata *Desain Grafis* pertama kali digunakan pada tahun 1922 di sebuah esai berjudul *New Kind of Printing Calls for New Design* yang ditulis oleh William Addison Dwiggins, seorang desainer buku Amerika.

Raffes' Graphic Design, yang diterbitkan pada tahun 1927, di anggap sebagai buku pertama yang menggunakan istilah *Desain Grafis* pada

judulnya *The signage in the London Underground* adalah contoh desain klasik pada abad modern yang menggunakan jenis huruf yang dirancang oleh Edward Johnston pada tahun 1916.

Pada tahun 1920, Aliran konstruktivisme di Uni Soviet melihat seni yang berorientasi individu tidak ada gunanya bagi Rusia dan membuat sesuatu yang dapat diterapkan di dunia nyata. Mereka mendesain bangunan, perangkat teater, poster, kain, pakaian, perabot, logo, menu, dan lain-lain.

Jan Tschichold merumuskan prinsip-prinsip dasar tipografi modern pada tahun 1928 dalam bukunya yang berjudul *New Typography*. Tschichold, Bauhaus, Herbert Bayer and Laszlo Moholy-Nagy, and El Lissitzky adalah tipografer yang berpengaruh besar dalam ilmu desain grafis yang kita kenal sekarang ini. Mereka mempelopori teknik produksi yang digunakan sepanjang abad ke 20. Pada tahun-tahun berikutnya desain grafis mendapat banyak pengakuan dan mulai banyak diterapkan. Pasca Perang Dunia II, kebutuhan akan desain grafis meningkat pesat, terutama untuk periklanan dan kemasan produk. Perpindahan Sekolah Bauhaus dari Jerman ke Chicago pada tahun 1937 membawa pengaruh besar pada desain di Amerika. Nama-nama yang terkenal diantaranya Adrian Frutiger (desainer jenis huruf Univers dan Frutiger), Paul Rand (yang dari akhir 1930-an sampai kematiannya pada tahun 1996 menggunakan prinsip Bauhaus dan menerapkannya pada iklan dan desain logo).

Perkembangan industri desain grafis tumbuh seiring dengan perkembangan konsumerisme. Hal ini menimbulkan kritik dari berbagai komunitas desain yang tertuang dalam *First Things First* manifesto yang pertama kali diterbitkan pada tahun 1964 dan diterbitkan kembali pada tahun 1999 di majalah *Émigré*. Konsumerisme terus tumbuh, sehingga terus memacu pertumbuhan ilmu desain grafis. Hal ini menarik para praktisi desain grafis, beberapa diantaranya adalah : Rudy VanderLans, Erik Spiekermann, Ellen Lupton and Rick Poynor.

Desain komunikasi visual atau lebih dikenal di kalangan civitas akademik di Indonesia dengan singkatan DKV pada dasarnya merupakan istilah penggambaran untuk proses pengolahan media dalam berkomunikasi mengenai pengungkapan ide atau penyampaian informasi yang bisa terbaca atau terlihat. Desain Komunikasi Visual erat kaitannya dengan penggunaan tanda-tanda (*signs*), gambar (*drawing*), lambang dan simbol, ilmu dalam penulisan huruf (tipografi), ilustrasi dan warna yang kesemuanya berkaitan dengan indera penglihatan.

Proses komunikasi disini melalui eksplorasi ide-ide dengan penambahan gambar baik itu berupa foto, diagram dan lain-lain serta warna selain penggunaan teks sehingga akan menghasilkan efek terhadap pihak yang melihat. Efek yang dihasilkan tergantung dari tujuan yang ingin disampaikan oleh penyampai pesan dan juga kemampuan dari penerima pesan untuk menguraikannya.

Kampanye adalah sebuah tindakan dan usaha yang bertujuan mendapatkan pencapaian dukungan, usaha kampanye bisa dilakukan oleh perorangan atau sekelompok orang yang terorganisir untuk melakukan pencapaian suatu proses pengambilan keputusan di dalam suatu kelompok, kampanye biasa juga dilakukan guna memengaruhi, penghambatan, pembelokan pencapaian.

Pariwisata atau turisme adalah suatu perjalanan yang dilakukan untuk rekreasi atau liburan dan juga persiapan yang dilakukan untuk aktivitas ini. Seorang wisatawan atau turis adalah seseorang yang melakukan perjalanan paling tidak sejauh 80 km (50 mil) dari rumahnya dengan tujuan rekreasi, merupakan definisi oleh Organisasi Pariwisata Dunia.

Definisi yang lebih lengkap, turisme adalah industri jasa. Mereka menangani jasa mulai dari transportasi, jasa keramahan, tempat tinggal, makanan, minuman dan jasa bersangkutan lainnya seperti bank, asuransi, keamanan dan lain-lain. Dan juga menawarkan tempat istirahat, budaya, pelarian, petualangan, pengalaman baru dan berbeda lainnya.

Banyak Negara yang bergantung pada industri pariwisata ini sebagai sumber pajak dan pendapatan untuk perusahaan yang menjual jasa kepada wisatawan. Oleh karena itu pengembangan industri pariwisata ini adalah salah satu strategi yang dipakai oleh Organisasi Non-Pemerintah untuk mempromosikan wilayah tertentu sebagai daerah wisata untuk meningkatkan perdagangan melalui penjualan barang dan jasa kepada orang non-lokal.

1.2. Rumusan Masalah

Masalah yang diambil dirumuskan menjadi pokok rumusan masalah yang spesifik. Adapun rumusan masalah dalam Tugas Akhir adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana cara merancang media komunikasi visual wisata budaya di Kab. Indramayu yang efektif dan komunikatif?

1.3. Batasan Masalah

Kabupaten Indramayu memiliki potensi wisata budaya yang masih dilestarikan dan dikelola oleh pemerintah daerah. Agar penulisan tidak menyimpang dari tujuan masalah, maka penulis membatasi masalah hanya pada hal-hal berikut :

1. Bagaimana proses perancangan kampanye Wisata Budaya di Kab. Indramayu.
2. Bagaimana proses aplikasi desain kampanye Wisata Budaya di Kab. Indramayu ke media kampanye lainnya.

1.4. Maksud dan Tujuan Perancangan

Berikut ini adalah maksud dan tujuan perancangan dalam laporan tugas akhir ini, diantaranya:

1.4.1. Maksud Perancangan

Adapun maksud dan tujuan penyusun dalam perancangan media komunikasi visual pada kampanye Wisata Budaya di Kab. Indramayu ini yaitu untuk memberitahu informasi tentang wisata dan kebudayaan yang Terdapat di Kabupaten Indramayu, yang diharapkan kepada masyarakat Indonesia untuk datang ke Kabupaten Indramayu dan mengenal jenis-jenis kebudayaannya.

1.4.2. Tujuan Perancangan

Ingin mempromosikan wisata budaya yang ada di Kab. Indramayu agar masyarakat dapat mengetahui tentang apa saja yang ada di Kab. Indramayu dari segi Wisata dan kebudayaannya.

1. Mengetahui proses perancangan proses art directing seperti melaksanakan eksekusi langsung atas semua perancangan desain.
2. Untuk mengetahui proses *copywriting* seperti mencari data tentang Wisata Budaya di Kabupaten Indramayu.
3. Mengetahui proses *layout* seperti bagaimana menyusun *headline*, *subheadline*, *tageline* dan *bodycopy* pada sebuah poster
4. Mengetahui proses perancangan dalam membuat sebuah kampanye non komesil tentang Wisata Budaya di Kabupaten Indramayu seperti menemui seniman dan kepala dinas kebudayaan di Kabupaten Indramayu. Lalu melakukan riset fotografi untuk wisata dan kebudayaan yang ada di Kabupaten Indramayu.
5. Proses media promosi, penulis berencana melakukannya dengan cara penyebaran iklan cetak dan iklan elektronik serta memberikan promo paket wisata keluarga agar masyarakat datang ke Kabupaten Indramayu.

1.5. Metode Pengumpulan Data

Cara yang dilakukan dalam pengumpulan data oleh penulis guna membantu proses perancangan tugas akhir ini adalah:

1.5.1. Wawancara

Penulis mewawancarai narasumber di bawah ini :

- Bapak Dartim Yudha Karma (Seniman asal Indramayu).
- Bapak Dewartono (Pengurus Dewan Kesenian Indramayu).
- Ibu Wangi (Pemilik Sanggar Tari Topeng).
- DR. H. Odang Kusmayadi, MM (Dinas Kebudayaan dan Pariwisata).

Penulis mendapatkan informasi mengenai wisata budaya yang ada di Kab. Indramayu dan perkembangannya hingga saat ini.



Gambar 1.1

Foto di depan gedung dinas kebudayaan dan pariwisata kab. Indramayu

Sumber : Fajar Perdana, 2018.



Gambar 1.2

Foto setelah wawancara dengan Bapak Dartin Yudha Karma, seniman pelukis kab.Indramayu

Sumber : Fajar Perdana, 2018.

1.5.2. Studi lapangan

Pengumpulan data langsung di lakukan ke tempat Dinas Kebudayaan dan Pariwisata yang terletak di Kab. Indramayu. Penulis juga melakukan studi langsung ke tempat wisata, budaya dan musium yang berada di Kab. Indramayu.

1.5.3. Studi Pustaka

Studi pustaka dilakukan untuk mendapatkan informasi, seperti dari buku pariwisata Kab. Indramayu yang langsung didapatkan dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kab. Indramayu. Beberapa buku yang berkaitan dengan Pariwisata dan juga buku-buku teori desain komunikasi visual yang penyusun dapatkan.

1.6. Kerangka Pemikiran

Proses penyusunan dalam Tugas Akhir ini dibagi menjadi 5 bab, yaitu:

1) **BAB I. PENDAHULUAN**

Bab ini berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, maksud dan tujuan perancangan, metode pengumpulan data, kerangka pemikiran dan skematika perancangan.

2) **BAB II. LANDASAN TEORI dan ANALISA DATA**

Bab ini berisi landasan teori, tinjauan dari beberapa aspek dan analisa data yang berhubungan dengan pokok pembahasan sebagai dasar pembuatan tugas akhir.

3) **BAB III. KONSEP PERANCANGAN KAMPANYE WISATA BUDAYA DI KAB. INDRAMAYU**

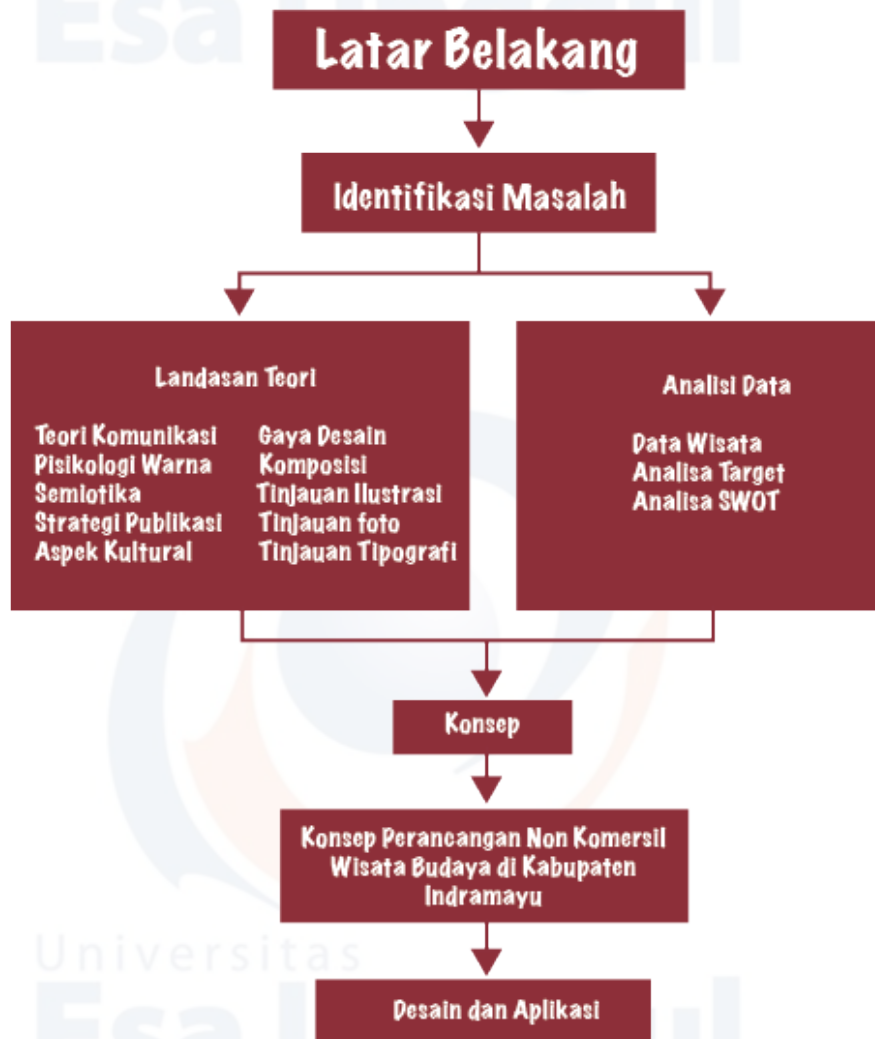
Bab ini membahas konsep media dari perancangan tugas akhir berupa media komunikasi visual untuk kampanye, dimulai dari pra-produksi sampai paska produksi.

4) **BAB IV. DESAIN dan APLIKASI**

Bab ini berisi tentang hasil karya tugas akhir yang telah dibuat, berupa desain yang akan diaplikasikan pada media cetak sebagai sarana promosi.

5) **BAB V. PENUTUP**

Bab ini berisi kesimpulan menyeluruh hasil rancangan tugas akhir dan saran yang penulis peroleh dari hasil analisa dan pembahasan terhadap masalah yang diamati.



Gambar 1.3
Gambar Kerangka Pemikiran
Sumber : Fajar Perdana, 2018.

1.7. Skematika Perancangan

Skematika Perancangan Merupakan suatu penjabaran secara deskriptif tentang hal-hal yang akan ditulis, yang secara garis besar terdiri dari Bagian Awal, Bagian Isi dan Bagian akhir.



Gambar 1.4
Gambar Mind Mapping
Sumber : Fajar Perdana, 2018.