

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pariwisata dalam pembangunan indonesia merupakan salah satu langkah strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi serta pembangunan daerah, hal ini ditandai dengan era digital melalui teknologi informasi pelayanan pariwisata memungkinkan informasi destinasi dapat diakses secara luas dengan efisien, kemudahan akses informasi ini akan meningkatkan daya saing destinasi wisata indonesia di tingkat global karena salah satu industri yang berkontribusi besar pada pertumbuhan ekonomi negara adalah pariwisata.

Pariwisata, di sisi lain, didefinisikan sebagai aktivitas perjalanan singkat yang dilakukan seseorang atau sekelompok orang dari satu tempat ke tempat lain dengan tujuan rekreasi, hiburan, atau alasan sosial budaya tanpa tujuan mencari nafkah di tempat yang dikunjungi. Irma Suryani menjelaskan bahwa pariwisata berasal dari bahasa Sanskerta, dari kata "pari", yang berarti "berkali-kali" atau "penuh", dan "wisata", yang berarti "perjalanan." Secara keseluruhan, kata "pariwisata" berarti "perjalanan" dan "berkali-kali" untuk rekreasi, hiburan, atau memenuhi kebutuhan sosial (Suryani, 2017).

Pariwisata sangat penting untuk membantu pertumbuhan ekonomi melibatkan masyarakat lokal dalam setiap langkah pembangunan tempat wisata sangat penting dan tidak boleh diabaikan, terutama karena semakin banyak orang yang peduli tentang pembangunan pariwisata yang ramah lingkungan. Pembangunan pariwisata yang lebih melibatkan semua orang dan ramah lingkungan terjadi karena adanya manfaat ekonomi yang lebih baik, berkat partisipasi aktif masyarakat dalam menjaga budaya lokal dan lingkungan. Banyak penelitian menunjukkan bahwa banyak hal yang mempengaruhi keterlibatan masyarakat dalam pengembangan daerah pariwisata, seperti dukungan dari pemerintah, daya tarik lokasi wisata, perbaikan fasilitas dan infrastruktur, partisipasi komunitas, serta adanya program pendampingan dan pelatihan. (Balqis et al., 2024)

Indonesia, yang merupakan negara kepulauan memiliki banyak sumber daya alam yang sangat potensial untuk menjadi tempat wisata populer. Salah satu cara terbaik untuk meningkatkan pendapatan asli daerah dan mendorong kemandirian

ekonomi lokal dalam konteks otonomi daerah adalah dengan mengelola potensi wisata dengan benar. Meningkatkan daya saing destinasi dapat dicapai melalui peningkatan daya tarik wisata, pembentukan ikon daerah, dan penyediaan informasi yang akurat dan mudah diakses. Dalam hal ini, alat visual seperti sistem penunjuk arah yang efisien sangat penting untuk membuat wisatawan lebih mudah mendapatkan informasi dan meningkatkan pengalaman secara keseluruhan (Iwan Setiawan, 2019).

Kegiatan pariwisata harus ditingkatkan selain menambah devisa negara, juga membuka lapangan kerja, membawa budaya dan alam Indonesia yang indah ke dunia. Indonesia memiliki potensi pariwisata yang besar karena keanekaragaman budaya dan adat istiadatnya terdapat berbagai suku, bahasa, dan warisan budaya. Berikut Data dari artikel menunjukkan betapa kayanya keragaman budaya Indonesia: Suku Bangsa Sekitar 1.340 di Indonesia, memiliki bahasa daerah lebih dari 2.500 yang digunakan pada berbagai komunitas di Indonesia, warisan budaya takbenda ditetapkan 1.941 warisan budaya takbenda pada tahun 2023, 272 tambahan pada tahun 2024, dan mencapai total 2.213 warisan budaya takbenda (Dyah, 2024).

Provinsi Lampung, yang terletak di ujung selatan Pulau Sumatera, memiliki kekayaan alam yang luar biasa. Ini termasuk pantai berpasir putih, hutan tropis, pegunungan, dan berbagai jenis flora dan fauna yang unik. Keindahannya yang luar biasa membuat Lampung memiliki peluang yang sangat baik untuk menjadikan pariwisata sebagai salah satu penggerak utama ekonominya. Potensi sumber daya alam ini dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat lokal dan menarik wisatawan domestik dan asing melalui pengelolaan yang optimal dan berkelanjutan. Peningkatan yang terjadi yang tercatat pada sektor pariwisata dari (Badan Pusat Statistik Provinsi Lampung, 2025) membuktikan bahwa sektor wisata Lampung merupakan destinasi yang sedang meningkat, berikut adalah datanya:

Tabel 1.1 Data Wisatawan

Tahun	Jumlah Wisatawan		% kenaikan / Penurunan
	Lampung	Lampung Selatan	
2019	17.022.530	2.349.235	-
2020	8.525.722	1.441.077	0 %
2021	9.176.866	1.433.947	0 %

2022	10.925.704	1.544.728	+ 7,7%
2023	13.760.697	2.009.659	+ 30,1%
2024	17.875.613	2.502.774	+ 24,5%

Namun demikian, banyak tantangan masih ada saat mengembangkannya, seperti keterbatasan infrastruktur, promosi wisata yang kurang, dan sumber daya manusia pariwisata yang buruk. Jadi, untuk membantu pertumbuhan pariwisata yang berkelanjutan di Provinsi Lampung dan melindungi lingkungan serta budaya lokal, sangat penting untuk melakukan penelitian tentang potensi sumber daya alam dan cara mengembangkannya (Nadila et al., 2024).

Pariwisata telah lama diakui sebagai salah satu faktor utama yang mendorong pertumbuhan ekonomi di banyak tempat, termasuk di Provinsi Lampung. Kemampuan daerah untuk menyediakan berbagai barang dan jasa ekonomi kepada penduduknya dan meningkatkan pendapatan per kapita sangat penting untuk pertumbuhan ekonominya. Menurut (Anggarini, 2021), bidang pariwisata, yang mencakup wisata budaya, transportasi, rekreasi, hotel, dan restoran, memiliki dampak positif dan signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi Lampung. Jika dikelola dengan baik, tempat tinggal, transportasi, dan objek wisata dapat menarik lebih banyak pengunjung dan membantu meningkatkan ekonomi masyarakat. Oleh karena itu, untuk memperkuat struktur ekonomi dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat di Provinsi Lampung, pengembangan sektor pariwisata yang terintegrasi dan berkelanjutan sangat penting.

Sistem tanda pada tempat umum dapat membantu orang menemukan tujuannya. Suatu sistem tanda yang menarik dan informatif dapat menghemat waktu dan energi bagi masyarakat di suatu tempat. Jika suatu ruang publik tidak memiliki *sign system*, aktifitas di sana akan terhambat karena informasi yang dibutuhkan masyarakat sebagai pengguna ruang publik akan kurang tersampaikan. Sebagai representasi visual *sign system* dikategorikan berdasarkan fungsi dari informasi yang disampaikan antara lain : 1) *Identification sign* yaitu tanda yang berfungsi untuk mengidentifikasi tempat, misalkan simbol pria pada toilet pria, 2) *Direction sign* yaitu tanda yang berfungsi memberikan informasi arah di sebuah lokasi yang akan dituju misalnya petunjuk arah ke lantai dua suatu gedung, 3) *Regulation sign* yaitu tanda yang mengatur suatu perilaku manusia saat berada di lokasi tersebut misalnya simbol

dilarang merokok, 4) *Operational sign* yaitu petunjuk pengoperasian suatu hal yang belum diketahui oleh audience, misalnya cara menggunakan lift dan 5) *Warning sign* yaitu tanda yang berisi informasi peringatan atau prosedur yang berkaitan dengan keselamatan di suatu lokasi misalnya tanda hati-hati pada suatu tempat (Tribuana et al., 2020).

Sistem navigasi visual, juga dikenal sebagai *sign system*, sangat penting untuk meningkatkan pengalaman pengguna di lingkungan publik seperti rumah sakit, klinik, dan tempat wisata. *Sign system* atau tanda yang efektif dapat membantu pengunjung menemukan lokasi tujuan dengan lebih mudah, untuk membantu efisiensi alur lalu lintas, dan menciptakan suatu tempat yang lebih teratur dan nyaman. Tanda - tanda yang digunakan dalam sistem tanda ini biasanya menjelaskan makna aturan, yang merupakan standar global yang mudah dipahami oleh semua orang. Lalu lintas akan sangat sulit jika tidak ada rambu. Ini juga berlaku untuk tempat umum, tempat wisata, gedung perkantoran, dan rumah sakit yang sangat besar yang tidak diketahui lokasi dan namanya (Nugraha, 2019).

Peta informasi atau *creative map* adalah suatu media visual yang menarik untuk menyampaikan informasi kepada wisatawan. Dalam industri wisata, peta informasi berperan sebagai penunjuk lokasi dan pembentukan identitas visual destinasi. Penyajian elemen visual yang merepresentasikan karakteristik dan daya tarik destinasi, peta yang dibuat dengan pendekatan desain modern dan informatif memiliki kemampuan untuk membantu pengunjung dalam memberi informasi. Untuk memastikan komunikasi yang efektif, perancangan peta dilakukan melalui proses yang sistematis. Ini dimulai dengan menentukan kebutuhan pengguna, mengeksplorasi ide visual, dan menyelesaikan tahap verifikasi desain. Media ini memiliki peta yang berisi informasi tentang fasilitas, lokasi aktivitas, dan aspek budaya, yang membuatnya tidak hanya membantu navigasi tetapi juga meningkatkan pengalaman wisata. Oleh karena itu, peta informasi adalah alat komunikasi visual yang penting untuk memberi wisatawan informasi yang mereka butuhkan dengan cepat dan menarik (Apriliyani et al., 2021).

Persepsi masyarakat terhadap ruang publik, termasuk taman kota, dipengaruhi oleh representasi visual yang menarik dan komunikatif. *Infotainment map*, yang menggabungkan informasi dan hiburan dalam bentuk peta visual, menjadi cara yang populer untuk menyampaikan data dengan cara yang baru dan mudah dipahami oleh

masyarakat. Namun, seiring kemajuan, peta infotainment tidak selalu mengacu pada representasi spasial atau peta lokasi geografis yang spesifik. Ini adalah pendekatan infotainment yang menggunakan kekuatan desain visual untuk membangun hubungan antara ruang publik dan publiknya. (Mediana Harianti Efendi, 2024)

Kekayaan budaya dan keragaman destinasi Provinsi Lampung memiliki potensi pariwisata yang sangat besar. Terletak di Desa Jatimulyo, Kecamatan Jati Agung, Kabupaten Lampung Selatan, Jati Agro adalah salah satu tempat wisata yang sedang berkembang. Wisata ini awalnya merupakan kebun pribadi milik keluarga, tetapi sejak tahun 2019 telah dibuka untuk umum dengan tujuan utama sebagai tempat rekreasi edukatif untuk anak-anak usia dini. Wisata Jati Agro terus berkembang sehingga banyak orang, bukan hanya anak-anak, tetapi juga wisatawan dari luar daerah mengunjunginya.

Namun jumlah pengunjung yang terus meningkat dari tahun ke tahun membuat hal ini harus didukung oleh sistem informasi yang baik. Ketidakjelasan informasi tentang lokasi di kawasan wisata adalah salah satu masalah yang paling umum. Banyak pengunjung menghadapi kesulitan saat mencari fasilitas umum seperti aula, toilet, kolam renang, tempat ibadah, rumah segitiga, dan kebun edukasi. Permasalahan ini ada karena kurangnya media informasi yang dapat membantu pengunjung dalam memahami tata letak kawasan wisata. Berikut adalah data pengunjung setiap tahun di wisata jati agro Lampung selatan dari hasil observasi kepada pengelola:

Tabel 1.2 Jumlah Pengunjung Jati Agro Farming

Tahun	Jumlah pengunjung	Keterangan
2019	10.388	Kunjungan Tertinggi
2020	-	Tidak Beroperasi Penuh
2021	7.598	Mulai Buka Kembali
2022	5.672	Belum Pulih
2023	5.600	Stagnan
2024	7.234	Pemulihan Signifikam

Perjalanan wisata menjadi tidak nyaman karena media informasi yang sudah ada belum terlalu berguna untuk membantu. Pengunjung baru sering tersesat atau bingung hanya untuk menemukan lokasi fasilitas. Beberapa bahkan mengatakan

mereka harus bertanya kepada penjaga, petugas kebersihan, atau pengunjung lain untuk mengetahui ke mana harus pergi. Nama lokasi hanya ditunjukkan oleh penunjuk arah tanpa memberikan penjelasan tentang posisi atau rute yang harus diikuti, pengunjung terkadang melewati fasilitas tertentu tanpa menyadarinya.

Dengan luas area mencapai 1,5 hektare (15.000 m²), sistem informasi yang belum jelas menjadi masalah bagi pengunjung dalam memahami keseluruhan kawasan wisata. Fasilitas-fasilitas yang tersebar di berbagai titik sering kali tidak terlihat atau terlewat begitu saja karena informasi yang diberikan pada media saat ini belum terlalu jelas. Akibatnya, pengunjung hanya mengandalkan intuisi atau bertanya secara lisan kepada petugas dan orang sekitar. Situasi ini tidak hanya menimbulkan kebingungan, tetapi juga menciptakan pengalaman wisata yang kurang menyenangkan. Banyaknya fasilitas di dalam kawasan justru berpotensi tidak dimanfaatkan secara optimal karena pengunjung tidak mengetahui keberadaannya. Hal ini menimbulkan kesan bahwa kawasan wisata terlalu luas dengan media informasi yang kurang jelas.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan pembahasan latar belakang permasalahan terkait wisata jatiagro lampung selatan dapat diidentifikasi beberapa masalah yaitu:

1. *Sign system* yang sudah ada kurang efektif sehingga ada keluhan dari pengunjung, terutama mereka yang berasal dari luar Bandar Lampung kesulitan dalam menavigasi area wisata di Jati Agro.
2. Kurangnya media visual yang informatif, menarik, dan mampu memberikan informasi destinasi yang dapat menarik secara visual dan mudah dipahami.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan masalah yang diidentifikasi di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut. Bagaimana merancang sign system dan creative map yang efektif untuk pengunjung di Jati Agro?

1.4 Batasan Lingkup Perancangan

Berdasarkan pada rumusan masalah yang sudah diuraikan, dapat disimpulkan batasan masalah yang digunakan untuk membatasi pembahasan masalah supaya tidak

semakin luas sebagai berikut:

1. Mendesain ulang *sign system* untuk wisata jati agro lampung selatan.
2. Membuat *creative map* untuk wisata jati agro lampung selatan.

1.5 Tujuan Perancangan

Berdasarkan permasalahan yang telah dijabarkan diatas, maka tujuan dari perancangan ini antara lain:

1. Menciptakan dan merancang ulang *sign system* di Jati Agro yang efektif agar fasilitas wisata, rute navigasi, dan lokasi dapat dipahami dengan benar.
2. Membuat *creative map* yang informatif dan mudah dipahami oleh pengunjung guna menarik secara visual yang sesuai konsep jati agro.

1.6 Manfaat Perancangan

Adapun manfaat perancangan *wayfinding sign system* dan *creative map* sebagai berikut:

1.6.1 Manfaat untuk Mahasiswa

Menambah referensi dalam bidang desain komunikasi visual terkait desain peta kreatif untuk wisata dan memberikan kontribusi dalam bidang desain komunikasi visual, khususnya dalam desain *sign system* dan *creative map*.

1.6.2 Manfaat bagi Institusi

Perancangan media visual dapat meningkatkan reputasi akademik untuk meningkatkan kesadaran merek, meningkatkan kualitas institusi, dan dapat menjadi contoh bahan untuk para peneliti yang akan datang untuk melakukan analisis yang lebih baik.

1.6.3 Manfaat bagi Lembaga

Membantu pengunjung lebih mudah menemukan fasilitas dan tata letak wisata, memberi pengunjung lebih banyak informasi, meningkatkan profesionalitas wisata, dan mempermudah promosi wisata dengan peta digital yang dapat dilihat secara *offline* maupun *online* melalui instagram wisata jatiagro.