BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan negara kesatuan yang memiliki berbagai macam keindahan alam sebagai aset pariwisatanya. Sebagai negara yang beriklim tropis, Indonesia hadir sebagai negara yang menyediakan khasanah budaya dan keindahan alam yang beragam. Terdiri dari dua elemen geografis yang membentuk masyarakat Indonesia, yaitu masyarakat maritim sebagai masyarakat yang bergantung pada laut dan masyarakat agraris sebagai masyarakat yang bergantung pada kesuburan pegunungan. Berbedanya wilayah, mata pencaharian, geografis, akan menentukan perbedaan perlakuan bagi masyarakat sebagai pelaku budaya, keberagaman yang terkandung ini yang direfleksikan masyarakat Indonesia didalam ideologi negaranya yaitu *Bhineka Tunggal Ika*. Keberagaman menyebabkan masyarakat Indonesia menjadi masyarakat terbuka (*open society*) dan menjunjung tinggi multikultural dan berpandangan pluralitas. Terdiri dari berbagai suku, bahasa dan agama yang berbeda. Suku Batak, Melayu, Minang, Jawa, Sunda, dan suku-suku lainnya diberbagai belahan Indonesia yang meliputi Sabang sampai Merauke. Selain memiliki populasi padat dan wilayah yang luas, Indonesia memiliki wilayah alam yang mendukung tingkat keanekaragaman hayati terbesar kedua di dunia.

Berbagai nilai yang berbeda ditiap daerah menambah keunikan pariwisata, seperti halnya nilai kesejarahan, budaya, artefak, kesenian, dan tradisi juga mendukung terciptanya Indonesia yang kaya akan potensi pariwisata, seperti halnya Padang sebagai ibukota Sumatra Barat yang terkenal dengan Rumah Gadang dan Jam Gadang. Lain lagi dengan Kota Pariaman, walaupun terletak di propinsi yang sama, Kota Pariaman adalah pintu gerbang memasuki alam Minangkabau, kota ini juga menjadi simbol pembauran antar berbagai etnis dan pusat penyebaran Islam di Sumatera Barat pada fase pertama. Akibat pembauran tersebut, Kota Pariaman menjadi kaya akan khasanah budaya dan tradisi yang unik dan tidak dijumpai ditempat lain di Sumatera Barat.

Berdasarkan data yang diperoleh dari *website* resmi Pemerintah Kota Pariaman, Kota Pariaman terletak di Pesisir Barat Sumatra Barat. Secara geografis Kota Pariaman memiliki keindahan laut yang memukau, Panjang pantai Kota Pariaman lebih kurang 12,7 kilometer, dengan pesona pantai yang indah, memiliki peluang untuk dikembangkan.

Berbeda dengan daerah-daerah lain di Minangkabau, daerah Kota Pariaman sangat berpotensi jika mengolah khasanah wisata bahari. Banyak kepulauan di daerah Kota Pariaman yang masih sangat indah dan menunggu tangan ringan dari pemerintah untuk membenahinya dan menyediakan beragam kenyamanan untuk para wisatawan.

Kondisi geografis Kota Pariaman berbeda dengan kota-kota di Sumatra Barat misalnya Bukittinggi, Payakumbuh, Solok, Padang, menjadikan Kota Pariaman sebagai pelengkap potensi wisata bagi Sumatra Barat. Jika kota-kota lain memiliki potensi alam perbukitan, pegunungan, dan danau, maka Kota Pariaman memiliki pantai yang membujur puluhan kilometer dari Ulakan sampai ke Tanjung Mutiara. Di banyak tempat pantai Kota Pariaman terlihat sangat asri dengan pasir putih bercampur batu apung dan karang-karang kecil yang dibawa ombak ke pantai. Pantai Kota Pariaman landai dengan banyak pepohonan nyiur dan cemara laut di pinggirnya selain menambah keindahan panorama juga memberi kesejukan bagi pengunjung.

Disamping itu, setiap tahunnya Kota Pariaman dimeriahkan dengan festival budaya *Tabuik*, yang diselenggarakan setiap tanggal 1 sampai 10 Muharram. Selama prosesi pembuatan *Tabuik* dilaksanakan berbagai festival kesenian *anak nagari* seperti pencak silat, lomba *gandang tasa*, layang-layang tradisional, musik Islami, indang serta pemilihan *Cik Uniang* dan *Cik Ajo* Kota Pariaman, juga ikut memeriahkan upacara *Tabuik*. Upacara ini tidak hanya dikenal oleh kalangan masyarakat lokal namun juga masyarakat luar Kota Pariaman, bahkan sudah merupakan *core event* yang ramai dikunjungi wisatawan.

Upacara *Tabuik* menjadi ikon Kota Pariaman juga menguatkan betapa daerah ini sangat permisif terhadap masuknya berbagai kebudayaan baru dan juga ramah terhadap pendatang, dilihat dari

sejarah upacara *Tabuik* sendiri merupakan hasil dari silang budaya (*Hybrid*) antara budaya India dan Kota Pariaman. Karena dari sejarahnya Kota Pariaman dikenal sebagai pintu gerbang dan memiliki pelabuhan terbesar ketika itu untuk para pedagang. Kontak budaya secara intents inilah yang menyebabkan masyarakat Kota Pariaman menjadi terbuka dengan kebudayaan lain. Sebagai daerah yang terletak di pinggir pantai, berpasir putih dengan deretan pulau-pulau kecil menjadikan Kota Pariaman sebagai kota wisata bahari yang layak dijadikan tujuan wisata bagi masyarakat lokal maupun mancanegara.

Seperti dijelaskan dalam *website* resmi Pemerintah Kota Pariaman, Pulau Angso Duo yang terletak 2 mil di lepas pantai merupakan resor wisata historis-religius yang akan dikembangkan. Di pulau ini terdapat kuburan panjang (lebih kurang 4,5 meter) dan beberapa kuburan lainnya. Objek wisata Pulau Angso juga dapat dijadikan sebagai objek wisata *trekking*.

Namun akibat gempa Sumatra Barat oktober 2009 serta tsunami Mentawai pada tahun 2010, mengakibatkan sebagian sarana dan prasarana wisatawan rusak parah. Kota Pariaman menjadi kota yang rawan untuk dikunjungi wisatawan lokal maupun mancanegara karena banyaknya isu tsunami yang menyebabkan pelancong takut untuk datang ke Kota Pariaman.

Kondisi ini diperburuk dengan adanya undang-undang Republik Indonesia Nomor 22 Tahun 1999, perihal penyelenggaraan

otonom daerah. Pemerintah daerah diberi kekuasaan untuk membuat kebijakan sendiri dengan tujuan mengatasi krisis perekonomian secara mandiri bagi setiap daerah otonom. Seperti Kota Pariaman, dengan penerapan otonomi daerah, Kota Pariaman dituntut untuk lebih mandiri dalam mengelola perekonomiannya.

1.2. Identifikasi masalah

Dalam perkembangannya, Kota Pariaman semakin sepi, tidak hanya kurang dikenal oleh wisatawan lokal maupun mancanegara, Kota Pariaman juga ditinggalkan oleh sebagian masyarakatnya yang terkenal sebagai perantau.

Pokok identifikasi masalah:

- Kota Pariaman memiliki berbagai macam seni budaya tradisional, peninggalan sejarah, potensi alam yang indah, terutama pantai dan lautnya, kerajinan rakyat dan kuliner yang khas yang memiliki peluang untuk dikembangkan.
- Adanya festival budaya tahunan *Tabuik*, yang menjadi aset budaya dan ikon Kota Pariaman yang belum dikenal oleh masyarakat luas.
- Seringnya ada isu tsunami membuat para wisatawan lokal maupun mancanegara takut datang ke Kota Pariaman, yang mengakibatkan penurunan wisatawan.
- Dengan penerapan otonomi daerah, Kota Pariaman dituntut untuk dapat mengelola perekonomiannya, serta harus mampu bersaing dengan daerah lain, sehingga menjadikan Kota Pariaman sebagai kota yang lebih mandiri.

- Kota Pariaman belum memiliki identitas yang kuat yang menjadikan Kota Pariaman berbeda dengan kota lainnya di Sumatra Barat maupun Indonesia pada umumnya.
- Keunikan budaya serta keindahan Kota Pariaman merupakan kekuatan untuk mengangkat identitas Kota Pariaman.

1.3. Fokus permasalahan

Berdasarkan identifikasi masalah sebagaimana telah dipaparkan di atas penulis memfokuskan untuk memberikan identitas (pencitraan) atau *city branding* Kota Pariaman.

1.4. Tujuan Perancangan

- Mendapatkan konsep perancangan tentang desain komunikasi visual *city branding* Kota Pariaman sebagai kawasan wisata bahari yang memiliki berbagai keunikan budaya, makanan, serta *handicraft* yang menarik
- Memperkenalkan Kota Pariaman sebagai tujuan wisata
- Menambah wawasan dan pengetahuan tentang Kota Pariaman dan keunikan kebudayaan lokal.
- Memperoleh wawasan tentang *city branding* yang dapat dijadikan salah satu solusi bagi permasalahan yang dialami daerah otonom di Indonesia
- Sebagai rujukan penelitian bagi mahasiswa desain komunikasi visual dalam merancang *city branding.*

1.5. Definisi Operasional

- Kota Pariaman

  Pada brosur dijelaskan bahwa Kota Pariaman merupakan salah satu Kota di Provinsi Sumatera Barat, Indonesia. Kota ini berjarak sekitar 56 km dari Kota Padang atau 25 km dari Bandara Internasional Minangkabau. Kota Pariaman merupakan hamparan dataran rendah dengan luas 73,36 km^2, berhawa panas dan memiliki panjang garis pantai lebih kurang 12,7 km. Disamping dataran terdapat 6 pulau kecil non urban yakni Pulau Angso, Kasiak, Tangah, Ujuang, Bando dan Gosong beserta gugusan karang.

- Identitas

  Olins (1989) menjelaskan "*identity is expressed in the names, symbols, logos, colours and rites of passage which the organization uses to distinguish itself, its brands and its constiuent companies*" (h.9).

- *City Branding*

  City branding dapat dikatakan sebagai strategi dari suatu negara atau daerah untuk membuat positioning yang kuat didalam benak target pasar mereka, seperti layaknya *positioning* sebuah produk atau jasa, sehingga negara dan daerah tersebut dapat dikenal secara luas di seluruh dunia (Muhith, 2008, h.76).