

BAB II LANDASAN TEORI

A. Desain Komunikasi Visual

Desain komunikasi visual merupakan disiplin ilmu yang bertujuan mempelajari konsep-konsep komunikasi serta ungkapan kreatif melalui berbagai media untuk menyampaikan pesan dan gagasan secara visual termasuk audio dengan mengelola elemen-elemen grafis yang berupa bentuk dan gambar, tatanan huruf (tipografi), serta komposisi warna serta *layout* (tata letak atau perwajahan), sehingga gagasan dapat diterima oleh sasaran penerima pesan (Adi Kusrianto, 2007 : 2).

Desain komunikasi visual dalam pengertian modern adalah desain yang dihasilkan dari rasionalitas. Dilandasi pengetahuan bersifat rasional dan pragmatis. Jagat desain komunikasi visual senantiasa dinamis, penuh gerak dan perubahan. Hal itu karena peradaban dan ilmu pengetahuan modern memungkinkan lahirnya industrialisasi. Sebagai produk kebudayaan yang terkait dengan sistem sosial dan ekonomis, desain komunikasi visual berhadapan pada konsekuensi sebagai produk massal dan konsumsi massa (Widagdo, 1993 : 31).

Desain komunikasi visual berhubungan dengan penampilan rupa yang dapat diserap dengan pikiran maupun perasaan. Rupa yang mengandung pengertian atau makna, karakter serta suasana, yang mampu dipahami (diraba dan dirasakan) oleh khalayak umum atau terbatas (T Sutanto, 2005 : 15-16)

Disimpulkan bahwa desain komunikasi visual sebagai salah satu bagian dari seni terap yang mempelajari tentang perencanaan dan perancangan berbagai

bentuk informasi komunikasi visual. Proses kreatifnya diawali dari menemukan permasalahan komunikasi visual, mencari data verbal dan visual, menyusun konsep kreatif yang berlandaskan pada karakteristik target sasaran, sampai dengan penentuan visualisasi final desain untuk mendukung tercapainya sebuah komunikasi visual yang fungsional, persuasif, artistik, estetis, dan komunikatif.

Disiplin ilmu tersebut sebagai landasan bagaimana perancangan dalam menyampaikan pesan yang efektif, efisien, komunikatif, dan estetis dengan kreativitas pengolahan visual data informasi. Bertujuan perancangan desain komunikasi visual yang dirancang dapat dilihat dengan indra penglihatan dengan baik dan selalu diingat dibenak pemikiran.

B. Media

Kata media, berasal dari bahasa Latin, bentuk jamak dari *medium* secara harfiah berarti perantara atau pengantar. Media adalah suatu alat yang dipakai sebagai saluran (*channel*) untuk menyampaikan pesan (*message*) atau informasi dari suatu sumber (*resource*) kepada penerimanya (*reciver*) (Soeparno, 1988:1).

Media adalah semua bentuk perantara yang digunakan oleh manusia untuk menyampaikan atau menyebar ide, gagasan atau pendapat, sehingga ide, gagasan atau pendapat yang dikemukakan itu sampai kepada penerima yang dituju (Arsyad, 2002: 4).

Disimpulkan bahwa media merupakan perantara, sarana, alat untuk menyampaikan informasi kepada penerima dan segala sesuatu yang dapat digunakan untuk menyalurkan pesan dari pengirim ke penerima dalam proses komunikasi. Tinjauan pada media bermanfaat untuk mengetahui bagaimana peran

media sebagai perantara dari suatu sumber pesan kepada penerima pesan, guna mencapai tujuan. Diharapkan informasi yang disampaikan melalui media tersebut dapat merangsang pikiran, perasaan, perhatian agar terjadi komunikasi yang efektif dan efisien pada perancangan desain komunikasi visual.

Becak dalam bahasa Hokkien: *be chia* yang berarti kereta kuda merupakan moda transportasi beroda tiga. Kapasitas normal becak adalah dua orang penumpang dan seorang pengemudi. Di Indonesia becak terbagi atas dua jenis yaitu: becak kayuh (becak yang menggunakan sepeda, dengan tenaga penggerak manusia, sebagai kemudi) dan becak bermotor (becak yang menggunakan sepeda motor sebagai penggerak). Becak merupakan alat angkutan yang ramah lingkungan karena tidak menyebabkan polusi udara dan polusi suara (kecuali becak bermotor). Terdapat bagian-bagian seperti: sisi belakang badan becak, penutup roda kanan dan roda kiri, serta bagian kursi dan atap becak yang dapat dimanfaatkan sebagai media komunikasi. Media tersebut bermanfaat sebagai tempat promosi identitas budaya kota Surakarta. Bagian-bagian becak tersebut berfungsi sebagai media komunikasi dengan pencitraan budaya khas Surakarta kepada wisatawan nasional maupun internasional.

C. Pariwisata

Pariwisata secara Etomologi berasal dari dua kata yaitu “pari” yang berarti banyak/berkeliling, sedangkan pengertian wisata berarti “pergi”. Didalam Kamus Besar Bahasa Indonesia pariwisata adalah suatu kegiatan yang berhubungan dengan perjalanan rekreasi.

Parawisata adalah suatu proses kepergian sementara dari seseorang atau lebih, menuju tempat lain di luar tempat tinggalnya. Dorongan kepergiannya adalah karena berbagai kepentingan, baik karena kepentingan ekonomi, sosial, kebudayaan, politik, agama, kesehatan maupun kepentingan lain yang bersifat sekedar ingin tahu menambah pengalaman baru (B. Wibowo,1990: 23-24).

Pariwisata adalah salah satu jenis industri baru yang mampu mempercepat pertumbuhan ekonomi dan penyediaan lapangan kerja, peningkatan penghasilan, standar hidup serta menstimulasi sektor-sektor produktif lainnya. Selanjutnya, sebagai sektor yang kompleks, pariwisata juga merealisasi industri-industri klasik seperti industri kerajinan tangan dan cinderamata, penginapan dan transportasi (Prof. Salah Wahab, 1996:116).

Simpulan pariwisata merupakan keseluruhan kegiatan pemerintahan, dunia usaha dan masyarakat untuk mengatur, mengurus dan melayani kebutuhan wisatawan yang melakukan suatu perjalanan dengan perorangan atau lebih untuk sementara waktu yang diselenggarakan dari suatu tempat ketempat lain dengan meninggalkan tempat semula dan dengan suatu perencanaan atau bukan maksud mencari nafkah di tempat yang dikunjunginya, tetapi semata-mata untuk menikmati kegiatan perjalanan wisata atau rekreasi untuk memenuhi keinginan yang beraneka ragam, dengan tujuan untuk mendapatkan kenikmatan dan hasrat ingin mengetahui sesuatu. Tinjauan pariwisata tersebut bermanfaat untuk mengetahui bagaimana sesungguhnya proses pariwisata dan aktivitas pariwisata itu terjadi, guna untuk lebih mengenal aktivitas pariwisata di Surakarta.

1. Batasan pariwisata

Beberapa komponen pokok yang secara umum disepakati di dalam batasan pariwisata, batasan tersebut adalah sebagai berikut:

- a. *Traveler*, yaitu orang yang melakukan perjalanan antar dua atau lebih lokalitas.
- b. *Visitor*, yaitu orang yang melakukan perjalanan ke daerah yang bukan merupakan tempat tinggalnya, kurang dari 12 bulan, dan tujuan perjalanannya bukanlah untuk terlibat dalam kegiatan untuk mencari nafkah, pendapatan, atau penghidupan di tempat tujuan.
- c. *Tourist*, yaitu bagian dari visitor yang menghabiskan waktu paling tidak satu malam (24jam) di daerah yang dikunjungi.

2. Unsur pariwisata

Semua definisi yang diutarakan para ahli diatas mengandung beberapa unsur yang pokok yang sama yaitu:

- a. Adanya unsur *travel* (perjalanan), yaitu pergerakan manusia dari suatu tempat ke tempat lain;
- b. Adanya unsur “tinggal sementara” di tempat yang bukan merupakan tempat tinggal yang biasanya; dan
- c. Tujuan utama dari pergerakan manusia tersebut bukan untuk mencari penghidupan/pekerjaan di tempat yang dituju (Richardson and Flucker 2004:5)

3. Elemen pariwisata

Mathieson dan Wall (1982) mengatakan bahwa pariwisata mencakup tiga elemen utama yaitu:

- a. *A dynamic element*, yaitu *travel* ke suatu destinasi wisata
- b. *A static element*, yaitu singgah di daerah tujuan
- c. *A consequential element*, atau akibat dari dua hal di atas (khususnya terhadap masyarakat lokal), yang meliputi dampak ekonomi, sosial, dan fisik dari adanya kontak dengan wisatawan.

4. Struktur pariwisata

Pengklasifikasian sektor-sektor yang didasarkan pada fungsinya dalam pariwisata berdasarkan klasifikasi Leiper (1990: 29-30), terdapat tujuh sektor utama dalam pariwisata, yaitu sebagai berikut:

a) Sektor pemasaran

Mencakup semua unit pemasaran dalam industri pariwisata. Umumnya sektor pemasaran berada di *traveller generating region* dimana kegiatan promosi, *advertising*, publikasi dan penjualan produk dan paket wisata dilakukan.

b) Sektor perhubungan

Mencakup semua bentuk dan macam transportasi publik, khususnya yang beroperasi sepanjang jalur transit yang menghubungkan tempat asal wisatawan dengan tempat tujuan wisatawan. Misalnya penerbangan, penyewaan mobil, taksi, angkutan dalam kota maupun luar kota, kereta api, becak, dan sebagainya.

c) Sektor akomodasi

Sebagai penyedia tempat tinggal sementara (penginapan) dan pelayanan yang berhubungan dengan hal itu, seperti penyediaan makanan dan minuman.

d) Sektor daya tarik/atraksi wisata

Terfokus pada penyediaan daya tarik atau atraksi wisata bagi wisatawan terhadap suatu tujuan wisata. Daya tarik tersebut antara lain berupa:

- 1) Sumber yang bersifat alamiah seperti iklim, pemandangan alam, lingkungan hidup, fauna, flora, dan sebagainya.
- 2) Sumber buatan manusia seperti sisa-sisa peradaban masa lampau, monumen bersejarah, rumah peribadatan, museum, pemakaman, dan sebagainya.
- 3) Sumber yang bersifat manusiawi seperti warisan budaya misalnya: tarian, sandiwara, drama, upacara penguburan mayat, upacara perkawinan, upacara keagamaan upacara untuk memperingati peristiwa penting, dan sebagainya.

e) Sektor tour operator

Mencakup perusahaan penyelenggara dan penyedia paket wisata dengan memilih dua atau lebih komponen (baik tempat, paket, atraksi wisata). Komponen utama berupa transportasi dan akomodasi.

f) Sektor pendukung

Mencakup pendukung terselenggarakannya kegiatan wisata baik di tempat asal, sepanjang rute transit, maupun tempat tujuan wisata. Misalnya, toko oleh-oleh, restoran, asuransi perjalanan wisata, travel cek, bank dengan kartu kredit, dan sebagainya.

g) Sektor pengkoordinasi/regulator

Mencakup peran pemerintah selaku regulator dan asosiasi di bidang pariwisata selaku penyelenggara pariwisata, baik tingkat lokal, regional, maupun internasional. Sektor ini menangani perencanaan dan fungsi manajerial untuk membuat sistem koordinasi antara seluruh sektor. Misalnya, tingkat lokal dan nasional seperti Departemen Pariwisata, Dinas Pariwisata Propinsi (Disparda), Perhimpunan Hotel dan Restoran (PHRI), dan sebagainya. Di tingkat regional dan internasional seperti *World Tourism Organization* (WTO), *Pacific Asia Travel Association* (PATA), dan sebagainya.

5. Sumber daya pariwisata

Sumber daya terkait dengan pengembangan pariwisata umumnya berupa sumber daya alam, sumber daya budaya, sumber daya minat khusus, disamping sumber daya manusia. Adapun penjelasannya sebagai berikut:

a) Sumber daya alam

Elemen sumber daya, misalnya air, pepohonan, udara, hamparan pegunungan, pantai, dan sebagainya, tidak akan menjadi sumber daya yang berguna bagi pariwisata kecuali semua elemen tersebut dapat memuaskan

dan memenuhi kebutuhan manusia. Oleh karenanya, sumber daya memerlukan intervensi manusia untuk mengubahnya agar bermanfaat dengan mentransformasikannya.

b) Sumber daya budaya

Peranan budaya dalam pariwisata merupakan salah satu penyebab orang ingin melakukan perjalanan wisata dengan adanya keinginan untuk melihat cara hidup dan budaya orang lain, serta keinginan untuk mempelajari budaya orang lain. Selain itu, peranan budaya sebagai faktor penarik dengan mempromosikan karakteristik budaya dari destinasi.

c) Sumber daya minat khusus

Salah satu penyebab terjadinya segmentasi atau spesialisasi pasar pariwisata adalah adanya kecenderungan wisata dengan minat khusus, baik dalam jumlah wisatawan maupun dari minatnya. Pariwisata dengan minat khusus diperkirakan akan menjadi trend perkembangan pariwisata kedepannya, sebab calon wisatawan telah menginginkan jenis pariwisata yang fokus dan mampu memenuhi kebutuhan spesifik wisatawan.

Jenis-jenis sumber daya pariwisata minat khusus yang bisa dijadikan atraksi wisata dapat diklarifikasikan sebagaimana dalam Tabel 1 (Richardson dan Fluker, 1974: 71).

No	Klasifikasi	Contoh
1	<i>Active adventure</i> (petualang aktif)	- <i>Caving</i> - <i>Parachute jumping</i> - <i>Trekking</i> - <i>Off-road adventure</i>
2	<i>Nature and wildlife</i>	- <i>Birdwatching</i> - <i>Ecotourism</i> - <i>Geology</i> - <i>National parks</i> - <i>Rainforest</i>
3	<i>Affinity</i>	- <i>Artist's workshop</i> - <i>Senior Tour</i> - <i>Tour for the handicapped</i>
4	<i>Romance</i>	- <i>Hannymoon</i> - <i>Island vacation</i> - <i>Nightlife</i> - <i>Singel Tour</i> - <i>Spa/hot spring</i>
5	<i>Family</i>	- <i>Amusemen park</i> - <i>Camping</i> - <i>Shopping trips</i> - <i>Whalewatching</i>
6	<i>Soft adventure</i>	- <i>Backpacking</i> - <i>Bicycle touring</i> - <i>Canoing/kayaking</i> - <i>Scuba diving/snorkelling</i> - <i>Walking tours</i>
7	<i>History/culture</i>	- <i>Agriculture</i> - <i>Art/architecture</i> - <i>Art festival</i> - <i>Film/film history</i>
8	<i>Hobby</i>	- <i>Antique</i> - <i>Beer festival</i> - <i>Craft tour</i> - <i>Gambling</i> - <i>Videography tour</i>
9	<i>Spiritual</i>	- <i>Pilgrimage/mythology</i> - <i>Religion/spiritual</i> - <i>Yiga and Spiritual tours</i>
10	<i>Sports</i>	- <i>Basket ball</i> - <i>Car racing</i> - <i>Olympic games</i> - <i>Soccer</i>

Tabel 1. Sumber Daya Minat Khusus

d) Sumber daya manusia

Sumber daya manusia sebagai salah satu komponen vital dalam pembangunan pariwisata. Hampir setiap tahap dan elemen pariwisata memerlukan sumber daya manusia sangat menentukan eksistensi pariwisata. Sebagai salah satu industri jasa, sikap dan kemampuan *staff* akan berdampak krusial terhadap bagaimana pelayanan pariwisata diberikan kepada wisatawan secara langsung akan berdampak pada kenyamanan, kepuasan, dan kesan atas kegiatan wisata yang dilakukan.

D. Surakarta

Nama Surakarta digunakan dalam situasi formal-pemerintah, sedangkan nama Sala/Solo lebih umum penggunaannya. Kata *sura* dalam bahasa Jawa berarti “keberanian” dan *karta* berarti “sempurna”/“penuh”. Budaya atau kebudayaan merupakan suatu cara hidup yang berkembang, dan dimiliki bersama oleh sebuah kelompok orang, dan diwariskan dari generasi ke generasi. Surakarta dikenal sebagai salah satu pusat dan inti dari kebudayaan Jawa kuno karena secara tradisional merupakan salah satu pusat politik dan pengembangan tradisi Jawa. Surakarta mempunyai peninggalan budaya di masa lampau. Banyak dari sekian tradisi budaya yang mampu dijaga dan sampai saat ini masih bisa dirasakan.

Budaya menjadi dasar identitas Kota Surakarta. Bahasa yang digunakan di Surakarta adalah Bahasa Jawa Dialek Mataraman dengan varian Surakarta. Varian lokal Surakarta ini dikenal sebagai "varian halus" karena penggunaan kata-kata *krama* yang meluas dalam percakapan sehari-hari, lebih luas daripada yang

digunakan di tempat lain. Bahasa Jawa varian Surakarta digunakan sebagai standar Bahasa Jawa nasional.

Masyarakat Jawa di Surakarta mempunyai sifat dan karakter yang sangat santun dalam bermasyarakat. Identikkan dengan berbagai sikap sopan, segan, menyembunyikan perasaan tidak suka langsung mengutarakannya, menjaga etika berbicara baik secara konten isi dan bahasa perkataan maupun objek yang diajak berbicara. Masyarakat Jawa memang sangat menjunjung tinggi etika, baik secara sikap maupun berbicara. Dalam keseharian sifatnya terhadap yang lebih tua akan lebih diutamakan. Untuk berbicara, seorang yang lebih muda hendaknya menggunakan bahasa Jawa halus yang terkesan lebih sopan. Ciri khas *Narimo ing pandum* adalah salah satu konsep hidup yang dianut. Pola ini menggambarkan sikap hidup yang serba pasrah dengan segala keputusan yang ditentukan oleh Tuhan. Masyarakat Jawa memang menyakini bahwa kehidupan ini ada yang mengatur dan tidak dapat ditentang begitu saja. Setiap hal yang terjadi dalam kehidupan ini adalah sesuai dengan kehendak sang pengatur hidup. Nasib kehidupan adalah rahasia Tuhan, sebagai makhluk hidup tidak dapat mengelak. Masyarakat Jawa memahami betul kondisi tersebut sehingga mereka yakin bahwa Tuhan telah mengatur segalanya. Konsep hidup *nerimo ing pandum (ora ngoyo)* selanjutnya mengisyaratkan bahwa hidup tidak terlalu berambisi. Menjalani kehidupan segalanya yang harus dijalani. Tidak terlalu ambisi untuk melakukan sesuatu yang nyata-nyata tidak dapat dilakukan. Hidup sudah mengalir sesuai dengan koridornya. Perubahan mempercepat laju ambisi tersebut, tetapi

laju tersebut jangan terlalu drastis, hanya sebuah improvisasi atas kehidupan yang lebih baik dari sebelumnya.

Ciri khas lain adalah sifat gotong royong atau saling membantu sesama orang di lingkungan hidupnya, dimana sikap gotong royong akan selalu terlihat di dalam setiap sendi kehidupannya baik itu suasana suka maupun duka. Pola kehidupan orang Jawa memang telah tertata sejak nenek moyang. Berbagai nilai luhur kehidupan adalah warisan nenek moyang yang adi luhung. Bagaimana eksistensi orang Jawa terjaga begitu kuat sehingga sampai detik ini pola-pola tersebut tetap diterapkan dalam kehidupan. Pola hidup kerjasama ditemukan pada kerja gotong royong yang banyak diterapkan dalam masyarakat Jawa. Masyarakat Jawa sangat memegang teguh pepatah yang mengatakan: ringan sama dijinjing, berat sama dipikul. Ini merupakan konsep dasar hidup bersama yang penuh kesadaran dan tanggung jawab.

Pernikahan adat Surakarta juga memiliki ciri-ciri yang khusus, mulai dari lamaran, persiapan pernikahan, hingga upacara siraman dan midodaren. Prosesi adat pernikahan yang memiliki makna-makna yang mendalam menjadikan suasana hikmat. Lamaran merupakan pendahuluan pernikahan dengan pemberian mahar yang diberikan saat akad nikah. Upacara siraman melambangkan pembersihan diri dari noda dan dosa serta sifat-sifat yang kurang baik harus dilebur. Midodareni merupakan upacara duduk bersama sambil membacakan do'a agar upacara berjalan sesuai dengan yang diharapkan.

Batik adalah kain dengan corak atau motif tertentu yang dihasilkan dari bahan *malam* khusus (wax) yang dituliskan atau di cap pada kain tersebut,

meskipun kini sudah banyak kain batik yang dibuat dengan proses cetak. Surakarta memiliki banyak corak batik, seperti Sidomukti dan Sidoluruh. Batik Surakarta memiliki ciri pengolahan yang khas: warna kecoklatan (sogan) yang mengisi ruang bebas warna. Pemilihan warna cenderung gelap, mengikuti kecenderungan batik pedalaman. Jenis bahan batik bermacam-macam, mulai dari sutra hingga katun, dan cara pengerjaannya pun beraneka macam, mulai dari batik tulis hingga batik cap. Selain corak batik Sidomukti dan Sidoluruh di kota Surakarta terdapat corak batik kawung. Pada awalnya batik kawung hanya dipakai oleh kalangan keluarga kerajaan, akan tetapi setelah Negara Mataram di bagi menjadi dua yaitu Surakarta dan Yogyakarta. Nama kawung bermakna bahwa kehidupan ini akan kembali kepada alam sepi. Batik kawung memiliki makna kultural sebuah kebudayaan Jawa yang melambangkan suatu ajaran terjadinya kehidupan manusia yang dikaitkan dengan selalu menjaga kehidupan manusia Jawa. Batik Kawung diambil dari bentuk buah aren yang namanya kolang-kaling. Desain batik kawung termasuk desain yang sangat tua, terdiri dari lingkaran yang saling berinteraksi. Motifnya berupa lingkaran-lingkaran dan terdapat ornamen tanda silang seperti garis-garis berpotongan atau titik. Ada beberapa jenis motif batik kawung antara lain motif kawung picis, motif kawung beribil, dan motif kawung sen. Motif kawung picis diambil dari nama uang pecahan sepuluh sen, motif kawung bibil diambil dari nama uang pecahan dua puluh lima sen, sedangkan kawung sen diambil dari nama uang pecah satu sen.

Pemerintah Kota Surakarta dalam Dinas Pariwisata mempromosikan kota Surakarta melalui *website* yang memberi informasi tentang sejarah kota, agenda

event dan festival, destinasi wisata, info perjalanan, dan penginapan. Pemerintah Kota Surakarta dalam Dinas Perhubungan Komunikasi dan Informatika (Dishubkominfo) melaksanakan *launching Solo Destination*, sebuah aplikasi *mobile* yang membantu wisatawan untuk mendapatkan informasi kota Solo berbasis sistem android dan aplikasi *mobile* lainnya. *Solo Destination* merupakan panduan yang lengkap untuk mendapatkan informasi meliputi kuliner, wisata budaya, hotel, CCTV streaming lalu lintas, kalender event budaya dan lainnya.

Bus Tingkat Werkudara merupakan upaya Pemerintah Kota Surakarta dalam Dinas Perhubungan, Komunikasi, dan Teknologi Informasi Surakarta untuk memfasilitasi kepada wisatawan yang ingin berkeliling di Solo. Titik lokasi seperti Istana Surakarta, Kampung Batik Laweyan dan Kauman, Mangkunegaran, Museum Radya Pustaka, dan sejumlah tempat lainnya. Bus ini yang bertujuan untuk menarik wisatawan telah beroperasi sejak 20 Februari 2011. Selain itu, juga memiliki fungsi untuk memperingati masa lalu sebagai diketahui keberadaan bus ini masih populer.

Becak muncul pertama kali di Jakarta pada tahun 1930an dan mengalami penyebaran di seluruh Indonesia termasuk Yogya dan Solo pada masa perang dunia kedua (Sartono Kartodirdjo, 1981). Hingga saat ini becak merupakan alat transportasi tradisional yang masih bertahan ditengah berkembangnya alat transportasi modern di Surakarta. Becak layak sebagai media promosi identitas Surakarta karena eksistensi becak masih bisa dilihat sampai saat ini di Surakarta. Keberadaan becak memperkuat citra Surakarta sebagai kota Sejarah. Banyak pengguna perjalanan transportasi becak untuk berwisata maupun moda

transportasi menuju suatu tempat di Surakarta. Peluang tersebut menjadi salah satu untuk dijadikan daya tarik parawisata di Surakarta.