

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Provinsi Sumatera utara merupakan salah satu provinsi terbesar di Indonesia dan terletak di pulau Sumatera. Berdasarkan data BPS tahun 2019, Sumatera Utara memiliki luas wilayah mencapai 72.981 kilometer persegi[1]. Provinsi Sumatera utara berbatasan dengan Sumatera Barat di selatan dan Provinsi Nanggroe Darussalam di bagian barat. Berbicara tentang pariwisata yang berada di wilayah provinsi Sumatera Utara, banyak sekali objek-objek wisata yang dapat di kunjungi para wisatawan lokal maupun wisatawan dari luar negeri. Danau Toba merupakan salah satu objek wisata dari Sumatera Utara yang cukup terkenal. Selain memiliki objek wisata alam Sumatera Utara juga memiliki wisata religi yaitu, Taman wisata Iman Dairi di Sidikalang untuk umum, Istana Maimun dan Mesjid raya untuk Muslim, Graha Annai Velangkanni Medan untuk Katolik, dan objek wisata Rohani Kristen Salib Kasih yang berada di Siatas Barita kota Tarutung.

Salib Kasih merupakan objek wisata religi yang berada di puncak sebuah bukit yaitu bukit (dolok) Siatas Barita Kabupaten tapanuli Utara, Provinsi Sumatera Utara dan di bangun pada Oktober 1993[2]. Objek wisata Religi Salib Kasih Siatas Barita merupakan objek wisata yang menyajikan keindahan alam yang cukup indah, karena dari salib kasih Wisatawan dapat menikmati panorama keindahan kota Tarutung. Bukan dari keindahannya saja, wisata religi ini memiliki nilai sejarah terhadap perkembangan agama Kristen di Sumatera Utara, khususnya masyarakat Batak yang tinggal di daerah Tapanuli Utara. Salib Kasih ini merupakan sebuah monumen berupa Salib diperuntukkan untuk mengenang jasa seorang misionaris asal Jerman yang bernama Ingwer Ludwig Nommensen. Dimana I.L Nommensen adalah penyebar agama Kristen di Tapanuli Utara[2]. Puncak Bukit tertinggi di Siatas Barita ini menjadi tempat melarikan diri bagi Misionaris Nommensen dari kejaran masyarakat batak sekitar Tapanuli karena berkali-kali hendak di

bunuh, di mana masyarakat Tapanuli yang dulunya dikenal juga sebagai pemakan manusia dan belum mengenal agama. Di tempat ini Nommensen bertekad untuk menjadikan Tarutung sebagai pusat Kekristenan di Sumatera Utara yang kini dikenal dengan Gereja HKBP (Huria Kristen Batak Protestan). Gereja Batak ini telah menyebar di beberapa Negara, dimana pusat nya berada di Pearaja Tarutung. Pada bukit tempat pertama Nommensen memandang ke kubah silindung di bangun tugu untuk mengenang mula-mula agama Kristen di Sumatera Utara. Kemudian pemerintah daerah Tapanuli utara yang bekerja sama dengan Dinas pariwisata dan HKBP pusat Pearaja mendirikan lokasi wisata di sekitar tugu Nommensen.

Berdasarkan hasil wawancara pada awalnya pembangunan objek wisata Religi ini khusus ditujukan untuk masyarakat Batak yang beragama Kristen yang bertujuan sebagai pengingat bagi masyarakat sekitar untuk kembali ke kampung halaman, bahwa tanpa Nommensen dan agama Kristen yang telah dia perjuangkan, masih banyak masyarakat yang tetap pada kepercayaan lama mereka yaitu Animisme. Namun dengan berkembangnya objek wisata tersebut, banyak masyarakat Kristen, orang asing, baik itu wisatawan nasrani dan masyarakat yang bukan nasrani sekalipun untuk mengunjungi objek wisata tersebut. Berdasarkan observasi peneliti objek wisata ini banyak di kenal banyak orang, hanya lewat mulut ke mulut saja, oleh karena itu objek wisata ini masih harus banyak yang harus di benahi. Adapun beberapa permasalahan yang peneliti temui pada objek wisata ini dimana sebagai objek wisata Rohani Kristen yang potensial ini, belum memiliki identitas yang cukup di bagian desain. Wisata Rohani ini belum memiliki logo sebagai identitas visual wisatanya, bahkan media sosial seperti instagram pada wisata ini belum dikelola dengan baik untuk memperkenalkan lebih luas lagi wisata tentang objek Wisata Salib Kasih. Bukan hanya itu saja *sign system* pada wisata ini juga masih kurang diperhatikan oleh pengelola wisatanya.

Dari masalah penelitian di atas objek Salib Kasih Siatas Barita membutuhkan identitas visual yang mampu menggambarkan atau mampu

membentuk *brand image* dari objek wisata Salib Kasih, sebagai suatu yang dapat dikenal oleh masyarakat. Menurut Keller *Brand image* itu sendiri merupakan persepsi konsumen tentang suatu merek, seperti yang tercermin oleh asosiasi merek yang dimiliki oleh konsumen dan melekat di pikiran konsumen[3]. *Brand image* sebagai upaya untuk pengelolaan suatu merek agar mendapat kesan yang baik dan nilai yang baik dari konsumen. Sehingga melalui identitas visual tersebut mampu meningkatkan citra wisata Salib kasih kepada masyarakat luas.

1.2 Rumusan Masalah

Melalui penjabaran latar belakang di atas rumusan penelitian masalah dapat dirumuskan sebagai berikut:

- 1.2.1 Bagaimana merancang identitas visual yang baik untuk membangun citra objek wisata rohani Salib Kasih Siatas Barita yang memiliki nilai sejarah dan keindahan alam yang menyejukkan?
- 1.2.2 Bagaimana merancang media pendukung objek wisata religi Salib kasih Siatas Barita yang mampu mengoptimalkan media Utama?

1.3 Tujuan Penelitian

- 1.3.1 Perancangan identitas visual berupa logo mampu meningkatkan citra objek wisata Salib Kasih yang memiliki nilai sejarah dan keindahan alam baik di Sumatera utara maupun di Indonesia.
- 1.3.2 Merancang media media pendukung untuk mengoptimalkan media utama.

1.4 Batasan Perancangan

Agar penelitian semakin terarah dan tidak meluas dari pembahasan peneliti, maka tugas akhir ini memberikan batasan ruang lingkup penelitian meliputi;

- 1.4.1 Perancangan identitas visual berupa logo yang mengacu pada GSM (Graphic Standard Manual).
- 1.4.2 Perancangan media pendukung berupa *feeds* instagram, banner, tiket masuk, *sign system*, *leaflet*

1.5 Manfaat Penelitian

Melalui penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut;

1.5.1 Manfaat bagi institusi

Laporan tugas akhir ini dapat dijadikan institusi sebagai partisipasi dalam peningkatan objek wisata religi sesuai dengan visi dan misi Institut Teknologi Telkom Purwokerto yaitu fokus pada bidang *Healthcare*, *Agro-Industry*, *Tourism*, dan *Small-Medium Enterprise* (HATS).

1.5.2 Manfaat bagi mahasiswa Desain Komunikasi Visual

- 1) Mahasiswa program studi Desain Komunikasi Visual yang sedang menempuh tugas akhir perancangan ini digunakan sebagai bahan referensi yang bermanfaat untuk mahasiswa Institut Teknologi Telkom Purwokerto program studi Desain Komunikasi Visual yang sedang menempuh tugas akhir.
- 2) Laporan Tugas Akhir ini dapat dijadikan sebagai sarana tambahan referensi di perpustakaan ITTP mengenai permasalahan yang terkait dengan laporan Tugas Akhir ini.

1.5.3 Manfaat bagi masyarakat umum

- 1) Untuk menambah wawasan mengenai pentingnya identitas visual untuk meningkatkan wisata dan upaya untuk memperkenalkan sebuah tempat, maupun wisata.
- 2) Dapat menjadi referensi bagi pembaca yang memiliki ketertarikan terhadap wisata Religi Batak untuk mengembangkan kepariwisataan.
- 3) Melalui penelitian ini mampu memperkenalkan keberadaan wisata rohani salib kasih, dan hal ini diharapkan dapat memperluas kunjungan wisatawan domestik dan internasional serta mengembangkan jenis usaha lokal baru di daerah tersebut.