

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Studi Pustaka

2.1.1 Penelitian berjudul “Perancangan Infografis Sebagai Media Informasi Desa Wisata Wonolopo Semarang”

Penelitian yang berjudul “Perancangan Infografis Sebagai Media Informasi Wisata Wonolopo Semarang” disusun oleh Fitri Indah Susanti, Supatmo, Rahina Nugrahani, Universitas Negeri Semarang[8]. Di dalam penelitian ini dilakukan perancangan infografis untuk Desa Wisata Wonolopo kota Semarang yang memiliki keterbatasan dan kekurangan di dalam media informasi, maka dibuatlah sebuah media infografis yang bertujuan untuk memberikan informasi secara efisien, efektif, dan informatif. Dengan adanya penelitian ini diharapkan agar segala informasi tentang Desa Wisata Wonolopo Semarang dapat mudah dimengerti, dapat memenuhi kebutuhan informasi dan para wisatawan dapat lancar melakukan aktifitas atau kegiatan berwisata di desa wisata ini.

Penelitian rancangan infografis untuk Desa Wisata Wonolopo Semarang ini melakukan sebuah perancangan infografis yang lengkap, mulai dari sebuah infografis geografis, infografis eksposisi, kemudian infografis proses yang diaplikasikan dalam bentuk sign system, papan informasi, peta wisata dan brosur. Adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif dengan cara melakukan pengumpulan sebuah data dan hasil dari riset, menganalisis keperluan dan kebutuhan, menentukan konsep yang ingin dibuat, dan terakhir melakukan pra produksi, produksi, hingga pasca produksi.

Persamaan dari penelitian ini dengan penelitian penulis adalah tujuan dan media yang digunakan yaitu media infografis, sebagai sarana untuk memberikan informasi kepada *target audience* secara efektif dan efisien, dengan harapan dapat mempermudah penyampaian informasi

kepada pihak yang dituju. Perbedaan dari penelitian ini dengan penelitian penulis adalah dibagian objek penelitian, perancangan infografis geografis ini menggunakan objek tempat wisata, sementara penulis membuat sebuah infografis geografis menggunakan objek kuliner, kemudian perbedaan selanjutnya penelitian ini melakukan pengumpulan data dan menganalisis kebutuhan, kemudian melakukan pra produksi, produksi dan pasca produksi, sementara penulis mengumpulkan data dengan melakukan observasi, wawancara dan studi literatur.

2.1.2 Penelitian berjudul “Pemetaan Wisata Kuliner Khas Surakarta”

Penelitian yang berjudul “Pemetaan Wisata Kuliner Khas Surakarta” disusun oleh Amad Saeroji, Deria Adi Wijaya, Universitas Sebelas Maret[9]. Penelitian ini berisikan sebuah pemetaan produk kuliner khas dari kota Surakarta, pemetaan dari lokasi-lokasi kuliner khas asli yang tersebar diseluruh kota Surakarta, yang dimana pemetaan ini berisikan informasi tentang mengenai lokasi, harga, keterangan dan lain-lain. Memiliki tujuan umum untuk memberikan informasi yang akurat yang disajikan oleh peneliti, dimana dapat dimanfaatkan oleh pemerintah, pelaku usaha kuliner, industri perjalanan wisata, dan tentunya wisatawan, dan memiliki tujuan khusus yaitu untuk menemukan potensi-potensi kuliner khas asli Surakarta.

Dalam penelitian ini dijelaskan bahwa dilakukannya sebuah pemetaan wisata kuliner khas Surakarta mendapatkan hasil bahwa wisata kuliner khas Surakarta memiliki ciri khas atau keunikannya sendiri dan juga sangat beragam jenisnya, yang akan dimasukan ke dalam pemetaan dan dapat membantu peneliti dalam mewujudkan tujuan umum dan tujuan khusus yang di inginkan peneliti. Adapun penelitian ini menggunakan metode penelitian yaitu metode deskriptif kualitatif, melakukan teknik pengumpulan data dengan cara observasi partisipatif, kemudian wawancara dan juga studi literatur.

Persamaan dari penelitian ini dengan penelitian penulis adalah digunakannya sebuah pemetaan, kemudian kuliner sebagai objek penelitian, dimana dalam penelitian ini melakukan pemetaan dan membuat peta tentang wisata kuliner di satu daerah yang sudah ditentukan. Perbedaan diantara penelitian ini dan penelitian penulis yaitu output dari penelitian, output dari penelitian peneliti adalah sebuah pemetaan yang dikemas dan dirancang menjadi sebuah infografis geografis, sementara penelitian ini merancang pemetaan dan tidak membuat sebuah infografis geografis, kemudian perbedaan selanjutnya adalah tujuan penelitian, penelitian ini memiliki tujuan khusus yaitu menemukan potensi-potensi yang didapatkan dari kuliner khas asli Surakarta, dan penelitian penulis bertujuan untuk memberi dan menyampaikan informasi kepada *target audience* secara efektif tentang mie ayam terenak di Purwokerto.

2.1.3 Penelitian berjudul “Pemetaan Wisata Kuliner Di Kota Solo”

Penelitian yang berjudul “Pemetaan Wisata Kuliner Di Kota Solo” disusun oleh Fatkhur Rajbama, Universitas Sebelas Maret Surakarta[10]. Penelitian ini mempunyai tujuan untuk mengetahui dan menggali informasi mengenai apa tujuan dan motif yang membuat banyak wisatawan mengunjungi kota Solo. Juga mencari tahu apa kuliner favorit kesukaan wisatawan yang berkunjung ke solo dan upaya pemerintah dalam meningkatkan wisata kuliner kota Solo, hingga mencari tahu apa hal yang membuat wisata kuliner menjadi salah satu hal yang spesial dari kota Solo.

Penelitian ini mengkaji mengenai hal apa pengaruh dari sebuah wisata kuliner terhadap perkembangan wisata kota Solo, dan menurut penelitian ini, Solo sangat berpotensi didalam bidang wisata kuliner, dikarenakan kota Solo banyak sekali memiliki banyak wisata kuliner makanan khas, minuman khas, dan jajanan khas asli dari kota Solo dan salah satu cara dalam mewujudkan ini adalah membuat pemetaan.

Adapun metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dengan melakukan observasi, wawancara dan studi pustaka, dan data yang didapatkan dianalisis dengan kualitatif kemudian di sajikan ke bentuk deskriptif.

Persamaan yang ada dari penelitian ini adalah metode penelitian yang digunakan, penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif yang sama dengan penelitian penulis dan menggumpulkan data dari observasi, wawancara dan studi literatur. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian penulis adalah tujuan, tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui dan menemukan apa yang membuat wisata kuliner kota Solo menjadi ikonik, sementara penelitian penulis adalah memberi informasi dan data kepada *target audience*, perbedaan lainnya adalah analisis data, penulis menggunakan analisis data menggunakan analisis 5w + 1h, dan penelitian ini tidak.

2.2 Referensi Karya

2.2.1 Referensi desain infografis geografis “Peta Astra Forest”

Disini penulis menggunakan referensi desain infografis geografis dari peta Astra *forest*. Dikarenakan infografis geografis dari Astra *forest* menggunakan desain yang simpel, namun tidak mengurangi segala aspek yang ada pada sebuah infografis geografis, *layout*, visualisasi peta dan simbol yang ditampilkan juga rapih, simpel namun tetap menarik, data dan informasi yang ada juga lengkap dan mudah untuk di pahami dan dimengerti. Dengan adanya referensi infografis geografis ini, penulis menggunakan referensi dari visualisasi dan desain yang simpel, rapih, menarik, karena dibutuhkan untuk diterapkan pada infografis geografis penulis, agar visualisasi dan desain yang mengolah data dan informasi lokasi pedagang mie ayam terenak yang berada di Purwokerto dapat tersampaikan secara jelas namun tetap dapat menarik perhatian *target audience*.



Gambar 2. 1 Infografis Geografis Peta Astra Forest

Sumber : www.socacdesign.com

2.2.2 Referensi desain infografis geografis “UK Top 50 Restaurants in 2012”

Disini penulis menggunakan referensi infografis geografis dari *UK top 50 restaurants in 2012*, dikarenakan infografis geografis ini berisikan data dan informasi lokasi kuliner yaitu lokasi-lokasi dari 50 restoran terbaik di britania raya pada tahun 2012, sama seperti objek dan tema infografis geografis yang dirancang oleh penulis. Desain infografis geografis ini menggunakan layout yang menggabungkan antara data, informasi dan visualisasi yang ada secara tepat yang membuat *target audience* tidak kebingungan saat membaca data dan informasi. Visualisasi peta yang menjadi fokus utama dalam sebuah infografis geografis juga dalam karya ini menggunakan warna dan ilustrasi yang berhubungan dengan warna daging sebagai referensi dari menu yang disajikan restoran. Penulis menggunakan dan menerapkan referensi karya ini di bagian *layout*, Penempatan teks data dan visual yang ditampilkan didalam infografis geografis penulis, dan juga ilustrasi dari peta Purwokerto yang menggunakan warna yang berhubungan dengan tema yaitu mie ayam.

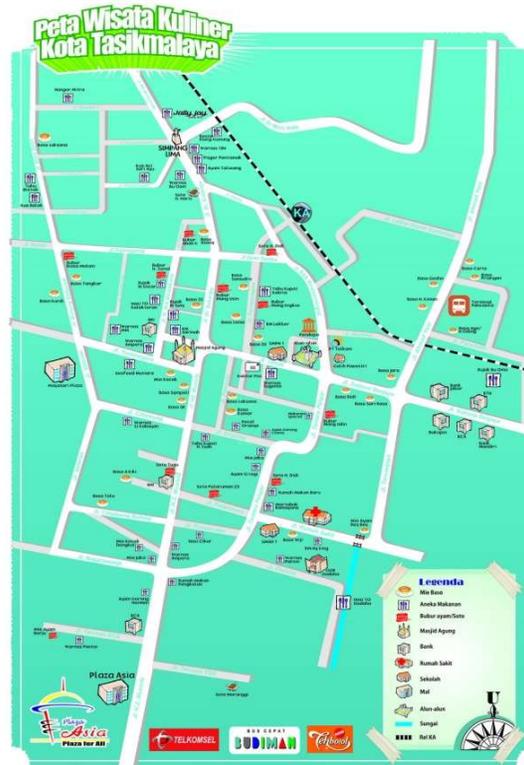


Gambar 2. 2 infografis geografis top 50 restaurants in 2012

Sumber : www.paulweston.info

2.2.3 Referensi desain infografis geografis “Peta Wisata Kuliner Kota Tasikmalaya”

Penulis memilih dan menggunakan referensi desain dari infografis geografis “peta wisata kuliner kota Tasikmalaya”, Karena untuk sebuah infografis geografis, penempatan lokasi pada peta yang digunakan dalam peta ini akurat, dimana sebuah infografis geografis memang harus dengan penempatan yang akurat. Terlebih visual peta yang ada didalam infografis ini adalah visual pemetaan lokasi di sebuah daerah tertentu yaitu kota Tasikmalaya. Dimana penulis dalam perancangan ini membuat sebuah infografis geografis yang menggunakan fokus visual pemetaan lokasi dari Purwokerto. Maka dari itu penulis menggunakan infografis ini sebagai referensi dari perancangan infografis geografis penulis.



Gambar 2. 3 Peta wisata kuliner kota Tasikmalaya

Sumber : myudiman.wordpress.com

2.3 Landasan Teori

2.3.1 Infografis

Infografis adalah representasi visual dari data, gagasan, informasi, dan pengetahuan menggunakan elemen-elemen seperti bagan, tabel, grafik, dan jadwal. Tujuannya adalah untuk menyajikan informasi dengan cara yang lebih menarik dan memiliki dampak visual yang kuat daripada hanya menggunakan teks biasa. Kata "infografis" sendiri berasal dari gabungan kata "informasi" dan "grafis". Dengan menggunakan infografis, diharapkan target atau pembaca dapat lebih mudah memahami data, gagasan, informasi, dan pengetahuan dengan jelas dan tepat.[14].

a. Tujuan Infografis

Adapun tujuan dari dibuatnya sebuah infografis yaitu[14]:

1. Dapat mengkomunikasikan pesan yang kompleks menjadi lebih sederhana.
2. Dapat mempresentasikan sebuah informasi secara lebih sedikit, singkat dan mudah untuk dipahami.
3. Dapat menjelaskan data dengan mudah.
4. Dapat memantau secara teratur dari setiap perubahan parameter.

Menurut Krum, tujuan dari infografis hampir sama dengan tujuan dari *public speaking* dan dapat dibagi menjadi tiga jenis, yaitu menginformasikan, menghibur, mempersuasi dan menarik perhatian *target audience*, menyempatkan untuk membaca, dapat menyimpulkan dan melakukan aksi yang sesuai dengan apa yang ada di dalam infografis[14].

b. Elemen Infografis

Setidaknya ada 3 elemen-elemen dari sebuah infografis, yaitu[14]:

1. Materi berupa data, informasi, atau pengetahuan yang menjadi materi atau isi infografis, tidak ada infografis yang dapat dibuat tanpa materi berupa data, informasi, atau pengetahuan.
2. Pencipta hadir dalam bentuk perangkat lunak yang mendukung pembuatan infografis.
3. Elemen visual berupa kode warna, grafik, dan simbol yang digunakan dalam infografis, elemen visual tersebut harus sesuai dengan isi, tujuan, dan *target audience* infografis.

c. Jenis – jenis Infografis

Secara garis besar, ada empat jenis infografis yaitu[14] :

1. Infografis Berbasis Statistik, mencakup tabel, bagan, grafik, grafik, dan daftar yang dapat menampilkan informasi statistik.
2. Infografis Berbasis *Timeline*, menunjukkan urutan peristiwa sebanyak

kali, dan juga membuat penonton dengan cepat memahami hubungan kronologis. Jenis ini dapat ditampilkan dalam bentuk tabel, paragraf dari tahun ke tahun.

3. Infografis berbasis proses atau dapat juga digunakan untuk menjelaskan keterbatasan ruang kepada pembaca secara praktis tentang ruang kerja, pabrik atau kantor.
4. Infografis berdasarkan lokasi atau geografi. Menggunakan Sistem Informasi Geografis, peta dapat dianggap sebagai cara terbaik untuk menampilkan infografis berdasarkan geografi. Banyak notasi GIS yang dapat digunakan mengidentifikasi jalan, kereta api, tempat wisata, rumah sakit, bandara, dan lain-lainnya. Hal lain yang perlu di ingat adalah menggunakan skala, atau mendapatkan proporsi yang tepat, didalam penelitian ini, penulis menggunakan jenis infografis ini.

2.3.2 Pemetaan

Pemetaan adalah proses mengelompokkan wilayah-wilayah terkait berdasarkan lokasi geografis yang berbeda, seperti dataran tinggi, pegunungan, sumber daya, dan populasi potensial, yang berpengaruh pada aspek sosial-budaya dengan menggunakan skala yang sesuai. Peta adalah representasi dua dimensi dari seluruh atau sebagian permukaan bumi yang diproyeksikan pada bidang datar dengan proporsi atau skala tertentu. Proses pemetaan melibatkan pengumpulan data yang dikenal sebagai langkah pertama dalam menciptakan peta. Dengan menggambarkan distribusi spasial kondisi alam tertentu, peta tersebut mengubah kondisi nyata ke dalam peta dasar dengan menggunakan skala yang sesuai[15].

Dalam pembuatan peta, diperlukan mengikuti panduan dan prosedur tertentu agar hasilnya menjadi peta yang baik, akurat, dan estetik. Secara umum, proses pembuatan peta melibatkan serangkaian langkah mulai dari mencari dan mengumpulkan data hingga

menggunakan peta tersebut. Penting untuk melakukan proses pemetaan secara berurutan dan konsisten, karena jika tidak, hasilnya mungkin tidak akan memuaskan atau bahkan tidak benar[15].

a. Jenis Peta

Dari berdasarkan bentuknya sebuah peta dapat dibagikan menjadi[15]:

1. Peta digital

Peta yang digambar dalam aplikasi komputer umumnya menggunakan sistem informasi geografis (SIG), misalnya objek :10 disimpan dalam bentuk titik lokasi sebagai koordinat, sedangkan objek disimpan dalam bentuk area sebagai kumpulan dari koordinat disimpan, penelitian ini menggunakan peta berjenis digital ini

2. Peta timbul

Relief atau peta timbul adalah peta yang menggambarkan bentuk sebenarnya dari permukaan bumi.

3. Peta datar

Peta datar adalah peta yang digambar dalam dua dimensi pada bidang datar, seperti kertas, kain, atau kanvas.

2.3.3 Wisata Kuliner

Kuliner atau gastronomi merupakan bagian yang integral dari daya tarik pariwisata ketika pengunjung mengunjungi suatu tempat, dan merupakan cara untuk menampilkan keunikan kawasan tersebut. Bahkan, gastronomi dapat menciptakan suasana yang unik, sehingga para wisatawan yang pernah mengunjungi daerah tersebut akan mengingat budaya lokal, lokasi, dan hidangan khas daerah tersebut.[16].

a. Jenis wisata kuliner

Menurut Murray, wisata gastronomi atau kuliner terdiri dari 3 jenis diantaranya yaitu[16]:

1. Perjalanan meliputi apresiasi dan konsumsi makanan lokal atau daerah.
2. Perjalanan ini terutama untuk mengalami dan menikmati makanan dan minuman atau menghadiri acara yang berhubungan dengan kegiatan kuliner.
3. Pengalaman bersantap dan minum yang unik.

Wisata kuliner atau gastronomi merupakan bentuk perjalanan wisata yang melibatkan pembelian dan mencicipi makanan lokal di tujuan wisata, dengan fokus pada keinginan untuk mengalami pengalaman wisata melalui kuliner. Pengalaman kenangan tentang makanan dan minuman tidak hanya mempengaruhi motivasi dan perilaku perjalanan, tetapi juga dapat memengaruhi persepsi dan pengalaman wisatawan terhadap suatu destinasi. Preferensi makanan dan minuman dari para wisatawan dapat memainkan peran penting dalam pemilihan destinasi yang ingin mereka kunjungi. Faktor budaya memiliki pengaruh besar dalam hal ini, karena budaya mempengaruhi jenis makanan dan kualitas yang diterima oleh indra para wisatawan. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa persepsi produk dari wisatawan dapat mempengaruhi preferensi mereka. Preferensi ini berkaitan dengan harapan konsumen, yang pada gilirannya dapat memengaruhi niat pembelian dari para wisatawan. Persepsi konsumen juga berdampak positif terhadap sikap dan preferensi mereka terhadap produk atau layanan yang ditawarkan.[16].

b. Faktor yang mempengaruhi sebuah wisata kuliner**1. Perilaku wisatawan**

Makanan memberikan kontribusi sensorik melalui rasa, aroma, tekstur, penampilan, bahwa lingkungan mewakili faktor budaya, sosial, ekonomi dan psikologis. Faktor sosial budaya, psikologis dan psikologis secara langsung atau tidak langsung mempengaruhi perilaku wisatawan.

2. Makanan

Makanan mewakili faktor-faktor termasuk atribut sensorik, kandungan makanan . ketersediaan dan harga makanan, nilai dan kualitas.

3. Lingkungan

Lingkungan destinasi mewakili citra/identitas makanan, komunikasi pemasaran, pertemuan layanan, dan lanskap layanan (elemen fisik dalam lingkungan konsumsi ruang/bangunan).