

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Sektor pariwisata di Indonesia saat ini menjadi salah satu fokus utama pemerintah untuk meningkatkan kontribusi daerah terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan mendukung ekonomi daerah-daerah di Indonesia. Potensi dari sektor pariwisata ini dapat menjadi salah satu pilar yang dapat mendorong perekonomian suatu daerah, hal ini dapat berlaku terhadap Kabupaten Wonosobo. Kabupaten Wonosobo memiliki berbagaimacam objek wisata alam pegunungan, *event – event*, dan festival budaya yang diadakan setiap tahun sebagai salah satu pilihan objek wisata yang dapat mengundang banyak wisatawan untuk berkunjung ke Wonosobo. Wisata Kuliner khas di Wonosobo juga tidak kalah bersaing dengan memiliki banyak jenis santapan kuliner yang beragam. Dengan beragam objek wisata seperti budaya, alam, sejarah, dan kuliner, Wonosobo memiliki daya tarik yang dapat mendorong kunjungan wisatawan dan mendukung pertumbuhan ekonomi daerah.

Kabupaten Wonosobo adalah salah satu kabupaten yang terletak di provinsi Jawa Tengah, Wonosobo terletak di sebelah barat laut kota Semarang yang merupakan ibukota Provinsi Jawa Tengah dengan jarak sejauh 120 km. Kabupaten Wonosobo berada di daerah perbukitan dan pegunungan yang memiliki ketinggian berkisar di antara 250 - 2.250 mdpl, kabupaten ini memiliki luas wilayah 984,68 km<sup>2</sup> atau mencakup sebesar 3,03% luas wilayah Provinsi Jawa Tengah [1]. Wilayah Wonosobo berada di titik tengah pulau Jawa, sehingga cukup strategis sebagai objek wisata. Kabupaten wonosobo juga dianugerahi geografis dan topologi yang mendukung sebagai objek wisata alam yang dapat menarik wisatawan Kendati kaya akan potensi objek turisme mulai dari aspek budaya, alam, sejarah, hingga kuliner, Kabupaten Wonosobo masih tetap tercatat sebagai nomor 5 terbesar sebagai daerah termiskin di Jawa Tengah [2].

Potensi pariwisata di Kabupaten Wonosobo cukup prospektif untuk meningkatkan pendapatan daerahnya terutama di tengah fenomena *trend* “*Healing*” oleh muda - mudi di Indonesia khususnya kelompok generasi *millennial* dan gen Z. Secara harfiah *healing* merupakan penyembuhan diri, kata *healing* sendiri berarti “*a process of cure*” yang berarti suatu proses penyembuhan atau pengobatan [3]. Akan tetapi, kata *healing* ini bergeser maknanya menjadi aktivitas - aktivitas untuk menghibur diri dari tekanan yang dialami para generasi muda saat ini. Para generasi muda melakukan *healing* dikarenakan tingginya tingkat stress atau depresi dari pekerjaan, perkuliaan, percintaan, atau hubungan dengan teman atau keluarga. Aktivitas *healing* dapat dilakukan dengan beragam kegiatan, tetapi sebagian aktivitas yang dipilih oleh para generasi muda adalah untuk berlibur sejenak dari rutinitas mereka.

Daerah seperti Bali, Bandung dan Yogyakarta telah menjadi *trend healing* untuk para generasi muda berlibur [4]. Generasi muda saat ini mendominasi usia mayoritas penduduk di Indonesia yang meliputi generasi *millenials* dan gen Z dengan persentase 53,81% [5]. Dengan persentase tersebut, menjadikan mereka sebagai target potensial untuk sektor pariwisata di Kabupaten Wonosobo. Namun generasi muda yang berwisata ke Wonosobo tercatat hanya mencapai 45% dari 950 ribu pengunjung pada tahun 2022. Hal tersebut kalah jauh dengan daerah favorit *healing* seperti Bali yang memiliki total wisatawan hingga mencapai 10 juta [6], serta Bandung yang memiliki total wisatawan sebanyak 6.5 juta [7].

Jika dibandingkan dengan daerah-daerah favorit *healing* seperti Bali dan Bandung, maka Wonosobo dapat dijadikan opsi yang dapat diperhitungkan. Karena Kabupaten Wonosobo juga menawarkan berbagai pilihan objek wisata seperti alam, budaya, dan kuliner yang tidak kalah saing. Walau begitu, minat wisatawan untuk berkunjung ke Wonosobo masih kalah jauh dengan Bali dan Bandung. Kurangnya minat untuk berwisata ke Wonosobo terutama oleh para generasi muda dapat disebabkan oleh beragam faktor. Salah satu faktornya adalah kurangnya penyebaran informasi yang relevan kepada generasi muda,

karena setiap generasi memiliki pendekatan yang berbeda terhadap media informasi.

Generasi Milenial dan Gen Z dikenal sebagai generasi serba instan, sehingga mempengaruhi karakteristik mereka dalam memperoleh dan mengolah informasi. Bagi mereka, membaca media yang bersifat tekstual dan kaku dinilai memusingkan dan membosankan. Mereka lebih menyukai konten dalam bentuk visual dibandingkan tulisan. Karena secara alami otak manusia akan lebih tertarik terhadap gambar dibandingkan tulisan, sehingga konten visual lebih mudah diterima oleh generasi muda [8]. Generasi muda saat ini lebih tertarik dan menyukai hal-hal yang berkaitan tentang *self healing* karena dapat menyentuh rasa emosional dan dirasa cukup *relate* dengan kehidupan mereka. Hal ini menjadikan media informasi atau promosi perlu menyesuaikan agar dapat menjangkau generasi muda, sehingga dapat relevan dengan kebutuhan generasi muda. Salah satu publikasi yang fleksibel dalam menyampaikan informasi baik dari penyampaian dan penggunaan visual adalah *art book*.

*Art book* atau *Artist Book* memiliki arti sebagai kumpulan karya seni yang dibentuk dalam sebuah media buku. Dalam *art book*, terdapat ilustrasi yang dapat menyampaikan cerita, *review*, opini, puisi, *quote*, *artwork*, dan juga curhatan pembuatnya ke dalam bentuk visual. Narasi atau cerita dalam bentuk *art book* yang berisikan metafora, kiasan, personifikasi, alegori, pleonasme, dan perifrasi dirasa cocok untuk menjangkau fenomena *self healing* generasi muda saat ini. Pendekatan ini lebih sesuai dengan gaya hidup Milenial dan Gen Z yang cenderung lebih responsif terhadap konten visual dan narasi singkat. Selain itu, promosi melalui buku seni memungkinkan penyampaian informasi secara halus atau *soft selling* namun tetap efektif, menciptakan ikatan emosional yang kuat dan memberikan pengalaman yang lebih menyenangkan bagi pembaca. Selain berisi tentang *self healing*, *art book* dapat memasukan informasi terkait pariwisata di Wonosobo, sehingga secara tidak langsung dapat mempromosikan dan meningkatkan *awareness* objek wisata di Kabupaten Wonosobo. Dengan demikian, *art book* tidak hanya

berfungsi sebagai alat ekspresi artistik tetapi juga sebagai media promosi yang efektif untuk menarik generasi muda berwisata ke Wonosobo.

Berdasarkan penjelasan di atas, *art book* tentang sektor *tourism* di Kabupaten Wonosobo berpotensi memikat minat generasi muda untuk berwisata ke objek pariwisata di Kabupaten Wonosobo. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan memperkenalkan objek wisata Wonosobo sesuai dengan tren dan fenomena yang sedang berkembang di kalangan generasi muda Indonesia saat ini.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang tersebut, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana perancangan *art book* sebagai media pengenalan *tourism* di Kabupaten Wonosobo?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, penulis merumuskan tujuan penelitian ini adalah untuk merancang *art book* sebagai media pengenalan *tourism* di Kabupaten wonosobo.

## **1.4 Batasan Penelitian**

Batasan perancangan pada penelitian ini yaitu :

1. Pembuatan *art book* sektor *tourism* di Kabupaten Wonosobo sebagai media promosi untuk generasi muda.
2. Pembuatan *art book* sektor *tourism* di Kabupaten Wonosobo sebagai media promosi untuk generasi muda dengan objek masyarakat-budaya, sejarah, alam, dan kuliner.
3. Pembuatan *art book* sektor *tourism* di Kabupaten Wonosobo mengambil satu objek dari setiap tema dari 4 aspek yaitu masyarakat-budaya, sejarah, alam, dan kuliner yang berasal dari Kabupaten Wonosobo.

## 1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini yaitu sebagai berikut :

### 1. Bagi institusi

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber referensi bagi mahasiswa untuk menambah wawasan dalam pembuatan *art book* untuk promosi sektor turisme.

### 2. Bagi keilmuan

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber referensi dan memberikan kontribusi kepada studi keilmuan desain komunikasi visual dalam pembuatan *art book* dengan objek pariwisata, serta sebagai rujukan atau acuan referensi untuk penelitian selanjutnya.

### 3. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan wisatawan generasi muda pada objek turisme dengan aspek masyarakat-budaya, sejarah, alam, dan kuliner di Kabupaten Wonosobo.