

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kota Surabaya selain dikenal sebagai ibu kota provinsi, juga dikenal sebagai pusat industri dan perdagangan yang memiliki potensi dalam industri pariwisata. Kota Surabaya memiliki potensi wisata yang cukup besar, menurut Data Pemerintah Kota Surabaya tahun 2019, terdapat lebih dari 36 destinasi wisata di Surabaya, antara lain wisata religi, monumen, museum, berbagai taman, tempat belanja, wisata kuliner, serta objek wisata dan taman bermain lainnya, terdapat juga 75 hotel di Surabaya untuk pengunjung yang akan bermalam. Selain itu Kota Surabaya juga menawarkan berbagai wisata kuliner yang bisa menjadi pilihan bagi para wisatawan dan pemburu makanan. Seiring perkembangannya Dinas Kebudayaan dan Pariwisata (Disbudpar) Kota Surabaya memiliki tujuan untuk menarik wisatawan agar berkunjung ke Kota Surabaya, selain untuk mengenalkan potensi Surabaya kepada dunia hal ini juga berperan dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi dan mengembangkan usaha masyarakat lokal di Surabaya. Saat ini kota Surabaya telah mengembangkan model wisata edukasi dan lingkungan melalui upaya mewujudkan RTH (Ruang Terbuka Hijau), peremajaan taman dan pembangunan kampung-kampung wisata (Buku Profil Surabaya 2016: 116). Pembangunan kampung wisata di Kota Surabaya salah satunya menawarkan wisata edukatif yang merupakan kegiatan dengan tujuan untuk berkreasi dan lebih mengedepankan unsur edukatif, hal tersebut tercermin pada lingkungan yang terdapat di Kampong Ondomohen Surabaya.

Kampong Ondomohen Surabaya awalnya merupakan salah satu kampung yang berada di wilayah tengah kota yang cukup padat penduduk serta kondisi lingkungan yang terbatas, sehingga memunculkan ide untuk pemerintah dalam melakukan suatu pemberdayaan dalam kampung tersebut, langkah awal yang dilakukan adalah dengan merubah lingkungan perkampungan menjadi lebih bersih dan menarik, mengolah bahan bekas yang dijadikan sebagai bahan hiasan, serta

memanfaatkan kondisi lingkungan yang ada sebagai lahan perekonomian bagi masyarakat sendiri. Pada tahun 2014, pemerintah mengusulkan Kampung Odomohen Surabaya untuk mengikuti kegiatan “Surabaya Green and Clean” sebagai kampung pemula sehingga dapat berkompetisi dengan kampung lainnya. Menurut Tommy Priyo selaku konseptor Kampung Odomohen Surabaya saat ini pemerintah kota menargetkan kampung tersebut sebagai kawasa kampung wisata, karena tidak jarang Kampung Odomohen dijadikan jujukan tamu dari nusantara bahkan mancanegara yang ingin melakukan studi banding tentang pengelolaan lingkungan. Namun dalam suatu wawancara yang dilakukan penulis bersama Mus Mulyono selaku Fasilitator Lingkungan Ketabang dan pengurus Kampung Odomohen Surabaya, promosi yang saat ini dilakukan untuk memperkenalkan potensi kampung masih belum efektif dan masih belum adanya media sosial yang dapat memuat segala inovasi serta potensi yang tersedia di Kampung Odomohen Surabaya. Mus Mulyono Pengurus Kampung Odomohen juga memberikan informasi bahwa sejauh ini media informasi yang disajikan kepada para pengunjung hanya sebatas cetakan tampilan power point yang dibukukan. Sedangkan beliau memiliki keinginan dapat menampilkan informasi terkait kampung yang dengan mudah diterima dan berpotensi menarik wisatawan di era saat ini.

Dalam perkembangan saat ini, kemajuan teknologi telah melahirkan banyak bentuk media baru dalam komunikasi yang berbasis komputer, internet, dan sistem digital seperti *smartphone*, surat elektronik, televisi, radio *streaming*, dan berbagai perangkat serta program jejaring sosial lainnya. Menurut McQuail's, (2006:26) berpendapat bahwa media baru memiliki dua unsur utama yakni digitalisasi maupun konvergensi dan internet yang merupakan bukti konvergensi karena menggabungkan beberapa fungsi media lain seperti audio, video, dan teks. Sebagian besar teknologi yang digambarkan sebagai “media baru” bersifat digital, integratif, manipulasi, serta bersifat interaktif. Teknologi yang telah berkembang saat ini sering kali dimanfaatkan dalam dunia pemasaran atau promosi yang salah satunya yaitu melalui media E-katalog atau Katalog Digital. Menurut Kotler dan Amstrong (2014:518) E-katalog didesain sedemikian rupa yang memuat (gambar, produk, warna katalog) sehingga memenuhi syarat sebagai alat promosi yang efektif dan efisien.

Untuk memberikan suatu solusi terhadap permasalahan yang ada, yakni belum adanya media informasi yang dapat memperkenalkan dan memuat segala potensi yang terdapat di Kampoeng Odomohen Surabaya, maka diperlukannya media informasi yang mudah diakses dan sesuai dengan segmentasi yang dituju. Maka penulis merancang media E-katalog Kampoeng Odomohen Surabaya yang diharapkan sebagai upaya promosi dan pengenalan wisata edukasi lingkungan sekaligus menjadi media baru bagi Kampoeng Odomohen Surabaya di era digital saat ini, sehingga memudahkan pengunjung untuk mengetahui inovasi dan potensi dari Kampoeng Odomohen Surabaya sebagai wisata alternatif lainnya bagi masyarakat Surabaya maupun masyarakat luar. Pada perancangan ini metode yang digunakan adalah metode kualitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan membagikan kuesioner dan wawancara mendalam dengan narasumber.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana upaya memperkenalkan wisata edukasi lingkungan Kampoeng Odomohen Surabaya ?
2. Bagaimana merancang E-katalog sebagai media promosi pengenalan Kampoeng Odomohen Surabaya ?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang diharapkan dalam perancangan ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui upaya pengenalan wisata edukasi lingkungan Kampoeng Odomohen Surabaya melalui media E-katalog
2. Mengetahui perancangan E-katalog sebagai media promosi dalam pengenalan Kampoeng Odomohen Surabaya.

1.4 Batasan Masalah

Adapun batasan-batasan masalah pada perancangan ini sebagai berikut:

1. Perancangan akan dilakukan pada ruang lingkup Kampoeng Ondomohen Surabaya
2. Perancangan akan dilakukan sampai dengan tahap *prototype* dalam bentuk pdf dan diterapkan pada website Kampoeng Ondomohen Surabaya untuk dipublikasikan
3. Pada E-katalog memuat tentang pengenalan sejarah serta inovasi-inovasi yang terdapat pada Kampoeng Ondomohen Surabaya

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dalam perancangan ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Prodi DKV
Sebagai bahan acuan pembelajaran untuk menambah wawasan yang menerapkan ilmu Desain Komunikasi Visual dalam media promosi bagi mahasiswa Universitas Internasional Semen Indonesia
2. Bagi Mahasiswa
Sebagai referensi dalam membuat karya e-katalog dengan visualisasi yang menarik dan acuan untuk lebih kreatif dalam pembuatan e-katalog, serta menerapkan pelajaran kuliah yang selama ini didapatkan oleh mahasiswa ke masyarakat.
3. Bagi Masyarakat
Dengan dirancangnya e-katalog ini maka masyarakat pada umumnya akan lebih mengenal kampung ini dan bagi wisatawan yang ingin berkunjung ke kampung wisata ini dapat mencoba mengunjunginya dan menikmati pesona inovasi disana melalui alternatif yang ekonomis.

1.6 Kerangka Pemikiran

Tabel 1.1 Kerangka Pemikiran

