

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam kehidupan modern, banyak benda pakai yang berupa keramik. Namun saat ini masih sedikit masyarakat yang mengenal seni keramik itu sendiri. Menurut survey yang dilakukan berdasarkan kuesioner yang dibagikan pada sebagian masyarakat usia 20-40 tahun keatas, di kota Bandung tahun 2009 sebagai *sample*, 50.9% responden saat mendengar kata keramik memiliki anggapan bahwa, keramik adalah "tegel" atau "ubin" yang biasa digunakan untuk menutupi lantai. Persepsi dan citra keramik di mata masyarakat ternyata masih rendah, pengetahuan terhadap seni keramik juga masih kurang.

Seorang keramikus Indonesia yang profesional dan ahli di bidangnya, F.Widayanto berusaha untuk memperkenalkan seni keramik pada masyarakat. Sebagai seorang seniman, selain pameran dan memproduksi keramik untuk ekspor, F.Widayanto juga menemukan cara yang cukup efektif untuk mewujudkan usahanya tersebut, yaitu dengan mendirikan sebuah tempat wisata keramik, bernama Rumah Tanah Baru F.Widayanto. Di sana seni keramik dapat dipelajari secara umum oleh masyarakat.

Rumah Tanah Baru F.Widayanto berada di daerah Depok, Jakarta. Sebuah tempat wisata keramik bersifat *edutainment* serta berbasis seni dan budaya dengan konsep hunian tropis yang hijau, hidup beraktifitas selaras dengan alam. Luas area sekitar 1,3 hektar. Di sana terdapat sebuah studio keramik dilengkapi dengan galeri, serta tempat makan dan penginapan yang dikelilingi oleh kebun dan alam terbuka.

Pendekatan wisata dipilih karena hampir semua orang membutuhkan tempat rekreasi untuk *refreshing*. Sebuah tempat untuk melepaskan beban pikiran dan kepenatan bekerja serta rutinitas sehari-hari yang membosankan. Di tempat tersebut, orang dapat merasakan suasana baru yang berbeda, menghibur dan dapat mengembalikan semangat dan produktifitas dalam melakukan kegiatan sehari-hari.

Dengan menggunakan pendekatan wisata keramik, selain memiliki nilai jual yang lebih tinggi di mata masyarakat, secara tidak langsung wawasan tentang keramik dapat tersampaikan sedikit demi sedikit. Dan diharapkan apresiasi masyarakat terhadap seni keramik pun meningkat. Apalagi Rumah Tanah Baru bukan hanya menjanjikan kesenangan saja melainkan adanya interaksi dan edukasi serta berbasis seni budaya . Namun sayangnya keberadaan Rumah Tanah Baru F.Widayanto hanya diketahui oleh sebagian masyarakat tertentu saja yang berada di wilayah Jabotabek, oleh karena itu perlu dilakukan kegiatan promosi. Kegiatan promosi ini juga untuk mengimbangi banyaknya alternatif tempat wisata modern lain yang mungkin lebih menarik namun tidak terlalu mengedepankan sisi edukasi dan seni budaya.

Salah satu cara untuk memperkenalkan suatu hal pada masyarakat, baik produk, jasa maupun perusahaan adalah dengan promosi. Promosi juga menjadi salah satu sarana yang tepat dan efektif untuk mendekati diri kepada *target audience* sehingga mendapatkan perhatian yang lebih dan akhirnya dapat dikenal oleh masyarakat, dan promosi adalah suatu proses yang akan terus dilakukan untuk menjaga kesinambungan dan mewujudkan harapan dari perusahaan itu sendiri.

Melalui bidang keilmuan Desain Komunikasi Visual, Rumah Tanah Baru sebagai tempat wisata keramik yang *edutainment* ini dapat dipromosikan secara lebih maksimal. Diharapkan dengan promosi yang dilakukan, masyarakat menjadi *aware* akan keberadaan Rumah Tanah Baru dapat meningkatkan perhatian dan apresiasi masyarakat akan seni keramik. Promosi juga bertujuan, memudahkan orang tua yang mengutamakan kebersamaan dan kehangatan keluarga serta peduli terhadap proses edukasi dan nilai seni budaya, untuk mendapat informasi tentang lokasi dan manfaat yang akan diperoleh terutama pada anak usia 5-12 tahun, pada saat dan sesudah berkunjung pada tempat wisata ini.

1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup

1.2.1 Permasalahan

- Bagaimana memperkenalkan Rumah Tanah Baru F.Widayanto sebagai tempat wisata keramik yang *edutainment* yang bukan saja mengutamakan kesenangan belaka melainkan juga mengedepankan sisi pendidikan dan berbasis seni budaya ?
- Bagaimana meningkatkan pengetahuan dan apresiasi masyarakat terhadap seni keramik sedari usia dini.?

1.2.2 Ruang Lingkup

Ruang lingkup yang dipilih penulis dalam proses perancangan ini adalah membatasi masalah pada keluarga yang orang tuanya berusia 30-40 tahun dan memiliki anak 5-12 tahun, memiliki status ekonomi menengah sampai atas dan bertempat tinggal di kota-kota besar di Jawa Barat, wilayah Jabotabek dan Bandung khususnya.

Positioning Rumah Tanah Baru F.Widayanto sendiri adalah "tempat wisata keramik keluarga yang *edutainment* berbasis seni budaya." Selain *refreshing* pada saat liburan, pengunjung juga akan mendapat banyak wawasan tentang seni keramik dan pengalaman berharga yang tak terlupakan.

1.3 Tujuan Perancangan

Perancangan yang dilakukan oleh penulis memiliki tujuan

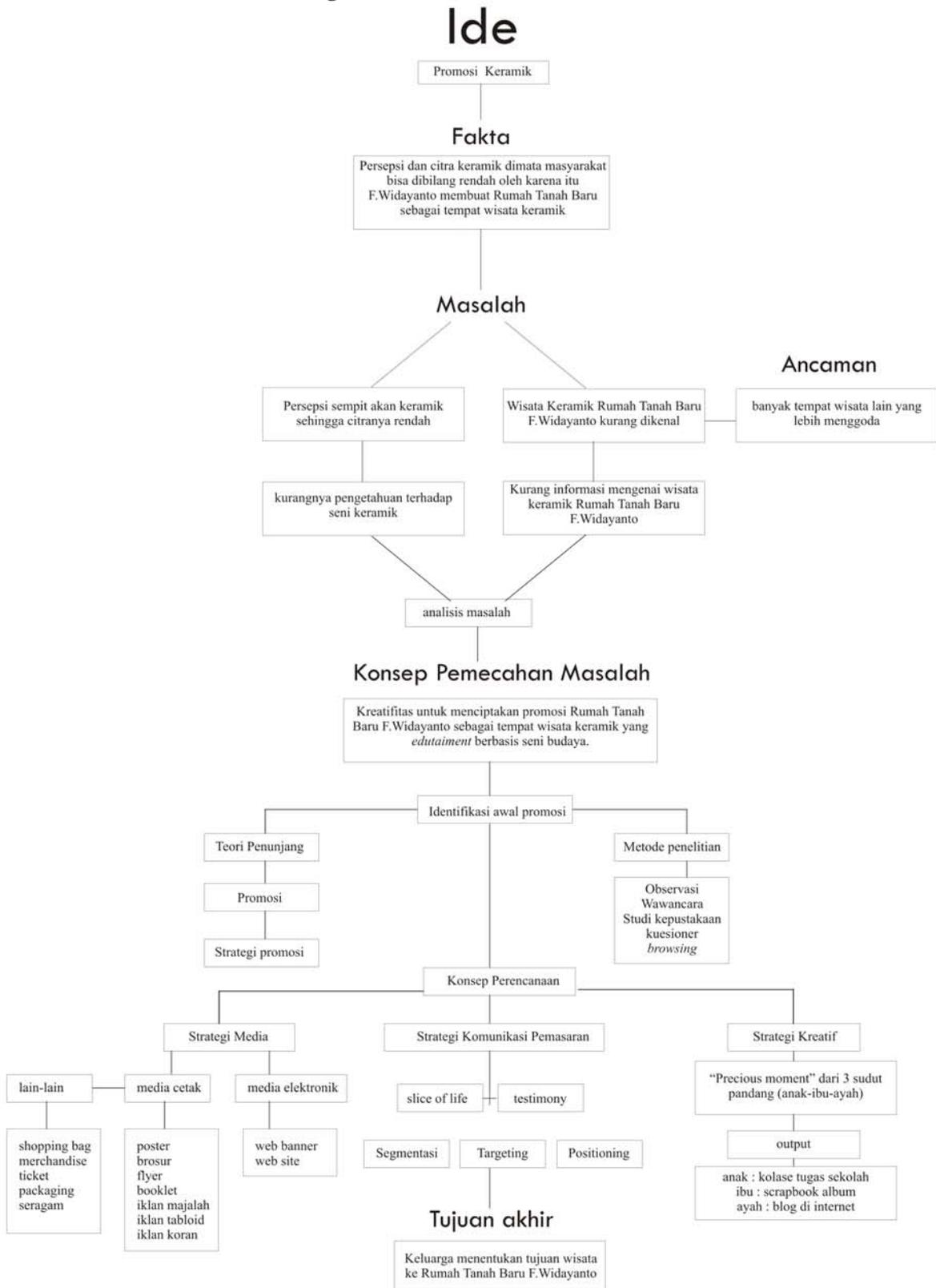
- Memperkenalkan Rumah Tanah Baru F.Widayanto sebagai tempat wisata keramik yang *edutainment* yang bukan saja mengutamakan kesenangan belaka melainkan juga mengedepankan sisi pendidikan dan berbasis seni budaya.
- Meningkatkan pengetahuan dan apresiasi masyarakat terhadap seni keramik sedari dini.

1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

Penulis melakukan serangkaian riset dan survey di lapangan guna mengetahui kondisi aktual sehingga dapat menciptakan rancangan-rancangan yang sesuai. Data-data diperoleh melalui:

1. Wawancara pada pihak yang bersangkutan yakni pemilik tempat dan pegawai yang bekerja sebagai *tour leader* untuk mendapatkan informasi langsung yang akurat dan aktual tentang kondisi yang terjadi dan detail tempat yang menjadi obyek wisata.
2. Observasi yakni pengamatan dilapangan, guna mengetahui situasi dan kondisi tempat wisata yang di tuju.
3. Studi pustaka dan literatur untuk mendapatkan informasi dan mencari referensi serta landasan teori yang tepat dari buku maupun *internet*.
4. Kuesioner berupa pertanyaan dan angket tertulis yang disebarkan pada *target audience* yang sesuai guna mengetahui reaksi dari masyarakat dan menunjukkan validitas pernyataan yang dibuat penulis.

1.5 Skema Perancangan



Gambar 1.1 Skema perancangan