

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Bangsa Indonesia mengenal sandal “tarumpah” sejak jaman penjajahan, istilah tarumpah dikenal oleh bangsa/ rakyat Jawa Barat, istilah ini terinspirasi oleh seorang pahlawan daerah pembela rakyat kecil yang dalam perjuangannya selalu memakai sandal dengan jenis ini.

Dalam perkembangannya, sandal ini justru dipakai oleh orang-orang sebagai simbol heroik dan aktualisasi seni yang selalu mengikuti perubahan jaman tetapi tetap mempertahankan identitas aslinya. Hingga kini sandal khas suku Sunda ini dipilih untuk terus berlanjut di produksi, sebagai bentuk kepedulian terhadap sejarah perjuangan bangsa Indonesia.

Belum diketahui data-data yang akurat bagaimana dulunya sandal jenis ini tercipta. Namun, secara historis sandal ini memiliki peran sejarah dalam perjalanan kemerdekaan bangsa ini. Tarumpah memiliki kelekatan dengan keheroikan para jawara pada saat melawan penjajahan. Selain senjata tajam seperti kujang, golok, dan senjata lainnya, sandal ini setia menjadi alas kaki para jawara juga para kyai dalam menyusur jalanan pertarungan untuk menaklukan kejahatan.

Dilihat dari perkembangannya, tarumpah menjadi salah satu ciri khas kota Tasikmalaya. Seperti telah kita ketahui bersama, Tasik terkenal sebagai kota santri, dan sandal ini begitu lekat dalam keseharian para kyai serta santri bukan hanya saat ini saja melainkan dari zaman dahulu. Ada “kecurigaan” bahwa sandal ini pada awalnya memang hasil “pembawaan” pengembaraan para ulama di masa lalu. Disinyalir juga bahwa tarumpah pada awalnya merupakan hasil ‘melihat’ para ulama terhadap sandal-sandal di Arab, yang mereka dapati pada saat melaksanakan ibadah haji atau menuntut

ilmu di sana, lalu mereka adaptasi dan bawa ke daerah lalu dikembangkan di daerah. Dan jika diperhatikan pola sandal ini sangat mirip dengan pola sandal bangsa pejuang Arab Saudi kuno.

Namun seiring berjalannya waktu, sandal tarumpah ini mulai tersaingi oleh merek-merek asing dan media promosinya pun tidak berjalan dengan baik. Dengan kurangnya program yang tepat dan hanya mengandalkan media *website*, masih banyak wisatawan baik lokal dan asing masih sampai saat ini belum pernah mengetahui bahkan mendengar lebih jauh mengenai sandal tarumpah ini.

Melalui ilmu Desain Komunikasi Visual, yang mempelajari cara penyampaian pesan menggunakan bahasa visual yang disampaikan melalui media-media tertentu dalam bentuk desain dengan tujuan menyampaikan informasi ke target *audience*. Sedangkan bahasa visual yang digunakan memiliki bentuk grafis seperti tanda, simbol, huruf dan sebagainya yang disusun berdasarkan kaidah bahasa visual yang tepat berdasar ilmu tata rupa yang dipelajari dalam beberapa mata kuliah, yang bisa digunakan untuk pemecahan masalah media promosi yang akan dilakukan.

Penulis mengambil masalah perancangan program promosi sandal tradisional Tarumpah sebagai pelengkap wisata kota Tasikmalaya, dikarenakan permasalahan tersebut juga diteliti masih kurangnya promosi-promosi yang dilakukan pemerintah kota Tasikmalaya untuk menarik wisatawan luar kota maupun wisatawan asing serta menjadikan tarumpah ini menjadi salah satu souvenir atau alasan tujuan wisata ke kota Tasikmalaya sebagai kota asal pembuat sandal tarumpah. Diharapkan lewat perancangan ini, sandal tarumpah dapat lebih dikenal dan keberadaannya diketahui oleh seluruh masyarakat Indonesia dan dapat menjadikan kota Tasikmalaya sebagai salah satu tujuan pariwisata Indonesia.

## **1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup**

### **1.2.1 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang diuraikan di atas, berikut ini akan diuraikan pokok-pokok masalah yang akan dibahas dalam penelitian dan ruang lingkup atau aspek-aspek yang akan diteliti.

Sesuai dengan fenomena kejadian dan data lapangan berikut ini akan diidentifikasi permasalahan yang muncul baik secara langsung ataupun tidak langsung.

1. Kurangnya pelaksanaan promosi sandal tarumpah di luar kota Tasikmalaya.
2. Kurangnya eksplorasi mengenai media promosi apa sajakah yang bisa digunakan untuk mempublikasikan keberadaan sandal tarumpah sebagai souvenir / produk asli khas suku Sunda.
3. Kurangnya daya tarik wisata terhadap wisatawan domestik maupun asing.

### **1.2.2 Rumusan Masalah**

Sesuai dengan identifikasi masalah yang telah dipaparkan di atas, berikut ini akan dirumuskan pokok-pokok persoalan yang akan dibahas, dianalisis, dan dipecahkan dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut.

1. Faktor-faktor apa sajakah yang menghambat promosi produk sandal tarumpah ?
2. Perancangan program dan media promosi seperti apakah yang dapat mempublikasikan keberadaan sandal tarumpah sebagai souvenir / produk khas suku sunda ?
3. Langkah-langkah apa yang dapat dilakukan untuk meningkatkan minat wisatawan terhadap sandal tarumpah ?

### **1.2.3 Ruang Lingkup Kajian**

Untuk memecahkan dan menjawab permasalahan yang telah dirumuskan di atas, berikut ini akan dipaparkan aspek-aspek atau ruang lingkup kajian yang dapat dijadikan kerangka berpikir atau tolak ukur pembahasan.

1. Untuk menjawab dan memecahkan permasalahan dalam menjawab pertanyaan dalam butir (1) digunakan survey lapangan mengenai faktor – faktor yang menghambat promosi sandal tarumpah .
2. Untuk menjawab dan memecahkan permasalahan dalam menjawab pertanyaan dalam butir (2) digunakan teori-teori promosi, jenis-jenis promosi, manfaat promosi, media promosi, komponen promosi, dan komunikasi atau pesan dalam promosi.
3. Untuk menjawab dan memecahkan permasalahan dalam menjawab pertanyaan dalam butir (3) digunakan pengertian promosi yang terlebih dahulu melakukan kajian data primer dan perancangan media promosi yang tepat dengan visual yang unik dan menarik bagi wisatawan juga mempublikasikan adanya beberapa varian baru yang lebih menarik bagi konsumen .

### **1.3 Tujuan Perancangan**

Berdasarkan permasalahan yang telah dirumuskan dalam rumusan masalah di atas, berikut ini akan dikemukakan garis besar hasil yang ingin diperoleh setelah masalah tersebut dipecahkan dalam penelitian yaitu sebagai berikut,

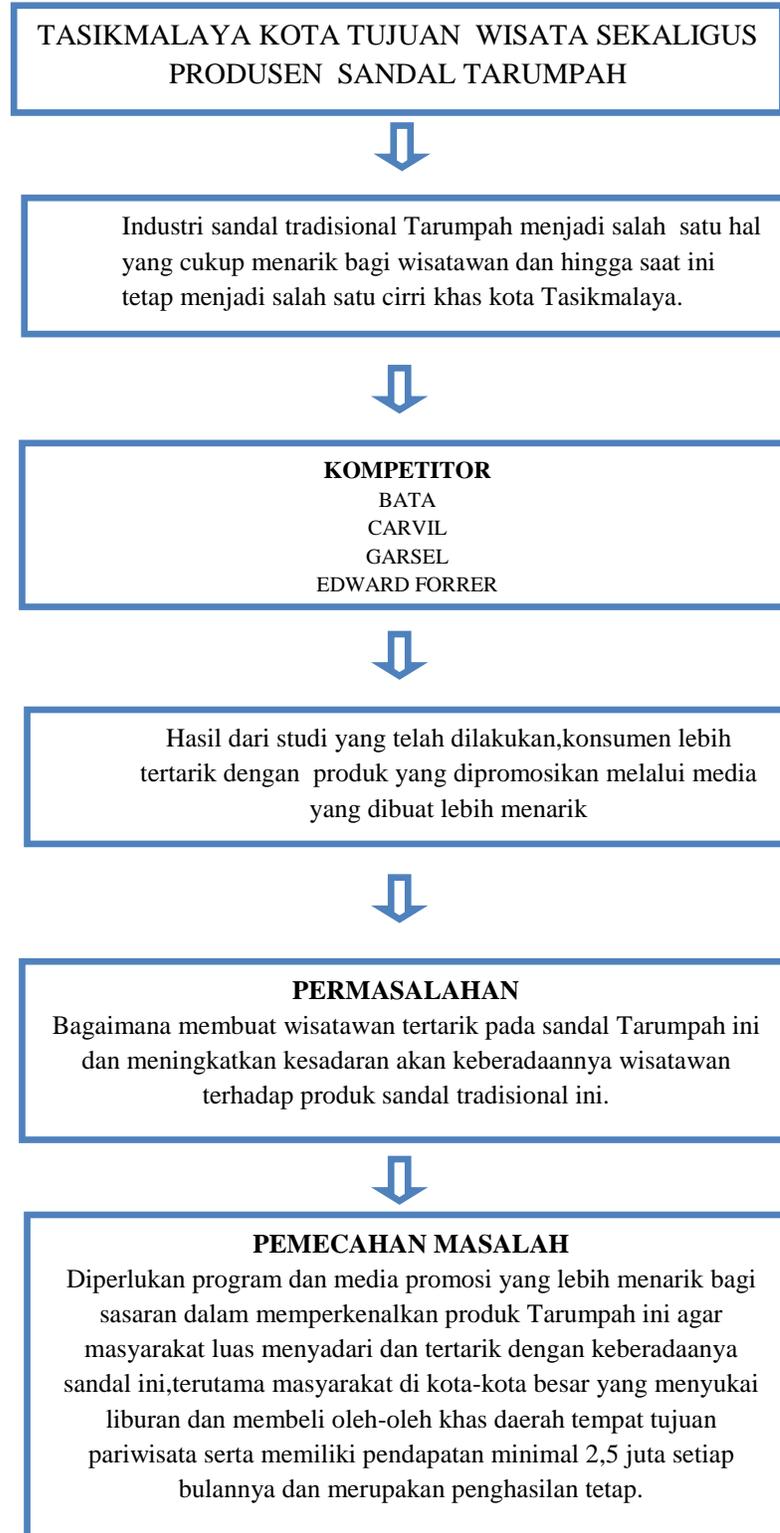
1. Memperkenalkan kembali sandal tarumpah lewat media promosi, tidak hanya kepada masyarakat lokal dan sekitarnya semata, namun kepada seluruh Indonesia.

2. Meningkatkan nilai jual produk sandal tarumpah dengan promosi yang tepat untuk menjadikan kerajinan sandal tarumpah tersebut sebagai salah satu tujuan pariwisata Indonesia terutama wisata belanja serta memberi kontribusi sosial bagi masyarakat, khususnya bagi warga Tasikmalaya dan pada umumnya bagi masyarakat luas.
3. Mengangkat citra kota Tasikmalaya sebagai pusat pengrajin sandal tarumpah khas suku sunda.

#### **1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data**

1. Observasi : Observasi akan dilakukan ke kota Tasikmalaya sebagai kota pembuat sandal tarumpah
2. Wawancara : Wawancara akan dilakukan kepada Bpk. Wahyu Tri Rahmadi selaku ketua Kadin Kota Tasikmalaya dan beberapa pengrajin sandal tarumpah
3. Studi pustaka : Studi Pustaka meliputi artikel-artikel dan foto-foto terkait mengenai sandal tarumpah
4. Kuisisioner : Kuisisioner akan dilakukan terhadap 100 orang dengan jenis kelamin laki-laki dan perempuan.

## 1.5 Skema Perancangan





### **TUJUAN AKHIR**

Potensi sandal Tarumpah ini terekspos kembali. Sasaran diharapkan bisa semakin mencintai produk dalam negeri. Bangkitnya kembali industry Tarumpah yang sempat mati suri. Bertarget market lokal dengan kriteria dari segi geografis berada disekitar kota-kota besar pulau Jawa dan Bali, berusia 24 -35 tahun memiliki penghasilan lebih dari 2,5 juta rupiah per bulannya, merupakan individu yang memiliki penghasilan tetap, memiliki daya beli tinggi, menyenangi liburan atau jalan-jalan keluar kota dan membeli oleh-oleh khas kota tersebut serta mencintai produk dalam negeri.