

CREATEVITAS Vol. 3, No. 1, Januari 2014:125-138

TRAVEL GUIDE BOOK LOMBOK BARAT
“IMAGINE THE ORIGINAL PARADISE”**Rochman Eko Purnomo¹**
Heru Subiyantoro²

¹Mahasiswa, ²Dosen Prodi Desain Komunikasi Visual
Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
Jl. Raya Rungkut Madya Gunung Anyar Surabaya 60294
Telp/Fax. (031) 8782087

ABSTRAK

Berawal dari banyaknya tujuan obyek wisata mengakibatkan munculnya beberapa alternatif media untuk memandu para wisatawan. Buku panduan wisata adalah salah satu media yang dapat memuat beberapa informasi akurat untuk wisatawan yang akan berkunjung ke sebuah tujuan obyek wisata. Konsep utama dalam perancangan dari buku panduan ini mengangkat konsep imajinasi bayangan menuju surga. Buku panduan ini memberikan gambaran atau bayangan kepada seseorang untuk melakukan perjalanan menuju ke surga (Lombok Barat). Beberapa informasi yang disampaikan dalam buku panduan ini ialah menunjukkan keindahan lombok barat dengan nuansa yang alami serta berkelas dunia, dirangkum dengan bahasa yang komunikatif serta foto dan layout yang menarik.

Kata kunci : buku panduan, imajinasi, Lombok

ABSTRACT

Starting from the number of destination tourism resulted in the emergence of several alternative media to guide the tourists. Guidebook is one of the media can contain some accurate information for tourists who will travel to a destination tourist attraction. The main concept in the design of the manual lift toward the concept of imagination shadow heaven. This handbook provides an overview or shadow to someone to take a trip to heaven (West Lombok). Some of the information presented in this manual is to show the beauty of West Lombok with natural shades as well as world-class, summarized in communicative language and interesting photos and layouts.

Keyword : *Travel guidebook, Imagine, Lombok*

I. PENDAHULUAN

Pulau Lombok merupakan sebuah pulau yang dikenal dengan keindahan pantainya yang terletak sebelah dengan pulau Bali. Pulau ini memiliki luas sekitar 4.738,65km², yang terdiri menjadi 4 kabupaten yaitu Lombok Barat, Lombok Timur, Lombok Selatan dan Lombok Tengah. Pulau Lombok ini merupakan mayoritas suku sasak asli Lombok. Selain itu masyarakat asli Lombok juga terdapat penduduk pendatang yang berasal dari pulau Bali dan juga terdapat penduduk etnis lain seperti Jawa, Cina, Tionghoa, Sumbawa dan Arab yang merupakan masyarakat pendatang.

Pulau Lombok memiliki banyak potensi wisata yang dapat di jual kepada wisatawan lokal dan mancanegara mulai dari kebudayaan, wisata alam, wisata religi, wisata atraksi, wisata kuliner dan wisata minat khusus yang dimana tidak dapat ditemukan dipulau Bali. Namun disayangkan banyak wisatawan yang belum mengetahui keberadaan tersebut karena kurangnya promosi.

Travel guide book adalah salah satu media yang isinya memuat tentang pariwisata dan informasi yang ada di sebuah kota atau lokasi wisata. Namun, sampai saat ini belum ada sebuah *travel guide book* yang membahas pariwisata Lombok secara eksklusif seperti Bali. Pulau Lombok saat ini telah mengeluarkan sebuah program wisata yang bertemakan “Visit Lombok–Sumbawa 2013” dalam program *visit year* ini pemerintahan menargetkan 2 juta wisatawan setelah gagal tahun lalu 2012 dengan menargetkan 1 juta wisatawan untuk berkunjung, VLS (Visit Lombok Sumbawa) 2013 ini akan menargetkan 2 juta wisatawan yang berkunjung sampai 2015 peluncuran sendiri tepatnya di luncurkan 29 april 2013 dengan program unggulan yang terbaru dari dinas pariwisata itu sendiri. *Browsing* adalah langkah awal rencana melalui tujuan berlibur, hal ini sangat umum untuk dilakukan oleh siapapun. Informasi mengenai tempat wisata di pulau Lombok sangat terbilang sedikit dan tidak lengkap. Seorang wisatawan sangat membutuhkan informasi tersebut mulai dari info, *budget* dan gambar objek wisata yang dikemas menggunakan teknik fotografi untuk menarik minat parawisatawan yang berkunjung. Dalam perancangan ini dibutuhkan sebuah buku pemandu wisata yang di kemas secara mendetail mulai dari tempat lokasi wisata, informasi lokasi wisata, fasilitas yang terdapat dilokasi, *budget* untuk sebuah wisata yang ingin dikunjungi semuanya di kemas tidak hanya menggunakan pesan atau teks saja tetapi dengan teknik fotografi yang menarik sebagai visual komunikasi bagi target audiens.

1.1. Sejarah *Travel Guidebook* Di Indonesia

Buku *Travel Guide* di Indonesia muncul pada tahun 1897 disusun oleh seorang wanita kebangsaan Amerika, yang bernama Eliza Ruhamah Scidmore, buku pariwisata itu berjudul *Java, The Garden of East*. Dalam buku itu ia mengisahkan kunjungan dan pengalaman sewaktu melakukan kegiatan perjalanan di Jawa, Madura dan Bali. Dalam buku travel guide itu sendiri disinggung adanya sebuah buku travel guide terbitan Belanda, ditulis Dr. J.F Van Bemmelen dan Kolonel J.B Hoover yang kemudian diterjemahkan dalam bahasa Inggris oleh Rev. B.J Berrington. Dari bukti-bukti di atas paling tidak kita sudah tahu bahwa ketika abad-19 kegiatan pariwisata mulai berkembang dan memunculkan sebuah buku panduan dan petunjuk pariwisata di Indonesia.

Perkembangan pariwisata berikutnya di tahun 1910, Gubernur Jendral A.W.F. Idenburg membentuk suatu organisasi wisata di masa pemerintahan Hindia Belanda bernama *Vereeniging voor Toeristen Verkeer (VTV)*, organisasi tersebut berubah menjadi suatu badan resmi pemerintah Hindia Belanda yang mengatur arus lalu lintas dan kegiatan pariwisata di Hindia Belanda, badan ini juga berfungsi sebagai biro perjalanan resmi. Selain menyelenggarakan kegiatan tour VTV juga menerbitkan buku-buku panduan wisata (*travel guidebook*) bahasa Inggris tentang Jawa, Bali, Lombok, sebagian Sumatera, Toraja, Banten dsb (Kohdyat, 1996:46-47).

1.2. *Travel guidebook*

Travel Guide book adalah sebuah buku yang berfungsi untuk memberikan informasi mengenai beberapa hal yang spesifikasi. *Travel Guide book* memberikan gambaran suatu daerah yang ingin dikunjungi seseorang. Pada umumnya sebuah buku yang sudah dilengkapi berbagai pesan atau informasi yang menarik mengenai suatu daerah yang ingin dikunjungi seperti tempat wisata, hotel, restoran, serta rute perjalanan. Sebuah buku yang memberikan wawasan tentang budaya atau sejarah bukan dititik beratkan pada tulisan saja, namun perlu dilengkapi dengan elemen pendukung *Visual* berupa fotografi yang dapat menggambarkan cerita atau isi buku. Kekuatan besar fotografi adalah kredibilitasnya atau kemampuannya untuk memberikan kesan sebagai yang dapat dipercaya. Buku adalah kegiatan menulis dan menyimpan serta memiliki nilai yang istimewa dibandingkan media lain karena buku bersifat *everlasting*, tahan lama tidak termakan zaman (Rustan, 2008:10).

II. METODE PERANCANGAN

Proses penelitian ini menggunakan beberapa metode, antara lain:

1. Penentuan Problematika

Setelah melihat fenomena yang telah didapat langkah berikutnya adalah melakukan penentuan problematika dengan cara melakukan observasi dan pencarian informasi dari beberapa sumber media, kemudian dilakukan analisa untuk ditarik menjadi sebuah identifikasi masalah.

2. Identifikasi Masalah

Setelah fenomena dasar telah ditentukan maka langkah berikutnya adalah mencari beberapa alasan yang dapat menjadi sebab kenapa fenomena tersebut dapat terjadi. Sehingga perancangan ini sangat perlu dilakukan untuk mengenalkan atau mempromosikan Lombok barat kepada audiens.

3. Studi Literatur

Yaitu mengumpulkan data–data yang didapat berhubungan dengan perancangan yang akan di angkat.

4. Riset

Mencari data dari konsumen baik mengenai presepsi, respon mereka mengenai *Travel Guidebook* dan pariwisata Lombok Barat dengan cara wawancara dan kuisisioner.

5. Literatur

Setelah riset disapat, selanjutnya mencari tentang data–data yang berhubungan dengan fenomena yang telah ditentukan dan mencari literatur tentang teknik yang akan dilakukan untuk membuat tugas akhir.

6. Seleksi

Setelah melalui berbagai tahap yang ada di atas, terdapatlah sebuah foto–foto yang mana akan di pakai dalam guidebook Lombok Barat.

7. Keputusan

Pada tahap keputusan ini, melakukan penyeleksian terhadap hasil foto yang akan dipilih. Sehingga tahap keputusan dapat saling berhubung dan bergantung satu sama yang lain.

8. Konsep Desain

Menentukan konsep desain dilakukan dengan cara mengkaji sebuah eksisting dan melakukan kuisisioner untuk menemukan karakteristik konsumen atau target audiens. Kemudian dari sesuatu yang didapat sebelumnya antara fenomena, permasalahan dan karakteristik audiens digabungkan untuk menemukan *keyword* dari sebuah konsep.

9. Penentuan Kriteria

Mendapatkan sebuah *keyword* dan konsep, dapat ditentukan dari kriteria desain visual yang didapat dan mengaitkan dasar–dasar tinjauan teori yang telah dilakukan.

10. Alternative Desain

Alternatif desain dapat dilakukan setelah menemukan kriteria dan telah melalui proses pembuatan sketsa, *Thumbnail*, *rough design* yang kemudian dipilih beberapa untuk menjadi alternatif desain

11. Evaluasi Desain

Tahap ini merupakan tahap akhir penyaringan desain yang paling sesuai nantinya dengan target audiens. Pada tahap ini semua alternatif desain dirumuskan dan dikombinasikan atau bahkan dibenahi kekurangan desainnya agar dapat layak dipublikasikan menjadi desain konkret.

2.1. *Psikografis Target Segment*

Penggemar *traveling*, pekerja keras, suka membaca buku, tertarik akan hal baru, semangat belajar tinggi.

2.2. **Kepribadian Target Segment**

- Nilai baca mampu menumbuhkan minat lama/ baru.
- Mulai memasuki tahap manusia kematangan.
- Sebagian mengalami puber kedua dan sebagian mencari symbol symbol kekuasaan dan mulai mengkonsumsi barang–barang yang di jadikan symbol kesuksesan.
- Mulai mencari barang–barang berkualitas untuk menjaga penampilan dan mendukung kariernya.

2.3. Demografi target segmen

Segmentasi demografi yang dapat di kelompokkan ialah berdasarkan usia, penghasilan usia, dan pendidikan seperti di bawah ini:

- Unisex 25–35 tahun
- Penghasilan tinggi
- Usia matang
- Pendidikan mahasiswa, S1 sederajat
- Urban perkotaan

2.4. Karakteristik

Karakter yang bisa digambarkan sebagai sifat manusia pada umumnya yang dapat digambarkan dari faktor kehidupannya seperti di bawah ini:

- Tujuan hidupnya adalah kejayaan dan kemakmuran
- Mereka menyenangi kompetisi dan senang dikagumi orang lain
- Mereka menyukai *traveling* dan menikmati makanan di luar rumah

2.5. Consumer Insight

Consumer Insight merupakan proses mencari tahu secara lebih mendalam dan holistic, tentang latar belakang perbuatan, pemikiran dan perilaku seorang konsumen yang berhubungan dengan produk dan komunikasi iklannya.

Hasil analisa yang didukung dengan wawancara dan kuisisioner disimpulkan bahwa kegiatan wisata sangat diperlukan untuk target segmen, dengan adanya *travel guidebook* akan sangat membantu target segmen dalam melakukan kegiatan berwisata. Sebuah media *travel guidebook* dirasa sangat efektif karena target segmen adalah orang yang suka membaca dan gemar melakukan kegiatan *travelling*.

2.6. Point Of Contact (POC)

Point Of Contact yang dapat mewakili aktifitas audiens melalui hasil survey berdasarkan tingkat frekuensi paling efektif adalah poster, video, media sosial, dan stiker.

2.7. Unique Selling Proposition

Buku travel "*Imagine the original paradise*" khusus membahas pariwisata di Lombok Barat lengkap dengan informasi transportasi, penginapan atau hotel, peta lokasi wisata dan serta menampilkan biaya akomodasi yang diperlukan saat berlibur di tempat yang diinginkan, sehingga audiens dapat memperkirakan biaya yang dibutuhkan saat berlibur disana dan dapat mengatur waktunya sebaik mungkin saat travelling. Penulisan dan visual buku ini akan mengedepankan keindahan nuansa alam sekitar di pulau Lombok untuk menciptakan sebuah *image* baru travelling di pulau Lombok selain Bali. selain itu juga menampilkan beragam wisata religi dan sejarah. Menampilkan lokasi tujuan wisata sekaligus informasi yang lengkap untuk kemudahan wisatawan saat berwisata, dengan tampilan visual yang sesuai dan foto yang menggunakan teknik fotografi dokumenter akan mempunyai daya tarik tersendiri dan memberikan kemudahan untuk para wisatawan saat berkunjung di Lombok.

III. KONSEP PERANCANGAN

Konsep utama dalam perancangan *travel guidebook* Lombok Barat adalah "*IMAGINE THE ORIGINAL PARADISE*". Arti dari kata *Imagine* adalah sebuah gambaran atau bayangan yang muncul sebagai pemusatan pemikiran pada sebuah objek. Arti dari sebuah kata *Original Paradise* adalah surga yang dapat dirasakan didunia ini secara nyata yang telah di ciptakan oleh Tuhan untuk kehidupan manusia di bumi.

Sebuah *travel guidebook* "*Imagine The Original Paradise*" dapat memberikan gambaran atau bayangan kepada seseorang di dalam pikirannya untuk melakukan kegiatan perjalanan menuju ke surga (Lombok Barat sebagai wisata kedua setelah Bali). Dalam pesan buku ini memberikan informasi lengkap untuk membantu wisatawan memilih tempat yang ingin dikunjungi serta memberikan informasi biaya akomodasi yang diperlukan saat berkunjung disuatu tempat yang diinginkan. *Travel guidebook* ini dikemas dalam sebuah buku yang mudah dibawa kemana saja dan dimana saja.

3.1. Deskripsi Konten/Isi

Konten isi buku di dalam ini meliputi:

1. Bagian Introduction
Berisi kata pengantar dan penjelasan singkat tentang Lombok Barat.
2. Daftar Isi
Berisi judul setiap halamannya dan di lampirkan sebuah foto kecil setiap kontennya
3. Bagian Konten Pertama (Wisata Alam)
Dalam bagian ini menjelaskan tentang semua lokasi wisata alam yang ada di Lombok Barat mulai pantai, pulau kecil, dan gunung.
4. Bagian Konten Kedua (Wisata Sejarah dan Budaya)
Dalam bagian ini menjelaskan tentang semua lokasi wisata sejarah dan budaya yang terdapat di Lombok Barat yang terdiri dari Museum, pura lingsar, taman narmada, masjid bayan dan lain - lain.
5. Bagian Ketiga (Wisata Minat Khusus)
Dalam bagian ini menjelaskan tentang semua lokasi wisata minat khusus yang terdiri dari gerabah, tenun, anyaman, dan ukiran.
6. Peta Pariwisata
Berisi tentang dena lokasi wisata serta rute perjalanan untuk membudahkan target audiens dalam perjalanan.
7. Catatan Akhir Perjalanan
Berisi daftar pusaka, prakata dari penulis dan notes.

3.2. Ukuran Buku

Buku panduan wisata atau *Travel guidebook* ini berukuran 15 x 20 cm relatif ukuran sedang, supaya mudah dibawah kemana saja oleh pembaca, hasil tersebut berdasarkan kuisisioner yang di lakukan sementara kepada 37 audiens.

3.3. Strategi komunikasi gaya bahasa

Dalam penulisan travel guidebook Lombok Barat menggunakan dua bahasa yaitu bahasa Indonesia dan bahasa Inggris, untuk memudahkan turis asing untuk mencari tempat yang diinginkannya. Sesuai dengan hasil riset dan kuisisioner yang di dapat dilokasi kebanyakan turis asing dari pada turis lokal. Bahasa yang digunakan adalah bahasa yang tidak terlalu baku menggunakan bahasa ringgan yang sehari-hari digunakan oleh masyarakat tetapi memiliki batasan sopan.

3.4. Strategi visual

Gaya *layout* yang akan digunakan dalam perancangan buku ini mengacu pada konsep awal, yaitu mengedepankan konsep visual tentang sebuah keindahan. Sesuai kuisisioner terhadap 100 responden, ada 89 orang dari 100 orang menyukai desain yang simple sebagai desain yang sesuai untuk *travel guidebook* Lombok Barat. 76 orang dari 100 orang memilih bahwa foto yang ditampilkan lebih besar dengan perkiraan perbandingan 50%-50%. *Layout* akan ditata dengan banyak *whitespace* untuk menghindari kejenuhan yang sering sekali terjadi dalam membaca *travel guide*.

3.5. Warna

Dominasi warna yang dipakai untuk warna dalam *layout* buku adalah warna putih, biru, dan kuning karena warna tersebut adalah warna alam yang merupakan simbol dari kesejukan dan keindahan dan sesuai dengan judul buku "*Imagine The Original Paradise*".

3.6. Tipografi

Tipografi yang digunakan sebagai judul buku dan *headline* menggunakan tipografi BraveWorld, dengan ukuran minimal 50 agar jelas dibaca dengan jarak 2 meter. Sedangkan *textline* menggunakan huruf BernhardMod BT dengan ukuran 11. Untuk keterangan foto menggunakan huruf Calisto MT.

3.7. *Layout*

Tatanan *layout* sebuah *travel guidebook* yang sederhana dengan menggunakan porsi foto lebih banyak serta penggunaan warna yang tidak terlalu mencolok, dari segi fotografi gambar diatas sangat menarik dan bisa menunjukkan bahwa lokasi tersebut memang seperti itu adanya tanpa adanya proses editing yang berlebihan untuk membuat kepercayaan pembaca tentang keaslian kondisi lokasi wisata yang akan mereka kunjungi.

Grid yang digunakan untuk buku *travel guidebook* ini memiliki 3 (tiga) kolom, dengan tujuan memberi kemudahan pada variasi tanpa menghilangkan kesan kesatuan. Dimana kesatuan dapat tercipta dengan melakukan pengulangan-pengulangan *layout* pada beberapa halaman yang berbeda sehingga memiliki kesan serupa, sedangkan variasi dapat tercipta dengan memberi perbedaan-perbedaan kecil namun mendasar pada beberapa *layout*.

Sedangkan untuk *margins*, buku ini menggunakan *margins* yang tidak sama dan informal. Tujuannya adalah menghindari kebosanan dengan menampilkan kesan asimetris yang dinamis namun tetap elegan. *Margins* terbesar dalam buku terletak pada bagian dalam, hal ini dimaksudkan untuk mengantisipasi masalah pada saat *binding* dan memudahkan pembaca untuk tetap mampu membaca secara utuh tanpa kesulitan apapun.

3.8. **Fotografi**

Fotografi dalam *travel guidebook* ini menggunakan teknik fotografi dokumenter, foto dokumenter merupakan salah satu jenis fotografi yang lebih menonjolkan muatan cerita atau berita kedalam setiap gambar yang dihasilkan. Kunci foto dokumenter terletak pada kekuatan momen menjadi unsur utama dalam menciptakan bagaimana foto yang mampu bercerita dan menyampaikan perasaan melalui gambar.

IV. **KESIMPULAN**

Dalam perancangan *travel guidebook* “*Imagine The original Paradise*” penulis merancang sebuah konsep *travel guidebook* mulai konsep menentukan judul, perwarnaan, simbol / logo, dan typografi. Brandstroming adalah salah satu cara yang dapat menemukan semua jawaban yang dapat memperkuat konsep pembuatan buku panduan Lombok Barat, dari masing – masing penentuan sebuah konsep yang tepat untuk *travel guidebook* Lombok Barat memiliki tingkat kesulitan yang berbeda – beda. Mulai dari judul konsep “*Imagine The*

original Paradise” saya melakukan kuisinoer terhadap audiens tanya jawab mengenai pulau Lombok. Warna yang di gunakan dalam buku ini adalah putih, biru muda, biru tua, dan kuning. Warna ini diperoleh dari logo kabupaten Lombok Barat yang dapat di visualkan seperti putih awan, biru muda langit, biru tua laut, dan kuning matahari. Simbol/ Logo dan Typografi di adopsi dari rumah adat penduduk disana dan ukiran khas Lombok Barat.

Diharapkan setelah diterbitkan buku panduan wisata ini bisa membantu para wisatawan saat berwisata di Lombok Barat, dan juga bisa membantu mengenalkan sumber daya yang ada di Lombok Barat ke masyarakat luas khususnya target segmen. Dan untuk jangka kedepan diharapkan bisa membantu promosi meningkatkan wisata dari Lombok Barat.

KEPUSTAKAAN

Dickman, Jay & Kinghorn, Jay. 2009. *Perfect Digital Photography Second Edition*. London: Megraw Hill.

Kohdyat, H. 1996. *Sejarah Pariwisata dan perkembangannya di Indonesia*. Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia.

Rustan, Suriyanto. 2008. *Layout dan Dasar Penerapannya*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Data dan Publikasi Terbatas

Bpk. I Kadek Wahyu Dwi Wiguna, sektor pariwisata 21 juni 2013

BIODATA PENULIS

Rochman Eko Purnomo, ST lahir pada tanggal 09 September 1990 di kota Surabaya. Menyelesaikan studi S1 jurusan desain komunikasi visual pada Fakultas Teknik Sipil dan perencanaan di Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur tahun 2013. Serta mengikuti kegiatan di luar kuliah yaitu DTSOP (Darwis Triadi School Of Photography) pada tahun 2009.

Heru Subiyantoro, ST., MT lahir di Tulungagung tahun 1971. Bergabung dengan UPN Veteran pada tahun 1996. Beliau ahli dalam bidang apresiasi manual, senang belajar seni progresif, ide-ide pengembangan kreatif. Beliau lulus dari Sarjana S1- Arsitektur ITS Surabaya (1990-1995) dan melanjutkan program pasca Sarjana S2- ITS Surabaya (2006-2008) dengan Program beasiswa. Mengabdikan di UPN sudah 14 tahun dengan partisipasi pengembangan kurikulum dan proses belajar di desain arsitektur dan sekarang aktif mengembangkan di bidang studi desain komunikasi visual. Aktif dalam lintas komunitas di luar kampus serta membina pengembangan komunitas mahasiswa.

LAMPIRAN



Gb.1. *Headline*



Gb.2. *Cover Depan dan Belakang*



Gb.3. *Layout* Isi Buku



Gb.4. *Display* Pameran