

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Keindahan alam memang sepatutnya kita syukuri dan nikmati. Setiap wilayah di belahan Bumi ini memiliki keindahan dan karakteristik alamnya sendiri. Dari mulai pegunungan yang banyak menyuguhkan keindahan alam yang asri, puncak-puncak gunung yang menunggu untuk didaki, kawah-kawah gunung yang siap untuk dieksplorasi, hingga pesisir pantai yang menyuguhkan keeksotisannya.

Salah satu wilayah yang menyimpan banyak keindahan alam adalah Jawa Barat. Salah satu provinsi di Indonesia yang sering disebut dengan ‘Bumi Parahyangan’ atau ‘Bumi Pasundan’ ini, menyimpan banyak sekali keindahan alam, mulai dari keindahan pegunungan hingga keeksotisan pantai, semuanya ada di Jawa Barat. Selain menyuguhkan keindahan alam, Jawa Barat pun memiliki wisata budaya, kuliner, maupun hiburan.

Umumnya, wilayah Jawa Barat memiliki hawa yang sejuk, karena wilayah Jawa Barat sendiri banyak dikelilingi oleh pegunungan. Selain dengan banyaknya pegunungan, Jawa Barat pun memiliki keeksotisan pantai. Daerah pegunungan di Jawa Barat umumnya sering menarik banyak wisatawan, contohnya Gunung Patuha di Kabupaten Bandung yang di dalamnya terdapat objek wisata Kawah Putih, Gunung Guntur di Garut yang sering dijadikan objek pendakian, Gunung Tangkuban Parahu, dan masih banyak lagi.

Beberapa pantai di Jawa Barat pun memiliki keeksotisan dan tidak kalah dengan wilayah lain di Indonesia sehingga menarik wisatawan untuk berkunjung. Sebut saja pantai-pantai yang ada di selatan Jawa Barat yaitu Pantai Pangandaran dan Pantai Santolo di Garut. Adapun di bagian utara Jawa Barat ada Pantai Pondok Bali di Subang, Pantai Tirtamaya yang terletak di Indramayu dan masih banyak lagi, semuanya siap untuk dieksplorasi. Berbicara tentang keindahan Jawa Barat, Kabupaten Bandung adalah salah satu wilayah yang memiliki banyak kawasan wisata alam yang indah dan menarik, dan umumnya terletak di daerah pegunungan, sebut saja Ranca Upas, Situ Patenggang (Situ Patengan), Pangalengan, Kebun Teh

Guntur *Saladin, 2019*

*DESAIN MASKOT UNTUK OBJEK WISATA KAWAH PUTIH DI KECAMATAN RANCABALI  
KABUPATEN BANDUNG*

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Rancabali, dan masih banyak lagi. Namun ada salah satu objek wisata populer yang ada di Kabupaten Bandung, yaitu Kawah Putih.

Kawah Putih merupakan salah satu objek wisata populer yang berada di daerah Ciwidey, tepatnya di Kecamatan Rancabali. Objek wisata ini menyuguhkan keindahan danau kawah berwarna putih yang berasal dari letusan Gunung Patuha sekitar abad ke-10. Menurut Bachtiar dan Brahmantyo (2009, hlm. 161), warna putih ini, disebabkan adanya endapan *tuff* (abu gunung api).

Keunikan yang ada pada danau kawah berwarna putih ini, menjadi daya tarik bagi para wisatawan, baik lokal maupun mancanegara untuk mengunjungi objek wisata Kawah Putih. Bukan hanya sekadar untuk menikmati suguhan alam dari objek wisatanya itu sendiri, namun banyak juga yang datang untuk sekadar berfoto bersama, melakukan swafoto, maupun dijadikan tempat untuk melaksanakan pemotretan sebelum pernikahan (*pre wedding*). Bahkan Kawah Putih pun memiliki muatan edukasi di dalamnya seperti bagaimana sejarahnya, unsur geologis yang ada, mitos-mitos di dalamnya, dan cerita-cerita dibalik penemuannya. Maka tidak heran bila Kawah Putih sering menjadi destinasi wisata edukasi bagi para pelajar ataupun mahasiswa.

Melihat peluang tersebut, objek wisata Kawah Putih seharusnya memiliki sesuatu yang dapat merepresentasikan dan mempromosikan objek wisata Kawah Putih itu sendiri, salah satunya dengan maskot. Meskipun sebenarnya Kawah Putih sudah memiliki elemen identitas berupa logo, namun apabila dengan hadirnya maskot sebagai penunjang elemen identitas selain logo, maka representasi dari Kawah Putih akan lebih menarik.

Di Indonesia, khususnya di Jawa Barat, penggunaan maskot sebagai bagian dari identitas untuk kawasan wisata alam sangat sulit ditemukan. Maskot sebenarnya bisa mendongkrak popularitas dari objek wisata alam tersebut apabila dilakukan dengan benar, terarah, dan berkelanjutan, sehingga dapat menjadi sebuah keuntungan.

Maskot sebagai identitas dalam suatu penyampaian visual dapat menjadi daya tarik tersendiri khususnya di bidang pariwisata. Maskot dapat merepresentasikan kawasan wisata baik dari segi kearifan lokal, budaya, keindahan alam, ataupun

kelebihan yang dimiliki oleh daerah tersebut. Di samping dapat mempresentasikan kawasan wisata, maskot pun dapat dijadikan sebagai ciri khas dari kawasan wisata sehingga apabila orang-orang melihat maskot itu, mereka langsung ingat dengan tempat/kawasan yang dihadirkan oleh visualisasi maskot tersebut. Penggunaan maskot sebagai bagian dari identitas sudah dilakukan oleh negara-negara maju, contohnya Jepang.

Di Jepang, maskot sering dijadikan sebagai media promosi baik itu untuk suatu wilayah/perfektur maupun untuk suatu kawasan wisata. Pada laman [fluentu.com](https://www.fluentu.com) menjelaskan bahwa maskot sebenarnya bukan hanya dapat membantu untuk mempromosikan suatu kawasan wisata, tapi dapat juga dijadikan sebagai media edukasi bagi para pengunjung untuk menyampaikan kebudayaan dan komunitas lokal yang dimiliki oleh suatu kawasan wisata. (Niko, 2014, *The Essential Guide to Understanding Japan's National Mascot Obsession* <https://www.fluentu.com/blog/japanese/japanese-culture-mascots/>, diakses tanggal 27 Agustus 2018).

Salah satu contoh dari kesuksesan penggunaan maskot di negara Jepang adalah Kumamon. Maskot berwujud beruang hitam ini, sukses menghasilkan keuntungan finansial hanya dari sebuah maskot, seperti yang dijabarkan oleh salah satu situs (Niko, 2014, *The Essential Guide to Understanding Japan's National Mascot Obsession* <https://www.fluentu.com/blog/japanese/japanese-culture-mascots/>, diakses 27 Agustus 2018), Kumamon adalah salah satu contoh sukses penggunaan maskot. Maskot berwujud beruang hitam dengan pipi merah yang mempresentasikan Prefektur Kumamoto di selatan Jepang. Sejak kemunculan pertamanya dalam mempromosikan Kereta Cepat Kyushu pada tahun 2010, Kumamon telah berhasil menghasilkan banyak pendapatan. Bahkan Bank Jepang mengumumkan bahwa "efek ekonomi Kumamon di prefektur mencapai 124,4 miliar yen dalam kurun waktu 2 tahun".

Melihat dari kesuksesan penggunaan maskot di Jepang, sebagai tempat wisata yang sering dikunjungi oleh wisatawan ketika berlibur ke Kabupaten Bandung, sudah seharusnya objek wisata Kawah Putih memiliki sesuatu yang dapat merepresentasikan dan mengenalkan objek wisata itu sendiri, salah satunya dengan

maskot. Apalagi dengan adanya muatan edukasi yang terkandung pada kawasan wisata Kawah Putih, maka maskot rasanya bisa menjadi media atraktif dalam penyampaiannya, misalnya dengan adanya pamflet, buku panduan wisata, ataupun animasi dengan memanfaatkan visualisasi dari maskot.

Maka dari itu, penulis tertarik untuk merancang maskot 2D (dua dimensi) sebagai upaya dalam mempromosikan objek wisata Kawah Putih, bukan hanya sebagai bagian dari identitas, atau media penyampaian informasi, tapi dapat dijadikan sebagai cenderamata (*merchandise*) berupa boneka, gantungan kunci, stiker, pin, atau *figurine* yang dapat diproduksi dari visualisasi maskot objek wisata itu sendiri, karena dengan hal tersebut, bisa mempromosikan dan menghasilkan keuntungan ekonomi dari objek wisata Kawah Putih.

Tidak jarang, apabila orang-orang sangat menyukai bentuk visualisasi maskot yang dibuat dalam bentuk cenderamata. Mereka tidak keberatan untuk membelinya. Ini merupakan sebuah promosi yang secara tidak langsung mengenalkan kawasan wisata Kawah Putih. Seperti halnya di Jepang, orang-orang sangat menggilai *merchandise* dari Kumamon, maskot beruang hitam dari salah satu prefektur di Jepang, dengan bentuk visualisasi yang unik dan pengaplikasian pada cenderamata yang menarik, cenderamata Kumamon selalu diburu untuk dibawa pulang.

Diharapkan, dengan pembuatan desain maskot untuk Objek Wisata Kawah Putih, dapat membantu untuk mengenalkan objek wisata Kawah Putih di kalangan wisatawan lokal maupun mancanegara baik dari segi promosi maupun cenderamata.

Penulis sendiri sudah mengenal dan tertarik dalam pembuatan desain karakter/maskot ketika masih duduk di bangku SMA (Sekolah Menengah Atas). Ketertarikan tersebut karena pengaruh dari *games* konsol yang sering penulis mainkan. Berlanjut di masa kuliah, penulis memberanikan diri untuk membuat maskot baik untuk pekerjaan maupun diikuti sertakan pada perlombaan. Contoh maskot yang pernah penulis buat untuk perlombaan yaitu lomba maskot GERMAS (Gerakan Masyarakat Sehat), yang diadakan oleh Kementerian Kesehatan dan diselenggarakan oleh situs [www.hellomotion.com](http://www.hellomotion.com) namun penulis hanya sampai

pada tahap seleksi. Adapun maskot yang pernah penulis buat dan sudah dipakai yaitu maskot untuk situs [www.turbot.io](http://www.turbot.io) dan [www.codemonkey.ai](http://www.codemonkey.ai).

Selain hal tersebut penulis pun senang mengamati desain-desain maskot yang sudah ada seperti maskot Olimpiade, Piala Dunia, ataupun maskot-maskot yang ada di negara Jepang yang sering disebut dengan *yuru-chara*. Penulis sering mencari tahu mulai dari pembuatan, latar belakang pembuatannya, hingga produksi akhir dari sebuah maskot.

Dua tahun terakhir, penulis mengamati beberapa Skripsi Penciptaan maupun Skripsi Penelitian di perpustakaan Departemen Pendidikan Seni Rupa UPI maupun di perpustakaan pusat UPI, dan belum ditemukannya Skripsi Penciptaan atau Skripsi Penelitian yang mengangkat tentang perancangan maskot. Berangkat dari hal tersebut, termasuk latar belakang yang mendasari penulis untuk merancang sebuah maskot, penulis merasa tertarik untuk merancang maskot untuk kawasan wisata berupa Skripsi dengan judul “DESAIN MASKOT UNTUK OBJEK WISATA KAWAH PUTIH DI KECAMATAN RANCABALI KABUPATEN BANDUNG”.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, adapun rumusan masalah penelitian adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana cara mengembangkan gagasan mengenai desain maskot untuk objek wisata Kawah Putih?
2. Bagaimana proses pembuatan maskot untuk objek wisata Kawah Putih?
3. Bagaimana visual-estetis rancangan dari maskot untuk objek wisata Kawah Putih?

## **C. Tujuan**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, adapun tujuan penulisan adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan mengembangkan gagasan mengenai pembuatan maskot untuk objek wisata Kawah Putih.
2. Untuk mengetahui proses rancangan maskot untuk objek wisata Kawah Putih.
3. Untuk menghasilkan bentuk visual maskot bagi objek wisata Kawah Putih

#### **D. Manfaat**

Adapun manfaat dari penulisan ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat teoretis/akademis, yakni untuk melahirkan konsep pembuatan maskot untuk objek wisata Kawah Putih yang baru dan orisinal, sehingga dapat mengembangkan konsep berkarya.
2. Manfaat praktis, untuk penulis : meningkatkan daya tarik dalam pembuatan maskot untuk objek wisata Kawah Putih.
3. Manfaat bagi departemen Pendidikan Seni Rupa UPI adalah untuk menambah daya kreasi dalam pembuatan karya maskot untuk objek wisata Kawah Putih.
4. Manfaat bagi masyarakat umum adalah menciptakan maskot sebagai representasi dan cenderamata dari kawasan objek wisata Kawah Putih.

#### **E. Metode Penciptaan**

Sebelum melakukan proses berkarya, penulis melakukan beberapa persiapan proses penciptaan dan metode penelitian secara deskriptif melalui cara observasi tempat yang akan dijadikan bahan berkarya, wawancara kepada ahli dan petugas-petugas yang ada di objek wisata Kawah Putih untuk mendapatkan data dan informasi, dan pengumpulan data dalam bentuk kajian literatur tentang desain maskot.

Desain maskot ini bersumber pada referensi maskot yang sudah ada dan penulis kumpulkan sebelumnya. Dan untuk menunjang pengerjaan karya visual maskot, penulis berencana untuk menggunakan perangkat lunak dalam pembuatannya seperti Adobe Photoshop CC dan Adobe Illustrator CC.

#### **F. Sistematika Penulisan**

Dalam skripsi penciptaan ini terdiri dari lima bab, dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

- BAB I**           Pendahuluan, berisi latar belakang penciptaan, rumusan masalah penciptaan, tujuan penciptaan, manfaat penciptaan, metode penciptaan dan sistematika penulisan laporan penciptaan.
- BAB II**          Landasan Penciptaan, berisi kajian pustaka sebagai landasan teori, kajian empirik dan kajian faktual untuk penciptaan karya ini.

- BAB III Metode Penciptan, berisi deskripsi karya “Desain Maskot untuk Objek Wisata Kawah Putih di Kecamatan Rancabali Kabupaten Bandung” yang diuraikan kepada empat bagian, yaitu perwujudan karya, persiapan, proses penciptaan, dan pengaplikasian.
- BAB IV Visualisasi dan Deskripsi Karya, berisi penjelasan mengenai karya secara visual dan konsep sesuai dengan teori yang terdapat pada landasan penciptaan.
- BAB V Simpulan, berisi pemaparan tentang simpulan, dan rekomendasi dari hasil penciptaan.