

PERANCANGAN BUKU FOTOGRAFI DAN ILUSTRASI LOKASI WISATA DI KOTA PEKALONGAN

Vincentius Reinaldo¹, Bing Bedjo Tanudjaja², Daniel Kurniawan³

¹²³Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni dan Desain, Universitas Kristen Petra
Siwalankerto 121-131, Surabaya
Email: vreinal95@gmail.com

Abstrak

Pekalongan merupakan kota yang terletak di Jawa Tengah yang memiliki predikat kota batik dan mendapat gelar sebagai kota kreatif dunia oleh UNESCO, sayangnya kota ini masih sepi wisatawan. Perancangan buku ini bertujuan agar lebih mengenalkan kepada masyarakat pada potensi pariwisata di Pekalongan. Diharapkan dengan perancangan ini dapat memberikan wawasan dan dapat menarik minat wisatawan untuk mencoba berkunjung ke Kota Pekalongan.

Kata Kunci: Buku, Wisata¹, Sejarah², Budaya, Pekalongan³

Abstract

Title: *Designing Photography and Illustration Book about Tourist Attraction in Pekalongan*

Pekalongan is a city in mid Java. That named by City of Batik and has been set by UNESCO as World's Creative City but unfortunately, this city still lack of tourist. The purpose of this book is to make the public know about the potential tour in Pekalongan. Hopefully, this book can provide a knowledge and provide tourists to visit Pekalongan.

Keywords: *Book, Tours¹, History, Culture², Pekalongan³*

Pendahuluan

Indonesia merupakan negara yang terdiri dari beragam budaya dan adat istiadat juga mempunyai bermacam-macam kesenian tradisional, kerajinan tradisional serta makanan tradisional. Pariwisata merupakan sebuah bisnis global yang menjanjikan. Perjalanan sekarang menjadi faktor pelengkap dalam kehidupan manusia terutama dalam menikmati nuansa budaya dan alam. Munculnya pariwisata tidak lepas dengan adanya dorongan naluri manusia yang selalu ingin mengetahui dan mencari hal-hal yang baru, bagus, menarik, mengagumkan, dan menantang. Biasanya hal itu dilakukan dengan perjalanan-perjalanan keluar daerah atau keluar dari kebiasaan sehari-

hari dalam jangka waktu tertentu. Kegiatan pariwisata telah melibatkan banyak komponen. Salah satunya adalah aktivitas wisatawan yang secara langsung telah terlibat dalam kehidupan sosial. Hal itu dilihat dari masyarakat yang menjadi wisatawan, penyedia tempat pariwisata, dan penerima wisatawan. Hubungan sosial ini sangat berpengaruh pada perkembangan pariwisata. Dengan kegiatan pariwisata ini masyarakat bisa berinteraksi dan bertransaksi dari satu dengan lainnya. Hubungan telah terjalin baik dari wisatawan lokal maupun wisatawan asing yang datang dalam melakukan perjalanan untuk mengenal berbagai objek wisata. Karya masyarakat yang dapat dimanfaatkan oleh wisatawan pada saat berkunjung ke satu daerah wisata yang dapat

menambah pengalaman perjalanan baru bagi wisatawan dan peningkatan berusaha bagi masyarakat (Gumelar S, 2002). Tempat wisata merupakan sesuatu tempat yang menjadi pusat daya tarik dan dapat memberikan kepuasan khususnya wisatawan (Yoeti, 1985). Hal ini sangat penting untuk membudidayakan suatu tempat wisata baik dengan mengembangkan dan menjaga keasliannya itu sendiri. Pengembangan tempat wisata ini menjadi acuan sebagai sumber penghasilan utama bagian setiap daerah. Hal ini dapat meningkatkan suatu tempat tujuan kunjungan terutama di Indonesia. Oleh karena itu, pemerintahan daerah harus berupaya dalam mengembangkan berbagai objek wisata. Pengembangan objek wisata dapat dilakukan dengan berbagai cara. Hal itu terlihat dari promosi objek wisata, acara tradisi adat daerah, pembudidayaan tempat wisata, dan fasilitas yang mendukung. Objek wisata merupakan salah satu daya tarik suatu kota dalam menarik wisatawan.

Kota Pekalongan adalah sebuah kota di provinsi Jawa Tengah. Kota ini terletak di jalur Pantura yang menghubungkan Jakarta-Semarang-Surabaya. Pekalongan berjarak 101 km sebelah barat Semarang, atau 384 sebelah timur Jakarta. Pekalongan dikenal dengan julukan kota batik, karena batik Pekalongan memiliki corak yang khas dan variatif. Kota Pekalongan masuk jaringan kota kreatif UNESCO (*United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization*) dalam kategori *crafts & folk art* pada Desember 2014 dan memiliki *city branding World's city of Batik*. Selain batiknya Kota Pekalongan memiliki berbagai potensi wisata lainnya, diantaranya seperti wisata kuliner, wisata sejarah dan wisata alam. Sayangnya Kota Pekalongan yang merupakan kota batik kurang dikenal oleh masyarakat di luar Pekalongan khususnya di luar Jawa Tengah. Kota Pekalongan sendiri yang tergolong kota kecil mengakibatkan sedikitnya wisatawan yang tertarik untuk mengunjungi kota yang memiliki predikat kota batik tersebut. Padahal walaupun Kota Pekalongan merupakan kota kecil namun didalamnya Kota Pekalongan merupakan kota yang unik dan memiliki kehidupan bermasyarakat yang unik pula. Kota Pekalongan masih memiliki berbagai adat, kebudayaan dan gaya hidup yang tradisional. Kebudayaan dan sejarah di Kota Pekalongan

masih terjaga yang dapat terlihat dari berbagai bangunan tua, gaya hidup dan kebudayaan yang masih terjaga, bahkan kendaraan tradisional seperti becak masih menjadi salah satu transportasi utama yang digunakan oleh masyarakat Kota Pekalongan. Selain itu makanan-makanan tradisional dari pekalongan masih banyak dapat ditemui dipinggir-pinggir jalanan Kota Pekalongan. Kota Pekalongan memiliki banyak sekali potensi wisata baik wisata budaya, wisata alam ataupun wisata sejarahnya. Dari berbagai potensi wisata yang ada di Kota Pekalongan dipilahlah potensi wisata sejarah di Kota Pekalongan, karena seperti yang diketahui bahwa batik Pekalongan sudah cukup dikenal, namun dengan batik saja tidaklah mampu untuk menarik wisatawan untuk berkunjung ke Kota Pekalongan, oleh karena itu diperlukan potensi wisata yang hanya dapat ditemukan di Kota Pekalongan saja, yang diharapkan dapat lebih menarik orang untuk berkunjung ke Kota Pekalongan. Masyarakat saat ini sangat dinamis, mereka tidak menyukai untuk membaca tulisan yang banyak, sehingga dalam menyampaikan suatu pesan pada mereka akan lebih mudah untuk menggunakan visual dari pada bentuk verbal. Di era modern perkembangan teknologi sudah sangat maju namun sebagian besar masyarakat di Indonesia masih tidak mau untuk mengeluarkan uang untuk sesuatu yang tidak memiliki wujud fisik, dapat terlihat dari jumlah pembelian *e-book* masih jauh lebih sedikit dari pada buku. Dengan *target audience* merupakan mereka yang menyukai berwisata maka buku dipilih karena media ini diharapkan lebih mudah diterima masyarakat Indonesia dari semua kalangan serta penggunaan bentuk visual dalam bentuk fotografi dan ilustrasi diharapkan dapat lebih mampu untuk *target audience*. Karena kita ketahui bahwa di Indonesia, khususnya di Pekalongan belum ada buku yang membahas secara rinci tentang Wisata Sejarah Kota Pekalongan. Dengan buku tersebut diharapkan dapat tersampaikan informasi yang lebih baik bagi masyarakat Indonesia maupun mancanegara yang gemar terhadap hal-hal yang berkaitan wisata sejarah. Sehingga diharapkan dapat mendorong Kota Pekalongan menjadi salah satu destinasi lokasi wisata Jawa Tengah.

Manfaat Perancangan

Dengan adanya perancangan ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan kegunaan baik dari Kota Pekalongan serta masyarakat sebagai berikut:

- Bagi Mahasiswa
Sebagai tambahan portfolio dimasa yang akan datang.
- Bagi Institusi
Sebagai Portfolio Universitas Kristen Petra dari jurusan Desain Komunikasi Visual dan sebagai pedoman atau pembelajaran bagi mahasiswa Universitas Kristen Petra.
- Bagi kota Pekalongan
Membantu memperkenalkan Kota Pekalongan sebagai tujuan destinasi wisata kepada masyarakat serta meningkatkan wisatawan ke kota tersebut.

Metode Pengumpulan data

Informasi-informasi yang berkaitan dengan segala hal mengenai Kota Pekalongan, serta berbagai informasi penting yang terkait dengan Pekalongan melalui internet.

Metode Analisis Data

Metode 5W+1H :

- What
Buku ini berisikan tentang tempat-tempat wisata di Kota Pekalongan terutama wisata sejarah dan wisata lain sebagai pendukungnya
- When
Buku ini akan diterbitkan sekitar akhir tahun 2017.
- Where
Buku ini akan didistribusikan di Indonesia
- Why
Pemilihan Buku karena buku adalah salah satu media yang dapat diterima oleh masyarakat, dengan gabungan visual dan verbal buku dapat menyampaikan informasi secara jelas.
- Who
Masyarakat di Indonesia yang tertarik akan wisata di Jawa Tengah.
- How

Dengan menggabungkan antara bentuk visual yang berupa ilustrasi dan fotografi serta verbal dalam bentuk tulisan, maka buku ini diharapkan dapat menyampaikan secara jelas dan menarik tentang wisata di Kota Pekalongan.

Konsep Perancangan

Konsep perancangan buku ini berdasarkan pada usaha menampilkan buku dengan format didominasi gambar yang berupa ilustrasi dan fotografi, penjelasan dalam bentuk verbal akan lebih sedikit dari pada penjelasan dalam bentuk visual, sebagian besar penjelasan verbal akan diterjemahkan dalam bentuk visual dengan layout yang sederhana. Format yang menampilkan lebih banyak informasi dalam bentuk visual dari pada verbal diharapkan anak muda yang suka traveling dapat lebih tertarik. Sehingga penggunaan visual sebagai penjelasan diharapkan akan menjadi lebih menarik. Dengan format demikian diharapkan dapat mempromosikan dengan efektif dan mampu mempromosikan Kota Pekalongan.

Landasan Teori

Pariwisata

Secara Etomologi pariwisata berasal dari dua kata yaitu "pari" yang berarti banyak/berkeliling, sedangkan pengertian wisata berarti "pergi". Didalam kamus besar indonesia pariwisata adalah suatu kegiatan yang berhubungan dengan perjalanan rekreasi. Sedangkan pengertian secara umum pariwisata merupakan suatu perjalanan yang dilakukan seseorang untuk sementara waktu yang diselenggarakan dari suatu tempat ketempat lain dengan meninggalkan tempat semula dan dengan suatu perencanaan atau bukan maksud mencari nafkah di tempat yang dikunjunginya, tetapi semata mata untuk menikmati kegiatan pertamasyaan atau rekreasi untuk memenuhi keinginan yang beraneka ragam. Pariwisata merupakan salah satu kebutuhan manusia. Dengan melakukan wisata, manusia dapat sejenak melepas penat, lelah dan menghilangkan stress, serta sejenak melupakan masalah yang dialami baik di rumah maupun di kantor. Berdasarkan Undang-Undang No. 9 Tahun 2009 pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas

serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah. Pengertian lain tentang pariwisata adalah salah satu jenis industri baru yang mampu menghasilkan pertumbuhan ekonomi yang cepat dalam menyediakan lapangan kerja, peningkatan penghasilan, standar hidup serta menstimulasi sektor-sektor produktivitas lainnya (Wahab,1996). Selain itu sebagai sektor yang kompleks dan meliputi industri-industri klasik yang sebenarnya, yaitu industri kerajinan dan cinderamata, penginapan, dan transportasi secara ekonomis juga dipandang sebagai industri. Pengertian wisata itu sendiri adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara. Kebutuhan manusia semakin lama semakin berkembang. Semakin lama manusia akan menuntut sesuatu yang lebih dari apa yang pernah mereka dapatkan, tidak terkecuali masalah wisata. Manusia akan merasa bosan bila terus menerus berwisata ditempat yang sama tanpa ada perubahan ataupun sesuatu yang berbeda dari tempat wisata tersebut. Untuk itu perlu adanya perubahan dalam pembentukan tempat wisata seperti penambahan sarana prasarana ataupun hanya sekedar membenahi sarana yang sudah ada supaya menjadi lebih baik. Hal tersebut perlu dilakukan untuk menarik wisatawan, dan supaya para wisatawan yang datang tidak merasa bosan bila berwisata di tempat wisata tersebut. Sebagai kebutuhan dasar manusia, pariwisata akan memenuhi kebutuhan manusia untuk berlibur dan berekreasi, kebutuhan pendidikan dan penelitian, kebutuhan keagamaan, kebutuhan kesehatan jasmani dan rohani, minat terhadap kebudayaan dan kesenian, kepentingan keamanan, kepentingan politik, dan hal-hal yang bersifat komersialisasi yang membantu kehidupan ekonomi masyarakat. Pariwisata dilakukan baik secara individual, keluarga, maupun kelompok. Hal-hal yang berhubungan dengan pariwisata antara lain wisata, wisatawan, dan kepariwisataan. Berdasarkan Undang-Undang No. 10 Tahun 2009 pengertian wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan

rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara. Pengertian wisatawan adalah orang yang melakukan wisata, sedangkan kepariwisataan adalah keseluruhan kegiatan yang terkait dengan pariwisata dan bersifat multidimensi serta multidisiplin yang muncul sebagai wujud kebutuhan setiap orang dan Negara serta interaksi antara wisatawan, Pemerintah, Pemerintah Daerah, dan pengusaha. Penyelenggaraan kepariwisataan diarahkan untuk peningkatan kesejahteraan dan kemakmuran rakyat melalui peningkatan devisa, perluasan dan pemerataan kesempatan usaha dan lapangan kerja, mendorong pembangunan daerah, memperkaya kebudayaan nasional dengan tetap melestarikan kepribadian bangsa dan terpeliharanya nilai-nilai agama, mempererat persahabatan antar bangsa, memupuk rasa cinta tanah air, memperhatikan kelestarian fungsi dan mutu lingkungan serta mendorong pengembangan, pemasaran, dan pemberdayaan produk nasional melalui pemanfaatan segala potensi sumber daya alam maupun sumber daya manusia. (Karya Tulis Ilmiah, 2015) Dari sisi ekonomi, pariwisata muncul dari empat unsur pokok yang saling terkait erat atau menjalin hubungan dalam suatu sistem, yakni permintaan atau kebutuhan, penawaran atau pemenuhan kebutuhan berwisata itu sendiri, pasar dan kelembagaan yang berperan untuk memfasilitasi keduanya, serta pelaku atau aktor yang menggerakkan ketiga elemen tersebut. Keterkaitan antar keempat unsur tersebut sebagai sistem pariwisata dapat dilihat pada gambar berikut (Damanik dan Weber, 2006:2).

Pekalongan

Pekalongan, atau yang dikenal juga “Kota Batik” memiliki 300.000 penduduk, yang memiliki budaya yang beraneka ragam dimana berbagai etnis hidup berdampingan, dan saling bertukar kebudayaan dan merayakannya bersama-sama pada pertunjukan, parade dan acara-acara yang diselenggarakan setiap tahunnya. (<http://en.unesco.org/creative-cities/pekalongan> ; diakses 24 februari 2017). Kerajinan tangan, seperti batik tulis dan batik cetak merupakan penyokong utama pertumbuhan ekonomi di Kota Pekalongan. Kedekatan antara seni, budaya dan ekonomi,

desain batik dan proses produksinya menjadi bagian yang sangat esensial dalam identitas Kota Pekalongan itu sendiri. Terintegrasi dengan system pendidikan di Kota Pekalongan, budaya Batik juga terintegrasi dengan sangat baik dengan rencana pembangunan ekonomi kreatif di Kota Pekalongan. (<http://en.unesco.org/creative-cities/pekalongan> ; diakses 24 februari 2017).

Keamanan dan perencanaan meluncurkan budaya Batik serta pengembangan kampung pembuatan Batik menjadi prioritas utama bagi Kota Pekalongan. Museum Batik dan kedekatan sarana belajar budaya Batik bagi para siswa merupakan perwujudan penting sebagai kota pusat kesenian dan telah diakui sebagai *Best Safeguarding Practice of intangible heritage*. (<http://en.unesco.org/creative-cities/pekalongan> ; diakses 24 februari 2017).

Kota Pekalongan, adalah salah satu kota di Provinsi Jawa Tengah. Kota ini berbatasan dengan Laut Jawa di utara, Kabupaten Batang di timur, serta Kabupaten Pekalongan di sebelah selatan dan barat. Pekalongan terdiri atas 4 kecamatan, yakni Pekalongan Barat, Pekalongan Utara, Pekalongan Timur, dan Pekalongan Selatan. Kota ini terletak di jalur pantura yang menghubungkan Jakarta-Semarang-Surabaya. Pekalongan berjarak 101 km sebelah barat Semarang, atau 384 sebelah timur Jakarta. Pekalongan dikenal mendapat julukan kota batik, karena batik Pekalongan memiliki corak yang khas dan variatif. Kota Pekalongan memiliki pelabuhan perikanan terbesar di Pulau Jawa. Pelabuhan ini sering menjadi transit dan area pelelangan hasil tangkapan laut oleh para nelayan dari berbagai daerah. Selain itu di Kota Pekalongan banyak terdapat perusahaan pengolahan hasil laut, seperti ikan asin, terasi, sarden, dan kerupuk ikan, baik perusahaan berskala besar maupun industri rumah tangga. transportasi dipekalongan pun sudah cukup berkembang, karena terdapat terminal besar, stasiun dll. transportasi taksi pun beberapa sudah banyak ditemukan. untuk makanan khas Pekalongan adalah adalah megono, yakni irisan nangka dicampur dengan sambal bumbu kelapa. Makanan ini umumnya dihidangkan saat masih panas dan dicampur dengan petai dan ikan bakar sebagai menu tambahan. Kota Pekalongan terkenal dengan nuansa religiusnya karena mayoritas penduduknya memeluk

agama Islam. Ada beberapa adat tradisi di Pekalongan yang tidak dijumpai di daerah lain semisal; syawalan, sedekah bumi, dan sebagainya. Syawalan adalah perayaan tujuh hari setelah lebaran dan sekarang ini disemarakkan dengan pemotongan lopis raksasa yang memecahkan rekor MURI oleh walikota untuk kemudian dibagi-bagikan kepada pengunjung. Untuk mengenang berbagai koleksi batik yang pernah tercipta di tanah air, semuanya bisa kita lihat di museum batik. Berbagai alat dan teknik batik juga bisa kita temui di museum ini. Di dalam museum ini ada salah satu ruangan yang tidak diperkenankan dikunjungi oleh semua orang. Hanya orang-orang tertentu yang diperbolehkan memasuki ruangan ini. Di dalamnya terdapat berbagai koleksi batik abad 18 yang masih awet tersimpan rapi. (Batik Parasantique Pekalongan, 2013)

Pemilihan Media Buku

Berbicara tentang penerbitan buku di Indonesia tentu tak bisa dilepaskan dari budaya tulis nusantara. Bangsa kita telah mengenal buku setidaknya sejak abad 14 M. Pada masa itu khazanah perbukuan masih berupa naskah-naskah yang ditemukan dalam bentuk buku maupun kumpulan lembaran daun lontar yang ditulis tangan. Materi yang ditulis pun beragam mulai dari naskah resmi kerajaan (perjanjian, keputusan raja), karya sastra, babad (sejarah), hingga ayat-ayat suci. Beberapa buku tersebut antara lain kitab Sutasoma karya Mpu Tantular dan Nagarakertagama karya Mpu Prapanca pada abad 14. Kemudian pada abad 16 mulai muncul penulisan kitab-kitab agama Islam di bidang fikih, tasawuf, teologi, dan etika untuk digunakan sebagai bahan ajar di pesantren yang tersebar di nusantara, terutama di Jawa dan Sumatra. Hingga 1950 industri penerbitan buku Indonesia didominasi oleh Balai Pustaka disamping mulai munculnya penerbit buku nasional seperti Pustaka Antara, Pustaka Rakyat (sekarang Dian Rakyat), Endang, dan beberapa lagi yang semuanya berpusat di Jakarta, Ganaco di Bandung dan lain-lain. Balai Pustaka pasca kemerdekaan hingga tahun 1950 berhasil menerbitkan dan mencetak ulang 128 judul buku dengan tiras 603.000 eksemplar. Pada saat ini pula muncul karya-karya sastra dari para penulis seperti Idrus dengan *Dari Ave Maria ke Djalan Lain ke Roma*; Tambera karya

Utuy Tatang Sontani; Pramudya Ananta Toer dengan *Dia Jang Menjerah* dan *Bukan Pasar Malam*; Mochtar Lubis dengan *Si Djamal*. Selain karya anak negeri, BP juga menghadirkan karya para penulis dunia seperti Fyodor Dostojevsky, John Steinbeck, Anton Chekov, dan lainnya. Di masa sekarang, penerbit Balai Pustaka rata-rata memproduksi buku sebanyak 320 judul pertahun, dengan porsi terbesar buku yang cetak ulang dari tahun sebelumnya. Berdasarkan kenyataan di lapangan, industri perbukuan di Indonesia setidaknya melibatkan 5 pihak yaitu penerbit, percetakan, distributor, toko buku, dan konsumen pembaca. Masing-masing memiliki dinamika tersendiri yang secara ringkas akan dibahas berikut ini. Sayangnya untuk menyusun analisis yang komprehensif mengenai industri buku di Indonesia tidaklah mudah karena minimnya data baik kuantitatif maupun kualitatif yang terdokumentasi.

- Penerbit

Tidak ada data yang pasti tentang berapa jumlah penerbit yang masih beroperasi. Namun berdasarkan data dari IKAPI setidaknya terdapat 793 penerbit di seluruh Indonesia. IKAPI merupakan asosiasi penerbit buku terbesar di Indonesia. Namun dari sekian jumlah itu, 90% penerbit berlokasi di Jawa. Sementara 10% sisanya tersebar di berbagai pulau. Hal ini menunjukkan bahwa industri perbukuan masih sangat tidak merata. Jumlah penerbit yang cukup besar itu ternyata tidak menjamin tingginya produksi judul buku baru yang diterbitkan. Menurut IKAPI (2010) jumlah judul buku baru yang diterbitkan rata-rata 12.000 judul per tahun termasuk terjemahan dan cetak ulang. Jumlah ini masih jauh di bawah Malaysia yang rata-rata menerbitkan 13.000 judul per tahun. Apalagi jika dibandingkan dengan India yang mencapai 25.000 judul per tahun (kompas.com). Begitu pula jumlah cetak per judulnya relatif masih rendah yaitu 2000-3000 eksemplar per judul buku. Selain penerbit yang tergabung dalam IKAPI, ada juga penerbit yang tidak/belum bergabung. Biasanya mereka ini adalah penerbit-penerbit skala kecil dengan pegawai yang sedikit. Bahkan ada penerbit yang hanya dijalankan oleh dua orang saja. Hal ini terjadi karena memang usaha penerbitan tidak membutuhkan investasi yang mahal dan sangat mudah pengurusannya. Dilihat dari konten buku yang diterbitkan, IKAPI

mengelompokkan 5 jenis penerbitan yaitu penerbitan jenis buku agama, buku umum, buku pelajaran, buku perguruan tinggi (PERTI) dan buku anak-anak/remaja dengan komposisi 17,95% buku agama (319 perusahaan), 13,96% buku perguruan tinggi (248 perusahaan), 10,35% buku anak-anak/remaja (184 perusahaan), buku umum 8,67% (154 perusahaan) dan buku pelajaran 4,45% (79 perusahaan).

- Percetakan

Industri penerbitan baik fiksi maupun nonfiksi tidak bisa dilepaskan dari bisnis percetakan. Dalam kondisi ideal sebuah industri buku, antara bisnis penerbitan dan percetakan seyogyanya terpisah. Namun jikalau pada kenyataannya kedua bisnis tersebut bergabung menjadi satu juga tidak menjadi masalah. Lazimnya hanya lembaga penerbitan yang sudah mapan saja yang memiliki percetakan sendiri dengan alasan lebih ekonomis. Sementara bisnis percetakan yang masih baru biasanya memulai usahanya dengan melayani jasa berbagai macam percetakan. Dilihat dari struktur industrinya, bisnis penerbitan dan percetakan tidak jauh beda. Aturan perijinan untuk usaha percetakan dan penerbitan juga bisa dikatakan mirip. Maka tak heran jika para pelaku usaha percetakan juga menjalankan usaha penerbitan.

- Distributor

Secara ekonomi, pihak distributor merupakan unit bisnis yang seharusnya mendapatkan keuntungan paling besar dari rantai industri buku. Pasalnya distributor tidak memerlukan modal awal yang tinggi dibanding pelaku penerbitan, percetakan, maupun toko buku sekalipun. Distributor bisa mendapatkan 20-40% dari harga jual buku tanpa perlu mengeluarkan modal sebanyak penerbit. Sehingga banyak orang yang tertarik untuk berbisnis sebagai distributor buku. Secara umum ada 3 jenis distributor yang beroperasi di Indonesia. Pertama distributor yang dijalankan oleh perusahaan penerbitan itu sendiri. Kedua, distributor yang mengambil buku dari penerbit-penerbit ke toko buku dan pembaca. Terakhir, toko buku yang menjual ke konsumen. Kenyataan bahwa banyak penerbit yang mendistribusikan bukunya sendiri membuat persaingan bisnis di level ini menjadi tidak sehat. Rupanya penerbit tidak mau kehilangan potensi keuntungan dari jalur distribusi ini. Oleh karena itu dalam peraturan pemerintah

yang baru mengatur persoalan distribusi buku yaitu bahwa toko merupakan jalur terakhir distribusi buku dari penerbit. Artinya bahwa penerbit tidak diperbolehkan menjual langsung kepada pembaca. Sebenarnya tujuan dari peraturan pemerintah tersebut adalah membatasi agar mata-rantai industri buku tidak dimonopoli oleh penerbit. Sehingga peluang usaha untuk para penyalur buku tetap terbuka. Namun kenyataannya di lapangan, penerbit banyak yang berkelit dengan berbagai cara untuk memaksimalkan keuntungan. Masih banyak penerbit yang langsung mendatangi calon pembeli (misalnya buku pelajaran). Tak sedikit perusahaan penerbit besar mendirikan toko-toko buku untuk mengakali peraturan pemerintah yang mengharuskan penjualan buku melalui toko buku.

- Toko Buku

Memperhatikan perkembangan toko buku dalam industri buku Indonesia, situasi saat ini sangat tidak kondusif bagi perkembangannya. Saat ini jumlah toko buku terus menyusut meskipun dalam skema yang diinginkan Pemerintah berada dalam posisi yang strategis dan menentukan. Tidak sesuai praktek dengan kebijakan yang dikeluarkan Pemerintah merupakan biang keladi hancurnya toko buku. Keterangan Gabungan Toko Buku Indonesia (GATBI), sebagaimana dilaporkan KPPU, menyatakan bahwa sebelumnya jumlah toko buku berada di atas 2000. Tetapi saat ini jumlah tersebut menyusut menjadi hanya sekitar 700-800 saja. Penyusutan lebih banyak diakibatkan oleh tidak adanya penegakan hukum terhadap penerbit yang secara langsung memasarkan buku ke konsumen. Kasus ini banyak terjadi untuk buku pelajaran di sekolah (yang sesungguhnya dilarang berdasarkan kebijakan). Padahal buku teks pelajaran sekolah merupakan bagian terbesar dari pasar buku di Indonesia saat ini.

Jadi yang terjadi saat ini, persaingan antar toko buku mungkin justru melemah. Tetapi persaingan dengan jaringan distribusi penerbit justru banyak terjadi. Dipastikan toko buku akan kalah bersaing, mengingat buku-buku teks pelajaran hanya dimiliki oleh penerbit dengan jumlah terbatas, serta mampu melakukan pendekatan terhadap level penentu buku yang akan digunakan di sekolah.

- Konsumen/Pembaca

Kemajuan industri buku bisa dijadikan salah satu indikator peningkatan kemampuan literasi masyarakat. Jika melihat banyaknya penerbit buku yang ada di Indonesia, kita boleh sedikit bangga. Namun apakah itu berarti menunjukkan minat baca masyarakat yang juga semakin meningkat? Kita perlu cari tahu. Berdasarkan kajian Organisasi Pendidikan, Ilmu Pengetahuan, dan Kebudayaan Perserikatan Bangsa-Bangsa (UNESCO), dari 1.000 orang Indonesia, hanya satu orang yang punya minat baca tinggi. Satu buku rata-rata dibaca lima orang. Kondisi tersebut menempatkan Indonesia sebagai salah satu negara dengan minat baca terendah dari 52 negara di Asia Timur. Di samping rendahnya minat baca, problem yang lain adalah tidak meratanya persebaran buku bacaan di Indonesia. Data IKAPI terbaru tahun 2011 menunjukkan bahwa 70 persen distribusi buku fiksi maupun nonfiksi terserap di pulau Jawa dan Bali. Di samping karena sebagian besar penerbit berproduksi di pulau Jawa, hal ini juga disebabkan tingginya biaya pengiriman buku ke luar Jawa (indonesiabuku.com). (Ni'am, n.d.)

Metode Penelitian

Data yang dibutuhkan

Data Primer

- Wawancara

Pengambilan data melalui wawancara /secara lisan langsung dengan sumber datanya, baik melalui tatap muka atau lewat telephone, *teleconference*. Jawaban responden direkam dan dirangkum sendiri oleh peneliti. Salah satu caranya dengan menggunakan kuesioner. Kuesioner adalah daftar pertanyaan tertulis yang ditujukan kepada responden. Jawaban responden atas semua pertanyaan dalam kuesioner kemudian dicatat/direkam. Dalam proses wawancara harus disiapkan terlebih dahulu dengan matang pertanyaan-pertanyaan yang akan diajukan untuk memudahkan proses wawancara. Dalam wawancara belum tentu bisa didapatkan jawaban dari informan yang diinginkan oleh peneliti. Jadi dalam wawancara diperlukan mental yang kuat dan kesabaran. Sikap kesabaran, sopan serta ramah akan berpengaruh dalam

pelaksanaan wawancara. (Keontjaraningrat,1983) “Metode wawancara adalah suatu cara yang digunakan seseorang dengan bertanya secara lisan kepada seorang responden untuk mendapatkan keterangan secara langsung”.

- Observasi
Dilakukan dengan cara mendatangi secara langsung lokasi untuk melihat keadaan dan suasana ada.

Data Sekunder

- Media Cetak
Media cetak merupakan media tertulis imana terdapat berbagai macam informasi yang selalu diperbaruhi menurut periode terbet tertentu. Media cetak sifatnya lebih tahan lama karena dapat disimpan. Media cetak terdiri dari bermacam-macam jenis, diantaranya adalah buku-buku, jurnal, dan lain sebagainya.
- Media elektronik
Media elektronik merupakan media tidak terlulis namun masih bisa dapat dipertanggungjawabkan dimana terdapat berbagai macam informasi yang selalu diperbaharui menurut kurun waktu tertentu. Media elektronik sifatnya lebih cepat hilang. Media Elektronik terdiri dari bermacam-macam jenis, diantaranya adalah internet, televisi dan lain sebagainya.
- Media Dokumentasi
Media dokumentasi merupakan media tidak tertulis namun disajikan melalui visual yang berisi berbagaimacam informasi yang tidak dapat disampaikan melalui kata-kata. Media dokumentasi sifatnya tahan lama karena dapat disimpan. Media dokumentasi terdiri dari bermacam-macam jenis, diantaranya adalah fotografi,video, rekaman dan lain sebagainya.

Instrumen/Alat Pengumpulan Data

- Angket
Yaitu daftar pertanyaan yang ditanyakan kepada orang lain dengan maksud agar orang yang diberi angket tersebut bersedia memberikan respons sesuai dengan permintaan. Dan tidak menutup

kemungkinan bahwa ada pertanyaan di luar angket.

Tujuan Perancangan buku

Tujuan dari perancangan buku ini terdiri atas 2 yaitu *Informatif* dan *Attention*:

- **Informatif**

Buku ini dirancang untuk memberikan informasi-informasi kepada target pembaca yang membutuhkan informasi mengenai keindahan, lokasi dan penjelasan yang berkaitan dengan tempat wisata-wisata bersejarah dan tempat-tempat wisata lainnya sebagai pendukungnya yang ada di Kota Pekalongan.

- **Attention**

Buku ini bertujuan untuk meningkatkan perhatian publik terhadap kota Batik yaitu Kota Pekalongan melalui berbagai informasi yang berupa visual maupun verbal yang diharapkan dapat membangkitkan rasa ingin tahu dan penasaran, yang dapat menarik target pembaca khususnya penggemar traveling dan investor untuk berwisata ke Kota Pekalongan.

Strategi Kreatif

Target Audience

Target *audience* perlu ditetapkan terlebih dahulu sebelum membuat sebuah buku. Hal ini diperlukan agar tujuan dari perancangan buku ini dapat tercapai.

- Demografis

Masyarakat dari usia 17-50 tahun, karena target yang dituju adalah orang-orang yang memiliki kemampuan untuk mengambil keputusannya sendiri untuk memelih tempat berwisata. Dengan SES B-A yang memiliki kapabilitas untuk mengeluarkan uang untuk membeli buku dan berpergian ke luar kota untuk berekreasi atau berwisata.

- Geografis

Konsumen bertempat di Indonesia yang terutama berada di Pulau Jawa seperti Jawa Timur, Jawa Barat dan Jakarta pada

khususnya yang hendak berwisata ke Jawa Tengah.

- Psikografis
Para wisatawan atau orang yang senang berpergian biasanya memiliki sifat:
 1. Suka mencoba hal baru
 2. Menyukai Petualangan
 3. Senang bersantai dan menikmati keindahan
 4. Ingin bertemu dengan orang-orang baru
 5. Mudah bosan
- Behavioral
Memiliki kebiasaan berlibur dan berwisata, senang berwisata, mereka yang jenuh dengan rutinitas sehari-hari.

Konsep Perancangan

Isi dan Tema Buku

Topik yang diangkat dalam buku ini adalah informasi mengenai tempat-tempat wisata yang ada di Kota Pekalongan. Sedangkan tempat wisata yang diangkat didominasi wisata sejarah dengan tempat wisata lain sebagai pendukungnya. Isi dari buku ini meliputi nama tempat-tempat wisata yang ada di Pekalongan, lokasi-lokasi tempat wisata yang ada, sejarah atau cerita yang ada di balik masing-masing lokasi wisata tersebut.

Jenis Buku

Jenis perancangan dari buku ini yaitu buku esai tentang tempat-tempat wisata Kota Pekalongan. Sehingga informasi yang disampaikan adalah seputar informasi sejarah dan cerita mengenai tiap-tiap lokasi wisata tersebut. Sebagai contohnya adalah bangunan cagar budaya, kegiatan ekonomi, gaya arsitektur, kuliner dan lain-lain. Buku ini juga dapat digunakan sebagai buku panduan saat berwisata.

Gaya Penulisan Naskah

Dari Penyajian konten verbal buku ini dibuat secara singkat, jelas dan menarik agar pembaca tidak mudah bosan dan dapat memahaminya dengan lebih mudah. Bahasa yang digunakan formal, melainkan seperti bahasa sehari-hari

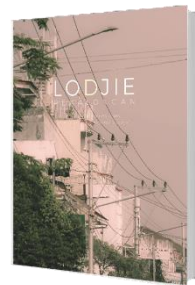
menyesuaikan dengan *target audience*. Beberapa penggunaan bahasa asing akan digunakan untuk melengkapi beberapa bagian pendukung.

Teknik Visualisasi

Teknik visualisasi perancangan ini menggunakan dua teknik yaitu fotografi dan ilustrasi. Penggunaan teknik fotografi digunakan untuk mengambil gambar-gambar keadaan dan nuansa tempat wisata dan teknik ilustrasi digunakan untuk menggambarkan keadaan ataupun penjelasan yang tidak dapat ditangkap oleh kamera. Hasil-hasil foto yang diperoleh akan diolah kembali kedalam *software* pengolah foto. Pengolahan ini bertujuan untuk memaksimalkan dan mempertajam hasil foto.

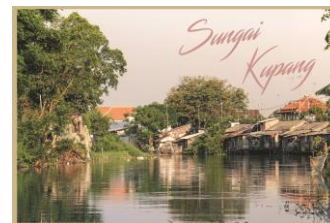
Perancangan

Final Book



Gambar 3. Final book

Post Card



Gambar 4. Final postcard

Bookmark



Gambar 5. Final bookmark

Poster



Gambar 6. Final poster

Flyer



Gambar 7. Final Flyer

X Banner



Gambar 8. Final x banner

Penutup

Kesimpulan

Perancangan buku mengenai Kota Pekalongan ini bermaksud untuk dapat memperkenalkan Kota Pekalongan terhadap khalayak ramai. Dengan menggunakan fotografi dan ilustrasi untuk dapat menggambarkan suasana Kota Pekalongan sehingga dapat menarik minat para wisatawan. Ada berbagai potensi wisata yang terdapat di Kota Pekalongan, dalam buku sebagian besar mengangkat bangunan-bangunan tua dan bersejarah di Kota Pekalongan. Sebagai salah satu Kota yang menjadi pusat perdagangan di Batavia sewaktu penjajahan Belanda dan Jepang, kota ini memiliki berbagai peninggalan yang masih terawat dengan baik, dan dapat menjadi potensi tempat wisata. Perancangan ini dapat menjadi sumber pengetahuan dan referensi terhadap potensi lain dari Kota Pekalongan yang dapat diangkat. Karena dengan mengetahui potensi wisata yang ada dapat wisatawan mendapatkan alasan untuk datang dan mengunjungi Pekalongan, dan dengan banyaknya wisatawan dapat memajukan iklim ekonomi terhadap Kota Pekalongan dan mengurangi angka kemiskinan.

Daftar Pustaka

Anwar, Khaerul. "Wisatawan Lokal Bukan Sekedar "Ban Serep". *Kompas* 3 Mei 2003. 30 Desember 2006. <www.kompas.com>.

Batik Parasantique Pekalongan. (2013). *Pekalongan Kota Batik*. Retrieved from parasantique: <http://www.parasantique.com/index.php?content=kotabatik>

Damayanti, M. & Latifah, L. 2015. Strategi Kota Pekalongan Dalam Pengembangan Kreatif Berbasis Industri Batik. *Jurnal Pengembangan Kota*. Jilid 3, No. 2, (<http://ejournal2.undip.ac.id> , diakses 7 Desember 2016).

Direktorat Jenderal Pariwisata. (1998). "Wisata". *Panduan Sadar Wisata untuk Masyarakat Umum*. Jakarta: Direktorat Jenderal Pariwisata, 1998.

Hidayati, N. (2009, Oktober 28). *Menelusuri Sejarah Buku*. Retrieved from niahidayati: <http://www.niahidayati.net/menelusuri-sejarah-buku.html>

Hornby, A S. (1995) “*Design, Promotion.*” Oxford Advanced Learner’s Dictionary. 5th ed. Ed. Jonathan Crowther. Oxford University Press, 1995.

Karya Tulis Ilmiah. (2015, September 15). *Pengertian Pariwisata*. Retrieved from Karya Tulis Ilmiah: <http://karya-ilmiah.com/pengertian-pariwisata/>

McIntosh, Robert W. and Gupta, Shashikant, 1980. *Tourism, Principles, Practices, Philosophies*. Grid Publishing Inc.: Ohio

Mustofa, A. (2006). *Buk PAI, Desain LayoutT Buku, dan Siswa. Desain Layout Buku PAI*.

Ni'am, M. (n.d.). *Sejarah dan Problematika Industri Buku di Indonesia*. Retrieved from Academia: https://www.academia.edu/7906309/Sejarah_dan_Problematika_Industri_Buku_di_Indonesia

Pemerintah Kota Pekalongan. (2011). *Sejarah Singkat Kota Pekalongan*, (<https://www.pekalongankota.go.id/selayang-pandang/sejarah-singkat>, diakses 19 Februari 2017)

Pratama, K. (2012). *Tinjauan Fotografi dan Pusat Pelatihan Fotografi. Pusat Pelatihan Fotografi*.

Primanto, E. (2010). *Tinjauan Umum Fotografi. Fotografi*.

Sastrayuda, Gumelar S. (7 Oktober 2016). *Interaksi Antara Wisatawan Dengan Masyarakat Lokal*, (<http://limamarga.blog.rosihanari.net>, diakses 6 Februari 2017).

Sekda Kota Pekalongan . (2011, Juli 21). *Sosial dan Budaya*. Retrieved from Pemerintah Kota Pekalongan: <https://www.pekalongankota.go.id/selayang-pandang/sosial-budaya>

Sekda Kota Pekalongan. (2016, Mei 17). *Geografis*. Retrieved from Pemerintah Kota

Pekalongan: <https://pekalongankota.go.id/selayang-pandang/geografi>

Sekda Pekalongan. (2011, Juli 16). *Sejarah Singkat*. Retrieved from Pemerintah Kota Pekalongan: <https://pekalongankota.go.id/selayang-pandang/sejarah-singkat>

Setyanti. (2015). *Alasan Pekalongan Dipilih Jadi Kota Kreatif UNESCO*. *CNN Indonesia*, (<http://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20150601110604-277-56910/alasan-pekalongan-dipilih-jadi-kota-kreatif-unesco.html>, diakses 7 Desember 2016)

Sugiyono. (2012). *Memahami Penelitian Kualitatif*, Bandung: ALFABETA.

Tanda Pagar. (n.d.). *Pengertian Gambar Ilustrasi dan Langkah-langkah Menggambarnya*. Retrieved from Tanda Pagar: <http://www.tandapagar.com/pengertian-gambar-ilustrasi/>

Van der Schaar Investments B.V. (2016, Desember 16). *Pariwisata*. Retrieved from Indonesia Investment: <http://www.indonesia-investments.com/id/bisnis/industri-sektor/pariwisata/item6051?>

Yoeti, Oka A. (1985). *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung: Angkasa.

