

**PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL KAMPANYE
DESA WISATA UMA WALI
SEBAGAI EDUKASI PELESTARIAN SUBAK DI TABANAN BALI**



**TESIS
PERTANGGJAWABAN TERTULIS
PENCIPTAAN SENI**
untuk memenuhi persyaratan mencapai derajat magister
minat utama Desain Komunikasi Visual

**I Putu Giri Sadhana
1921217411**

**PROGRAM PENCIPTAAN DAN PENGAJIAN
PASCASARJANA INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
2023**

PERTANGGUNGJAWABAN

PENCIPTAAN SENI

PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL KAMPANYE
DESA WISATA UMA WALI
SEBAGAI EDUKASI PELESTARIAN SUBAK DI TABANAN BALI

Diajukan Oleh:

I Putu Giri Sadhana

NIM 1921217411

Telah dipertahankan pada tanggal 9 Januari 2023

Di depan Dewan Penguji yang terdiri dari

Dr. Isd. Sumbo Tinarbuko, M.Sn

Pembimbing Utama

Dr. Prayanto Widyo Harsanto, M.Sn

Penguji Ahli

Octavianus Cahyono Privanto, Ph.D

Ketua Tim Penguji

Pertanggungjawaban tertulis ini telah diuji dan diterima
Sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Magister Seni

Yogyakarta, 30 JAN 2023

Direktur Program Pascasarjana

Institut Seni Indonesia Yogyakarta



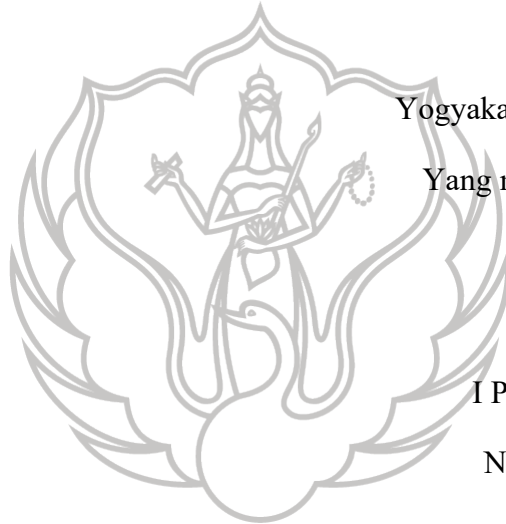
Dr. Fortunata Tyasrinestu, S.S., M.Si.

NIP. 197210232002122001

HALAMAN PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa tesis dan pertanggungjawaban tertulis ini merupakan hasil penelitian saya sendiri, belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di suatu perguruan tinggi manapun, dan belum pernah dipublikasikan.

Saya bertanggungjawab atas keaslian tesis saya ini, dan saya bersedia menerima sanksi apabila di kemudian hari ditemukan hal-hal yang tidak sesuai dengan isi pernyataan ini.



Yogyakarta, 20 Desember 2022

Yang membuat pernyataan,

I Putu Giri Sadhana

NIM 1921217411

Perancangan Komunikasi Visual Kampanye Desa Wisata Uma Wali Sebagai Edukasi Pelestarian Subak Di Tabanan Bali

I Putu Giri Sadhana

ABSTRAK

Subak telah dikenal sebagai system pertanian di Provinsi Bali. Subak mengandung implementasi falsafah hidup masyarakat Bali yang dikenal dengan konsep Tri Hita Karana. Saat ini justru fenomena alih fungsi lahan persawahan di Bali kian marak dijumpai. Media yang digunakan dalam kampanye pelestarian Subak masih terbatas pada bentuk ulasan di situs jejaring sosial dan artikel populer. Mengakibatkan belum mampu mengedukasi generasi muda di Bali. Dikarenakan terbiasa dengan segala yang instan dan cepat, maka generasi Z kerap melupakan pentingnya proses. Permasalahan inilah yang kemudian menjadikan atensi dan pengetahuan generasi Z di Bali semakin berkurang pada Subak.

Metode penelitian campuran kualitatif dan kuantitatif dengan pendekatan *design thinking* digunakan dalam penelitian ini. Tahapannya yakni *emphatize, define, ideate, prototype, dan test*. Data dikumpulkan melalui observasi, pengisian kuisioner, wawancara, literasi, dan dokumentasi. Melalui kuisioner dan wawancara, ditemukan 4 orang (13%) dari 30 responden mempunyai pengetahuan yang “sangat tinggi” tentang Subak. Sebanyak 7 orang (23%) dari 30 responden mempunyai pengetahuan yang “tinggi” tentang Subak. Sebanyak 14 orang (47%) dari 30 responden mempunyai pengetahuan yang “rendah” tentang Subak. Begitu pula dengan 5 orang (17%) lainnya mempunyai pengetahuan yang “sangat rendah” tentang Subak. Solusi yang ditemukan ialah melakukan perancangan komunikasi visual kampanye desa wisata sebagai edukasi pelestarian Subak. Mengupayakan Uma Wali di Kabupaten Tabanan sebagai lahan edukasi.

Hasil perancangan ini adalah komunikasi visual guna kampanye desa wisata Uma Wali. Terdapat 18 ilustrasi pada karya ini. Setiap ilustrasi memiliki makna tersendiri dalam edukasi pelestarian ini. Ilustrasi dibuat sesuai dengan realita untuk memudahkan *audience* dalam menangkap pesan. Mengingat target audiensnya adalah generasi Z, maka media yang digunakan bersifat interaktif, menarik, dan informatif. Maka, media yang diciptakan pada perancangan ini adalah infografis dan *merchandise*. Adanya perancangan ini memudahkan dan menarik atensi generasi Z untuk timbul kesadaran perihal keberlangsungan Subak.

Kata kunci: *Subak, kampanye, komunikasi visual, desa wisata, Uma Wali.*

**UMA WALI TOURISM VILLAGE CAMPAIGN VISUAL
COMMUNICATION DESIGN
AS SUBAK PRESERVATION EDUCATION IN TABANAN BALI**

I Putu Giri Sadhana

ABSTRACT

One of the farming system of the Bali Province is known as Subak. The Tri Hita Karana principle, a tenet of Balinese philosophy, is implemented in Subak. Currently, Bali is experiencing an increase in the phenomena of converted rice fields. Reviews on social networking sites and well-known publications continue to be the only forms of media utilized in Subak conservation campaigns. This makes it impossible to teach Bali's younger generation. Generation Z sometimes overlooks the significance of process because they are accustomed to everything being instantaneous and quick. The attention and understanding of Bali's generation Z then declines in Subak as a result of this issue.

This study used a mixed-methods approach that combined design thinking with qualitative and quantitative research. Empathize, define, brainstorm, prototype, and test are the stages. Data were gathered through observation, answering questions, conducting interviews, literacy testing, and documenting. It was discovered through surveys and interviews that 4 (or 13% of the 30 respondents) had "extremely high" knowledge of Subak. Seven respondents (or 23%) out of the 30 total have "strong" knowledge of Subak. Out of 30 respondents, as many as 14 (or 47%) have "poor" understanding of Subak. The remaining 5 individuals (17%) also had "extremely little" understanding of Subak. A visual communication campaign for a tourist destination was developed as the final answer to promote Subak conservation. Looking for Uma Wali in the Tabanan Regency as a teacher.

The visual communication for the Uma Wali tourism village campaign is the end product of this design. This artwork contains 18 illustrations. In this conservation education, each graphic has a distinct purpose. To make it simpler for the audience to understand the information, illustrations are created in accordance with reality. Given that generation Z is the intended audience, the language is engaging, instructive, and participatory. So, infographics and products are the media produced by this design. The existence of this design encourages generation Z to learn more about Subak's sustainability and draws their attention to it.

Keywords: *Uma Wali, Subak, tourism village, visual communication*

KATA PENGANTAR

Terucap puji syukur senantiasa dipanjatkan kepada Sang Hyang Widhi yang telah melimpahkan berkah dan rahmat-Nya sehingga dapat menyelesaikan tesis dengan judul “Perancangan Komunikasi Visual Kampanye Desa Wisata Uma Wali sebagai Edukasi Pelestarian Subak Di Tabanan Bali”. Tesis ini disusun guna memenuhi salah satu persyaratan untuk mendapatkan gelar Magister Seni (M.Sn) dengan minat utama Penciptaan Desain Komunikasi Visual di Program Pascasarjana Institut Seni Indonesia Yogyakarta.

Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan dari berbagai pihak, tesis ini tidak akan terselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Sang Hyang Widhi yang selalu memberikan segala hal terbaik bagi penulis.
2. Dr. Fortunata Tyasrinesu, S.S., M.Si selaku Direktur Program Pascasarjana Institut Seni Indonesia Yogyakarta sekaligus ketua tim penilai.
3. Dr. Isd. Sumbo Tinarbuko, M.Sn selaku dosen pembimbing yang dengan sabar dan tidak pernah letih untuk terus memberikan ilmu, motivasi, serta dukungan dari proses proposal hingga penyusunan tesis.
4. Bapak Octavianus Cahyono Priyanto, ST., M. Arch, PhD, Selaku Ketua Penguji yang telah memberikan masukan dan saran.
5. Dr. Prayanto Widyo Harsanto, M.Sn sebagai penguji ahli yang turut memberikan saran dan ilmu dalam penyelesaian karya ini.
6. Seluruh dosen dan staf karyawan Program Pascasarjana Institut Seni Indonesia Yogyakarta yang telah membantu dengan memudahkan penulis selama proses kuliah.
7. I Made Joanita selaku pekaseh Uma Wali yang telah mengizinkan penulis untuk melakukan penelitian dan bersedia menjadi narasumber.
8. Seluruh koresponden yang telah bersedia mengisi kuisioner.
9. Bayu Mandira, Adi Natha, A.A Dani, dan seluruh teman-teman Kos Dajan Sepur atas dukungan, pertolongan dan motivasinya.

10. Zola Bari Permana, Gede Trimasma Dwipayana atas bantuannya dalam pembuatan karya.
11. Seluruh teman-teman angkatan 2019 Program Pascasarjana Institut Seni Indonesia Yogyakarta yang telah memberikan dukungan selama kuliah.
12. Faisal Akbar, Anugrah Cisara, Dani Fajrul, Dede Affian, Cahyono M. Berlian, Ajeng Tita, teman-teman Gazebo yang telah memberikan keceriaan, bantuan, motivasi, dan dukungan selama kuliah.
13. Dinda Assalia Avero Pramashella sebagai partner segala hal, teman diskusi, penelitian, dan berbincang yang telah membantu dalam segala hal sejak awal pemunculan ide hingga terselesaikannya tesis ini.
14. Bapak dan Ibu yang senantiasa mendoakan anaknya dan mendukung setiap pilihan anaknya.

Menyadari ketidaksempurnaan dalam tesis ini, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun agar nantinya penelitian dan penulisan ini dapat lebih baik lagi. Semoga penelitian ini berguna bagi pembaca dan berkontribusi bagi penelitian selanjutnya.

Yogyakarta, 9 Januari 2023

Penulis

Daftar Isi

BAB I	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan dan Manfaat.....	9
1. Tujuan	9
2. Manfaat	9
BAB II.....	11
KONSEP PERANCANGAN	11
A. KAJIAN SUMBER PENCIPTAAN	11
B. LANDASAN PENCIPTAAN	21
1. Perancangan Promosi Sipaha Lima Untuk Meningkatkan Edukasi Konservasi Budaya dan Kunjungan Wisata di Desa Sibadihon	21
2. Perancangan Kampanye Sosial “Berseri” (Bersih, Sehat, Rindang) di Kecamatan Kenjeran Surabaya	23
C. Landasan Teori	24
1. Teori Utama	24
2. Teori Pendukung.....	30
BAB III.....	34
METODE/PROSES PENCIPTAAN	34
A. Emphatise	34
1. Data Primer	34
2. Data Sekunder	39
B. Define	40
1. Identifikasi Objek.....	40
2. Analisis Data	41
3. Target Sasaran.....	44
C. Ideate	46
D. Prototype	51
E. Test.....	51
BAB IV	52
ULASAN KARYA PERANCANGAN	52
A. Media Utama	52
B. Media Pendukung.....	58
BAB V.....	70
PENUTUP	74

A. Kesimpulan	74
B. SARAN	76
Daftar Pustaka	77



Daftar Tabel

Tabel 1. Alternatif Jawaban Skala 4-Likert	35
Tabel 2. Jumlah Responden Berdasarkan Kelas	35
Tabel 3. Kategorisasi Sikap atau Minat Remaja.....	36
Tabel 4. Persentase Hasil.....	36
Tabel 5 Consumer Journey	46



Daftar Gambar

Gambar 1. 1 Kegiatan Gotong Royong Dalam Subak.....	5
Gambar 1. 2 Foto Salah Satu Ruangan Di Museum Subak Bali.....	7
Gambar 2. 1 Desain Poster Promosi	22
Gambar 2. 2 Desain Konten Instgram.....	23
Gambar 2. 3 Desain poster dan Marchandise.....	24
Gambar 3. 1 Proses Wawancara	37
Gambar 4. 1 Mockup Infografik	52
Gambar 4. 2 Gambar Pertama Infografik	53
Gambar 4. 3 Gambar Kedua Infografik.....	54
Gambar 4. 4 Gambar Ketiga Infografik	54
Gambar 4. 5 Gambar Keempat Infografik.....	55
Gambar 4. 6 Gambar Kelima Infografik	55
Gambar 4. 7 Gambar Keenam Infografik	56
Gambar 4. 8 Gambar Kedelapan Infografik	57
Gambar 4. 9 Gambar Mocup Infografik.....	58
Gambar 4. 10 Gambar Katalog.....	59
Gambar 4. 11 Gambar 1 & 2 Katalog Cetak.....	60
Gambar 4. 12 Gambar 3 & 4 Katalog Cetak.....	60
Gambar 4. 13 Gambar 5 & 6 Katalog Cetak.....	61
Gambar 4. 14 Gambar 7 & 8 Katalog Cetak.....	61
Gambar 4. 15 Gambar 9 & 10 Katalog Cetak	62
Gambar 4. 16 Mockup E-Katalog	62
Gambar 4. 17 Gambar 1 & 2 E-Katalog.....	63
Gambar 4. 18 Gambar 3 & 4 E-Katalog.....	63
Gambar 4. 19 Gambar 5 & 6 E-Katalog.....	64
Gambar 4. 20 Gambar 7 & 8 E-Katalog.....	64
Gambar 4. 21 Gambar 9 E-Katalog	65
Gambar 4. 22 Gambar Totebag 1	66
Gambar 4. 23 Gambar Totebag 2	67
Gambar 4. 24 Gambar Totebag 3	67
Gambar 4. 25 Gambar Totebag 4	68
Gambar 4. 26 Gambar Totebag 5	68
Gambar 4. 27 Gambar Tumbler	69
Gambar 4. 28 Gambar Tumbler	70
Gambar 4. 29 Gambar Tumbler	70
Gambar 4. 30 Gambar Tumbler.....	71
Gambar 4. 31 Gambar Totebag.....	72
Gambar 4. 32 Gambar Katalog	72
Gambar 4. 33 Gambar Tumbler.....	73

Lampiran

Gambar 1. Wall Text 1.....	80
Gambar 2. Wall Text 2.....	81
Gambar 3. Pengunjung Saat Menyaksikan Pameran	82
Gambar 4. Pengunjung Saat Menyaksikan Pameran	83



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Fenomena desa wisata bukanlah hal yang baru di kalangan masyarakat. Munculnya gagasan desa wisata sebagai bagian dari upaya memberdayakan masyarakat yang tinggal di daerah pedesaan. Caranya ialah dengan menawarkan beragam kearifan lokal dan produk yang dihasilkan oleh masyarakat setempat. Keaslian, keunikan dan keindahan dari setiap sudut desa wisata diharapkan dapat menarik minat wisatawan untuk dapat meningkatkan perekonomian dan rasa kepemilikan dari masyarakat. Demikian ini akan membuat masyarakat semakin bangga dan turut serta dalam memelihara kearifan lokal yang dimiliki (Herawati & Handharko. 2018).

Desa wisata dapat diartikan sebagai wilayah administratif desa yang memiliki potensi dan keunikan yang khas. Daya tarik ini membuat para wisatawan merasakan pengalaman keragaman budaya dan keunikan alam masyarakat pedesaan. Eksistensi desa wisata kembali naik seiring tren yang mengarah pada jenis kegiatan wisata berbasis budaya lokal dengan tujuan meningkatkan wawasan, petualangan, dan belajar. Ini memberikan keuntungan bagi masyarakat yang hidup dan menggantungkan hidupnya di lingkungan desa wisata (Kemenparekraf. 2019: 12-13).

Tabanan merupakan salah satu kabupaten di Provinsi Bali yang terkenal dengan destinasi wisata. Menyuguhkan potensi wisata yang cukup beragam dengan kekhasan yang berbeda-beda. Seperti pantai, gunung, persawahan, dan danau. Setiap potensi wisata yang ini tidak hanya menyajikan kekayaan alam, tetapi juga

kehidupan masyarakat di sekitarnya. Sebagai contoh adalah daerah persawahan yang masih menggunakan Subak. Tidak heran jika kemudian muncul 10 desa wisata di Tabanan yang sebagian besar menyajikan persawahan sebagai daya tarik utama.

Subak telah dikenal sebagai salah satu ciri khas dari Provinsi Bali. Pengertian Subak secara umum dimaknai sebagai organisasi yang mengatur dan mengelola sistem pengairan sawah di Bali. Bermanfaat dalam peningkatan kesejahteraan petani, dan meningkatkan kearifan lokal (bulelengkab.go.id). Mengacu pada sebuah lembaga sosial dan keagamaan yang unik, memiliki pengaturan tersendiri, serta menampung aspirasi masyarakat dalam menetapkan penggunaan air irigasi untuk pertanian.

Subak mengandung implementasi falsafah hidup masyarakat Bali yang dikenal dengan konsep Tri Hita Karana. Konsep ini menggambarkan hubungan antara manusia dengan manusia, manusia dengan Tuhan, dan manusia dengan alam. Realisasi dalam menciptakan keharmonisan ini, menuntaskan permasalahan, dan berbagai hal yang berkaitan dengan Subak diselesaikan secara bersama (buleleng.bulelengkab.go.id). Ketaatan pada leluhur mampu membuat Subak bertahan selama lebih dari satu abad. Tradisi semacam ini menjadi salah satu daya tarik bagi daerah persawahan untuk dijadikan sebagai desa wisata. Menyuguhkan tradisi yang dapat dijadikan sebagai bahan edukasi dan memberikan wisatawan pengalaman kearifan budaya lokal.

Desa wisata yang menyuguhkan persawahan dan cukup terkenal ialah Jatiluwih. Bahkan daerah ini masuk situs warisan yang tercatat dalam UNESCO. Selain itu, daerah Jatiluwih terkenal dengan produksi beras yang memiliki kualitas baik.

Persawahan di daerah ini menerapkan sistem terasering. Sistem ini menuntut pengairan yang baik, karena daerah persawahan yang tidak sejajar dan berundak. Mengatasi hal ini, masyarakat menggunakan sistem pengairan dengan Subak (<https://bali.com/>).

Saat ini justru fenomena alih fungsi lahan persawahan di Bali kian marak dijumpai. Terhitung sejak tahun 2013 hingga 2017, setidaknya ada 550 hektar lahan pertanian yang berkurang setiap tahunnya. Pada tahun 2018 tercatat 2.726 lahan pertanian pada 1.439 desa yang masih menggunakan sistem Subak (nusabali.com). Bahkan sebagai lumbung Padi di Bali, Tabanan tidak bisa mengelak adanya perubahan ini. Lahan pertanian di wilayah Subak Tabanan kian menurun, saat ini hanya tersisa 204,92 hektare dari sebelumnya seluas 248 hektare pada tahun 1998 (<https://rri.co.id>, 2020).

Alih fungsi ini sebagai dampak dari meningkatnya nilai ekonomis lahan pertanian. Masyarakat berbondong-bondong menjadikan lahan pertanian ini sebagai tempat pemukiman ataupun hal yang berkaitan dengan sektor pariwisata. Adapula yang menjualnya untuk kemudian dijadikan rumah makan ataupun penginapan (denpasarkota.go.id, nasional.kompas.com). Menjadi sebuah hal yang harus disadari akan berdampak pada produktivitas pangan, eksistensi Subak, dan nasib Subak.

Jatiluwiuh kini hanya objek wisata yang menyuguhkan pemandangan sawah. Padahal kawasan persawahan ini merupakan salah satu warisan budaya dunia yang telah diakui UNESCO. Sudah seharusnya dapat dijadikan sebagai objek edukasi dan pelestarian. Objek wisata ini justru dieksploitasi dengan menguntungkan segelintir penyedia jasa dan turis. Pengelolaannya tidak menyertakan masyarakat,

sehingga petani lebih memilih menjual tanahnya. Masyarakat tidak dapat merasakan keuntungan dari pengelolaan ini. Akibatnya, banyak persawahan yang dialih fungsikan semenjak dicetuskannya pembangunan kawasan parkir (<https://posbali.co.id/>).

Jika kawasan ini dikelola dengan lebih baik lagi dan melibatkan masyarakat, mereka akan lebih antusias dalam mengembangkan kawasannya. Petani memiliki kemungkinan untuk tetap mempertahankan sawahnya. Sementara masyarakat yang tidak berprofesi sebagai petani, dapat mencari nafkah dengan memanfaatkan potensi lokal yang ada di sekitarnya. Maka dari itu, diperlukan keterlibatan masyarakat lokal dalam pengelolaan dan pengembangan desa wisata. Dikarenakan masyarakat local lebih paham akan potensi yang memungkinkan untuk dikembangkan sesuai dengan kebutuhan masyarakat itu sendiri.

Berbagai cara mulai dilakukan oleh pihak-pihak terkait. Salah satunya ialah Uma Wali, komunitas Subak yang ada di Br Dinas Pagi, desa Senganan-Kanginan, Penebel, Tabanan, Bali. Letaknya tidak jauh dari objek wisata Jatiluwih. Uma Wali hadir dalam upaya mengajak masyarakat meyakini keagungan spirit bumi pertiwi dan Subak (umawali.org). Dimulai dengan langkah yang paling sederhana, yakni mengkonsumsi beras yang mereka hasilkan. Ini akan membuat para petani tetap semangat dalam menjaga alam dan budayanya.

Sementara itu dalam proses mengimplementasikan konsep Tri Hita Karana, komunitas ini membudidayakan *Tyto Alba*. Tujuannya ialah turut menjaga keseimbangan alam dengan menjadikan Burung Hantu putih ini sebagai pemakan hama. Mereka menyadari betul bahwa pemakaian pestisida dapat merusak ekosistem rantai makanan dan dapat merusak keseimbangan alam. Padahal menjaga

keseimbangan alam merupakan poin ketiga dari konsep Tri Hita Karana, yakni menjaga hubungan manusia dengan alam



Gambar 1. 1 Kegiatan Gotong Royong Dalam Subak

(Sumber: Made Jonita)

Komunitas ini cukup konsisten dengan tujuannya dalam melestarikan Subak. Mereka gencar melakukan kampanye di beberapa kesempatan, baik melalui media sosial maupun secara langsung. Seperti situs facebook, blog, dan menyelenggarakan berbagai acara yang bertujuan untuk mengkampanyekan Subak. Meskipun demikian, ternyata cara yang dilakukan Uma Wali belum begitu mendapat atensi dari generasi muda sekarang. Uma Wali belum sepenuhnya dapat memberikan pengaruh generasi muda terhadap konsepsi Subak. Media yang digunakan dalam kampanye masih terbatas pada bentuk ulasan di situs jejaring sosial dan artikel populer. Mengakibatkan belum mampu mengedukasi generasi muda di Bali. Padahal, generasi inilah yang nantinya akan melanjutkan pelestarian Subak.

Generasi yang kerap dijuluki dengan generasi Z ini, merujuk pada rentang tahun kelahiran dimulai dari 1995 hingga 2010. Seiring perkembangan zaman, generasi Z dapat dikatakan melek teknologi. Tidak heran jika kemudian menjadi

ketergantungan terhadap teknologi. Karakteristik lain yang melekat pada generasi ini ialah setiap aktivitasnya berkaitan dengan gadget, menyukai hal-hal yang bersifat instan dan cepat, konsumtif, serta cenderung keras kepala (news.okezone.com, kumparan.com).

Dikarenakan terbiasa dengan segala yang instan dan cepat, maka generasi Z kerap melupakan pentingnya proses. Mereka memilih menggunakan produk yang lebih praktis. Misal saja mengkonsumsi beras yang sudah dalam bentuk kemasan dan dijual secara bebas di pasaran. Membuat generasi Z semakin nyaman dengan kemudahan, kecanggihan dan segala yang serba praktis. Permasalahan inilah yang kemudian menjadikan atensi dan pengetahuan generasi Z di Bali semakin berkurang pada Subak. Pada akhirnya, mereka menanggalkan nilai-nilai filosofis dan manfaat Subak dalam tatanan kehidupan masyarakat Bali. Jika hal ini dibiarkan terjadi begitu saja, Subak bisa terancam punah.

Minimnya atensi generasi Z juga dipengaruhi oleh kurangnya pengetahuan terhadap Subak. Meskipun sudah ada Museum Subak, ternyata keberadaannya tidak cukup menarik minat bagi generasi Z. Dalam museum ini, pengunjung bisa melihat peralatan dan informasi yang berkaitan dengan pertanian di Bali. Namun mereka hanya dapat melihat, tidak mendapat pengalaman secara langsung terhadap tahapan-tahapan yang ada pada Subak. Inilah salah satu hal yang menyebabkan keberadaan museum masih kurang meningkatkan atensi generasi Z. Mereka lebih suka dengan sesuatu yang dapat dilakukan secara langsung. Dalam hal ini, kehadiran secara fisik akan mengisi interaksi yang tidak dapat dibangun hanya dalam dunia digital.



Gambar 1. 2 Foto Salah Satu Ruangan Di Museum Subak Bali

(Sumber: <http://www.id.baliglory.com/>)

Mengingat pentingnya Subak bagi masyarakat Bali, diperlukan adanya upaya yang dapat menarik minat generasi Z. Harapannya, agar lebih banyak generasi muda (khususnya di Tabanan, Bali) yang peduli dengan Subak. Bekerjasama dengan Subak Uma Wali, akan dilakukan kampanye sosial desa wisata Uma Wali. Potensi yang ada pada Uma Wali sesuai dengan basis desa wisata yang diuraikan oleh Kemenparekraf, salah satunya ialah berbasis keunikan sumber daya budaya lokal. Ciri-cirinya ialah desa wisata yang menjadikan keunikan adat tradisi, mata pencaharian masyarakat, serta nilai religi sebagai daya tarik utama.

Perancangan kampanye sosial desa wisata merupakan inisiatif baru dalam upaya melestarikan Subak. Perancangan ini merepresentasikan desa wisata Uma Wali. Keunikan dari desa wisata Uma Wali adalah menyuguhkan adat dan tradisi yang terkandung dalam Subak. Upaya merealisasikan kampanye sosial desa wisata Uma Wali, menggunakan media desain komunikasi visual menjadi sebuah alternatif solusi. Media yang akan dirancang harus dekat dengan mereka dan menarik secara visual. Bentuk komunikasi visual dibuat dengan mempertimbangkan tren yang sedang digandrungi atau dirasa mampu

menimbulkan atensi dari generasi Z. Beberapa di antaranya ialah infografis, dan media pendukung lainnya (katalog, botol minum, *totebag*).

Kampanye sosial desa wisata dapat menggambarkan citra Subak Uma Wali sehingga menciptakan ketertarikan dan minat generasi Z. Melalui desa wisata Uma Wali, akan disuguhkan pengalaman dan pengetahuan lewat proses sebelum menanam, hingga menjadi beras yg siap dikonsumsi. Ini merupakan salah satu bentuk dari edukasi pelestarian Subak kepada generasi Z. Konsep pengalaman mengalami dari perancangan ini akan membuat generasi Z lebih menghargai dan memiliki ketertarikan terhadap Subak.

Saat mendatangi desa wisata Uma Wali, generasi Z tidak sekedar diajak untuk mengenal proses bertani. Tetapi mereka juga diajarkan manfaat dan tujuan dari keberadaan Subak bagi masyarakat Bali. Proses edukasi ini mengakomodasi generasi Z untuk lebih terlibat aktif. Tidak hanya datang sebagai wisatawan untuk menikmati pemandangan alam saja. Lebih dalam lagi ialah mempelajari implementasi peran Subak.

Upaya merealisasikan kampanye sosial desa wisata Uma Wali, menggunakan media desain komunikasi visual menjadi sebuah alternatif solusi. Media yang akan dirancang harus dekat dengan mereka dan menarik secara visual. Bentuk komunikasi visual dibuat dengan mempertimbangkan tren yang sedang digandrungi atau dirasa mampu menumbuhkan atensi dari generasi Z. Beberapa di antaranya ialah infografis, dan media pendukung lainnya (katalog, botol minum, *totebag*).

Penjabaran di atas menggiring asumsi bahwa Subak merupakan suatu hal yang bersifat tradisional, perlu dikampanyekan dengan mempertimbangkan tren. Melalui desain komunikasi visual, Subak dihadirkan dalam bentuk karya visual yang lebih

modern. Visualisasi Subak diharapkan dapat mampu menarik minat generasi Z untuk datang dan merasakan langsung pengalaman di desa wisata Uma Wali.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan, yakni: bagaimana merancang komunikasi visual kampanye desa wisata Uma Wali sebagai edukasi pelestarian Subak di Tabanan Bali?

C. Tujuan dan Manfaat

1. Tujuan

Perancangan ini bertujuan untuk merancang komunikasi visual kampanye desa wisata Uma Wali sebagai edukasi pelestarian Subak di Tabanan Bali.

2. Manfaat

a. Manfaat Teoretis

Perancangan ini diharapkan dapat memberikan pembaharuan dalam pemecahan masalah dan merespon fenomena sosial yang sedang terjadi menggunakan ilmu Desain Komunikasi Visual. Selain itu, menjadi referensi untuk perancangan atau penelitian yang akan mendatang tentang kampanye sebagai upaya pelestarian Subak.

b. Manfaat Praktis

- 1) Bagi Masyarakat khususnya generasi Z, mengedukasikan pentingnya Subak dalam sistem tatanan masyarakat Bali. Diharapkan adanya kampanye sosial ini, akan timbul kesadaran perihal keberlangsungan Subak.

- 2) Bagi Uma Wali, perancangan ini dapat menjadi salah satu cara untuk mempromosikan berbagai upaya yang telah dilakukan dalam pelestarian Subak
- 3) Bagi Industri Kreatif, perancangan ini diharapkan dapat menjadi salah satu contoh dalam mengembalikan eksistensi Subak dan upaya pelestariannya di tengah perkembangan teknologi.
- 4) Bagi Civitas Akademik, diharapkan perancangan ini dapat menjadi salah satu referensi bagi peneliti selanjutnya untuk mengembangkan perancangan atau penelitian yang lebih sempurna dengan fokus perancangan yang berbeda.
- 5) Bagi Pemerintahan, perancangan ini diharapkan dapat meningkatkan pariwisata melalui wisata edukasi di Bali