

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Tesis yang berjudul “Perancangan Komunikasi Visual Kampanye Desa Wisata Uma Wali Sebagai Edukasi Pelestarian Subak Di Tabanan Bali” menggunakan metode *design thinking* Tim Brown dengan melalui lima tahapan yaitu *emphatize, difine, ideate, prototype* dan *test*. Setelah melakukan proses pengumpulan data yang dilakukan dengan cara observasi, menyebar kuesioner kepada remaja di Bali, mengumpulkan data pustaka, dokumentasi serta melakukan wawancara dengan beberapa remaja dan juga pekaheh Subak Uma Wali yang ada di Bali. Penulis menemukan hal-hal penting yang didapatkan dalam proses perancangan ini. Masih tingginya alih fungsi lahan persawahan yang menyebabkan berkurangnya lahan persawahan yang ada di Tabanan, dan terjadi perubahan stigma profesi petani pada generasi Z.

Desain Komunikasi Visual dapat mengambil peran dalam upaya pemecahan masalah dalam perancangan kampanye desa wisata sebagai edukasi pelestarian Subak. Didukung dengan teori kampanye sosial, tidak hanya mengkampanyekan Subak itu sendiri, tetapi juga terselip edukasi di dalamnya. Dikarenakan perancangan ini menawarkan cara yang bersahabat terhadap kebiasaan generasi Z. Ide gagasan penulis mengacu pada tahap sebelumnya dengan membuat kampanye edukasi pelestarian Subak menggunakan infografik sebagai media utama dan media pendukung seperti katalog, serta *merchandise* berupa *totebag* dan *tumbler*.

Berdasarkan *Consumer Journey* yang telah dilakukan penulis terhadap beberapa generasi dengan mengakses informasi dari *gadget*, karena media

infografik dan juga media pendukung lainnya seperti katalog, e-katalog dapat diakses melalui media sosial. Penulis merancang karya ini mulai dari proses pencarian ide, sketsa hingga visualisasi karya. Pada tahap ini menghasilkan karya infografik sebagai karya utama untuk menjelaskan pentingnya keberadaan Subak melalui konsep Tri Hita Karana yaitu terkait jalinan hubungan yang harmonis antar sesama manusia, lingkungan dan juga kepada Tuhan. Karya tersebut diperkuat dengan adanya media pendukung seperti katalog, merchandise berupa totebag, dan tumbler. Pada tahap selanjutnya mulai menguji media komunikasi visual kepada target *audience*, khususnya pada generasi Z melalui media sosial yaitu Instagram. Uji media dilakukan untuk mengetahui respon generasi Z terhadap media yang sudah dirancang sebelumnya.

Karya ini menghasilkan 6 ilustrasi yang mencerminkan konsep Tri Hita Karana. Ilustrasi tersebut antara lain ikon remaja wanita dan laki-laki, Burung Hantu yang memangsa hama Tikus, Pohon Antap, gotong royong membersihkan saluran air, musyawarah anggota Subak, serta permohonan izin pada Tuhan dan alam sebelum melakukan sesuatu. Ilustrasi lainnya berjumlah 12 yang menggambarkan peralatan yang digunakan dalam Subak. Setiap ilustrasi memiliki makna tersendiri dalam edukasi pelestarian ini. Ilustrasi dibuat sesuai dengan realita untuk memudahkan *audience* dalam menangkap pesan.

Berdasarkan penjabaran di atas maka penulis dapat menyimpulkan bahwa dalam merancang komunikasi visual, desainer harus mempunyai pengetahuan yang menyeluruh terkait objek yang diteliti. Pengetahuan itu dapat diperoleh melalui observasi, wawancara, serta terjun langsung ke objek yang diteliti. Karya ini memberikan informasi pentingnya melestarikan Subak karena didalamnya terdapat

makna makna tertentu dalam menjalin hubungan yang harmonis antara sesama manusia, alam, maupun Tuhan. Ilustrasi yang dibuat dengan menyesuaikan kebutuhan dan minat target *audience*.

Perancangan ini nantinya dapat megedukasi masyarakat yang ada di Tabanan terutama pada generasi Z mengenai pentingnya melestarikan Subak. Sehingga ada upaya dari generasi Z untuk turut serta menjaga kelestarian Subak beserta budaya itu sendiri.

B. SARAN

1. Hendaknya dilakukan evaluasi dan perbaikan terhadap edukasi pelestarian Subak. Pemaknaan terhadap Subak, dapat di edukasikan sejak dini. Subak tidak hanya pekerjaan sebagai Petani. Namun, ada nilai Tri Hita Karana sebagai falsafah hidup masyarakat Bali. Dengan harapan, bahwa eksistensi Subak ke depannya lebih baik lagi.
2. Bagi peneliti berikutnya dengan topik yang sama, hendaknya mengeksplorasi lagi kemungkinan terhadap faktor yang mempengaruhi kurangnya atensi generasi Z terhadap Subak. Juga mengeksplorasi lagi media yang dapat digunakan untuk melakukan kampanye.

Daftar Pustaka

Buku

- Atmoko, T. P. H. (2014). Strategi Pengembangan Potensi Desa Wisata Brajan Kabupaten Sleman. *Media Wisata*, 12(2).
- Brown, Tim. 2009. *Change by Design: How Design Thinking Transforms Organizations and Inspires Innovation*. Harper Collins Publisher.
- Creeber, G., & Martin, R. (2008). *Digital Culture: Understanding New Media*. McGraw-Hill Education (UK).
- Damanik, J. 2013. *Pariwisata Indonesia; Antara Peluang dan Tantangan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Dewi, M. H. U. (2013). Pengembangan Desa Wisata Berbasis Partisipasi Masyarakat Lokal di Desa Wisata Jatiluwih Tabanan, Bali. *Jurnal Kawistara*, 3(2).
- Harper, D. (2012). *Visual Sociology*. Routledge.
- Larson, C. U. (1989). *Persuasion: Reception and Responsibility*. Wadsworth Publishing Company, 10 Davis Drive, Belmont, CA 94002.
- Nugroho, I. 2011. *Ekowisata dan Pembangunan Berkelanjutan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Rustan, Suriyanto. 2008. *Layout Dasar dan Penerapannya*. Jakarta: PT Gramedia.
- Sambas, Syukriadi. 2016. *Antropologi Komunikasi I*. Bandung: CV. Pustaka Setia.
- Santrock, John. W. Alih bahasa Adelar, Shintio B. dan Saragih, Serly. 2003. *Adolesence Edisi Keenam*. Jakarta: Erlangga.
- Sanyoto, S. E., & Sadjiman, D. (2005). *Dasar-Dasar Tata Rupa Dan Desain*. Yogyakarta: Arti Bumi Intaran.
- Sihombing, Danton. 2001. *Tipografi Dalam Desain Grafis*. PT. Gramedia Pustaka Utama: Jakarta.
- Tinarbuko, Sumbo. 2015. *DEKAVE: Desain Komunikasi Visual, Penanda Zaman Masyarakat Global*, Yogyakarta: PT Buku Seru.
- Wiana, Ketut. 2007. *Tri Hita Karana Menurut Konsep*. Surabaya: Paramita.

Jurnal

- Atmoko, T. P. H. 2014. Strategi Pengembangan Potensi Desa Wisata Brajan Kabupaten Sleman. *Media Wisata*, 12(2).
- Dewi, M. H. U. 2013. Pengembangan Desa Wisata Berbasis Partisipasi Masyarakat Lokal di Desa Wisata Jatiluwih Tabanan, Bali. *Jurnal Kawistara*, 3(2).
- Herawati, A., Purwaningsih, A., & Handharko, Y. D. 2018. Promoting Village Tourism Through the Development of Information Systems. *Review of Integrative Business and Economics Research*, 7, 221-236.
- Marta, I Gede. dkk. 2015. Augmented Reality Book Pengenalan Konsep dan Perengkapan Subak *Jurnal Karmapati*, Vol 4. No. 2, Februari.
- Parmadi, I. G. N. W., & Kusuma, P. 2016. Perancangan Karya Ilustrasi Guna Pengenalan Sistem Irigasi Subak Kepada Masyarakat Muda Di Pulau Bali. *Kalatanda: Jurnal Desain Grafis dan Media Kreatif*, 1(1), 81-100.
- Satria, C., Karnadi, H., & Yulianto, Y. H. 2013. Perancangan Buku Fotografi Pesona Subak Bali. *Vol. 1 No. 2*.
- Tabeta, I. V. C., & Sugiat, M. A. 2016. Perancangan Identitas Visual Dan Implementasinya Pada Media Promosi Desa Wisata Temas Kota Batu. *eProceedings of Art & Design*, 3(3).
- Wibowo, W., & Febriani, R. (2015). Perancangan Media Promosi Desa Wisata Tulungrejo, Batu. *Jurnal DKV Adiwarna*, 1(6), 7.
- Wijaya, M. D., Wenas, M. B., & Utami, B. S. 2017. Perancangan Media Promosi Pariwisata Desa Wisata Samiran Berbasis Animasi Interaktif 2D.
- Windia, W., Pusposutardjo, S., Sutawan, N., Sudira, P., & Arif, S. S. 2006. Transformasi Sistem Irigasi Subak yang Berlandaskan Konsep Tri Hita Karana. *SOCA: Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*.
- Yonas, A., & Suwardikun, D. W. (2018). Perancangan Media Kampanye Pelestarian Hutan Lindung Gunung Klabat. *eProceedings of Art & Design*, 5(3).

Webtografi

<https://buleleng.bulelengkab.go.id>

idntimes.com

<https://core.ac.uk/download/pdf/288107414.pdf>

denpasarkota.go.id

<https://posbali.co.id/>

<https://bali.com/>

<https://rri.co.id>

<http://www.id.baliglory.com/>

kumparan.com

nasional.kompas.com

news.okezone.com

nusabali.com

umawali.org

