

Informasi Potensi Sumber Daya Alam Kabupaten Lampung Selatan

Donnie B. Wijaksana^{#1}, Karin Matsuda^{#2}

[#]*Departemen Desain Komunikasi Visual, Institut Teknologi Harapan Bangsa*

Jl. Dipatiukur 80 – 84, Bandung, Indonesia

¹*donnie@ithb.ac.id*

²*karinmatsuda@yahoo.com*

Abstrak— Informasi potensi sumber daya alam yang terdapat di setiap daerah menjadi penting bagi masyarakat dikarenakan dengan informasi tersebut, masyarakat dapat mengetahui sumber daya yang terdapat di daerah tersebut. Masyarakat seringkali tidak mengetahui potensi apa, atau bahkan tidak mengetahui letak daerah tersebut. Informasi potensi sumber daya ini bertujuan untuk memudahkan masyarakat mengetahui potensi yang ada, letak maupun akses dalam berbagai media informasi baik digital ataupun konvensional.

Kata Kunci— Informasi; Informasi Sumber Daya Alam; Media Informasi; Tampilan Perwajahan; Kabupaten Lampung Selatan

Abstract— *Potential natural resources information found in each region are important for the development of community, with such information public can harness the resources scattered in their area. People are often unaware by potential value of natural resources, even the exact location of those resources. Potential natural resources information created to facilitate the public knowledge of the location and accessibility in a variety of digital or conventional media.*

Keywords— *Information; Natural Resources Information; Information Media; User Interface; East Lampung Regency*

I. PENDAHULUAN

Setiap daerah memiliki potensi. Diantara satu daerah dengan daerah yang lain, potensinya belum tentu sama, bisa berbeda-beda. Undang-Undang No.22 Tahun 1999 menyatakan bahwa, daerah Kabupaten/Kota telah dijamin hak otonomi dan kewenangan secara penuh dalam mengatur dan mengurus kepentingan masyarakat setempat berdasarkan prakarsa dan aspirasi masyarakat sendiri, serta Undang-undang No.25 tahun 1999 menyatakan bahwa, untuk menyelenggarakan otonomi daerah diperlukan penyediaan sebagian pembiayaan dengan memperhatikan seluruh potensi, kondisi serta kebutuhan daerah yang sejalan dengan kewajiban pembagian kewenangannya. Berdasarkan kedua undang-undang tersebut, setiap daerah Kabupaten/Kota mempunyai kebebasan seluas-luasnya untuk memajukan dan mengembangkan potensi setiap daerahnya masing-masing.

Salah satu cara daerah kabupaten/kota untuk meningkatkan potensi-potensi yang ada adalah dengan penanaman modal, penanaman modal atau investasi ini bisa berupa uang, jasa,

tenaga kerja, dan lain-lain. Investasi tersebut membuat potensi-potensi yang masih berskala kecil, menjadi besar, sampai internasional. Disamping itu juga investasi merupakan komponen pertumbuhan ekonomi yang dapat memberikan lapangan pekerjaan, meningkatkan pendapatan daerah, meningkatkan kualitas sumber daya manusia sehingga masyarakat menjadi sejahtera. Investasi ini dapat berasal dari pemerintah maupun swasta.

Informasi penyampaian potensi menjadi salah satu cara bagi setiap daerah untuk menjangkau masyarakat untuk mengetahui potensi daerahnya. Setiap daerah Kabupaten/kota selalu memiliki informasi potensi daerahnya masing-masing. Dengan informasi tersebut, masyarakat dapat mengetahui potensi-potensi apa yang ada di daerah Kabupaten/Kota tersebut.

Kabupaten Lampung Selatan mempunyai potensi-potensi yang beranekaragam, dimulai dari potensi pertanian, peternakan, perkebunan, perikanan, kelautan, pertambangan, dan pariwisata. Potensi-potensi tersebut menjadi tumpuan dari pendapatan daerah Kabupaten Lampung Selatan. Sehingga peningkatan pendapatan asli daerah (PAD) Kabupaten Lampung Selatan sangat dipengaruhi oleh potensi pertanian, peternakan, perkebunan, perikanan, kelautan, pertambangan, dan pariwisata.

Namun pada kenyataannya masih banyak potensi-potensi di Kabupaten Lampung Selatan yang sampai sekarang masih belum diketahui oleh masyarakat, walaupun sebenarnya potensi-potensi tersebut sangat berpeluang untuk terus dikembangkan.

II. LANDASAN TEORI

Informasi merupakan sumber dari apa yang kita komunikasikan. Pernyataan ini berdasarkan beberapa pernyataan seperti, *information is what you absolutely must clearly communicate* [4]. Arti pertama kata informasi (*information*) yang diberikan oleh kamus Funk adalah pengetahuan yang dimiliki [2].

Arti umum kata informasi bertentangan dengan arti yang diberikan oleh teori informasi. Menurut Shannon dan Weaver, informasi (...) tidak banyak berhubungan dengan apa yang anda katakan, tetapi dengan apa yang dapat anda katakan.

Dengan demikian jelas bahwa antara informasi dan komunikasi tidaklah identik [6].

Eco mendefinisikan informasi dalam perspektif atau dari segi pandangan si pengirim, informasi menyajikan kebebasan pilihan yang tersedia dalam seleksi peristiwa yang mungkin [1]. Sementara, Nauta mendefinisikan informasi adalah yang umum bagi seluruh representasi yang serupa bagi intrepeter [3]. Guna mengetahui atau menentukan nilai suatu informasi, biasanya orang mengaitkan dengan kesepuluh sifat-sifat berikut [5]:

- 1) *Mudah diperoleh.* Suatu informasi akan semakin bernilai jika dapat diperoleh dalam waktu yang cepat secara mudah.
- 2) *Luas dan lengkapnya informasi.* Hal ini menyangkut selain isi/ volume informasi juga kegunaan dalam pengambilan keputusan.
- 3) *Ketelitian.* Berhubungan dengan tingkat kesalahan pengolahan informasi
- 4) *Kecocokan.* Berkaitan dengan informasi tingkat kesalahan pengolahan informasi.
- 5) *Ketepatan waktu.* Berkaitan dengan lamanya waktu yang harus dilalui sebelum suatu data menjadi informasi.
- 6) *Kejelasan.* Berkaitan dengan sifat mudahnya informasi dipahami.
- 7) *Keluwesasan.* Berkaitan dengan kegunaan informasi untuk berbagai pengambilan keputusan.
- 8) *Dapat dibuktikan.* Berkaitan dengan kegunaan informasi untuk mengambil berbagai keputusan.
- 9) *Bebas dari prasangka.* Informasi semakin bernilai jika didalamnya tidak dimasukan unsur opini.
- 10) *Dapat dilacak kebenarannya.* Terkait dengan sifat yang mengacu pada keinginan agar informasi berasal dari kenyataan.

III. DATA DAN ANALISIS

Fenomena yang ada yaitu masyarakat di luar Kabupaten Lampung Selatan tidak mengetahui potensi sumber daya alam yang ada di Lampung Selatan. Hal ini didapat dari pernyataan-pernyataan opini para ahli. Isu-isu yang beredar mengenai potensi di Kabupaten Lampung Selatan : Nama kabupatennya tidak terkenal, potensi-potensi disana tidak diketahui, hanya sebagai tempat transit untuk menuju kota lain.

Berikut ini adalah opini beberapa ahli. Ishak, Sekretaris Daerah Kabupaten Lampung Selatan mengatakan bahwa, "Kabupaten Lampung Selatan banyak memiliki potensi wisata alam, wisata tirta dan wisata bahari dengan pantai yang indah. Ini juga merupakan aset bagi masyarakat dan Pemerintah Lampung Selatan untuk mengembangkannya agar lebih dikenal oleh masyarakat luar. Sehingga, para wisatawan lokal maupun manca Negara semakin banyak berkunjung untuk menikmati pariwisata yang ada di Lampung Selatan." Kepala

Dinas Perkebunan Kabupaten Lampung Selatan mengatakan bahwa, "Investasi perkebunan kelapa sawit di Kab. Lampung Selatan masih terbuka. Lahan seluas 4.000 hektar yang cocok untuk pengembangan tanaman itu belum ada investornya. Daerah tersebut merupakan rawa-rawa sehingga perlu pembuatan sirkulasi air sehingga bisa dimanfaatkan untuk penanaman kelapa sawit. Kami memberikan kemudahan-kemudahan izin bagi perusahaan yang ingin mendirikan usaha di Lampung Selatan, pemerintah juga akan memberikan perlindungan keamanan dengan menjaga situasi daerah itu agar tetap kondusif sehingga para investor tidak perlu takut menanamkan modalnya."

Rycko Menoza, Bupati Lampung Selatan mengatakan bahwa "Masih cukup banyak potensi yang dimiliki oleh kabupaten Lampung Selatan yang hingga kini masih belum tersentuh investasi. Padahal potensinya sangat besar". Ir. Sutono, mengatakan bahwa "Sejumlah objek wisata di Kabupaten Lampung Selatan membutuhkan campur tangan investor untuk mengembangkan menjadi obyek wisata unggulan. Sebagian besar obyek wisata belum terkelola optimal sehingga daya tarik terhadap wisatawan masih kurang".

Hipotesa yang didapat adalah Kabupaten Lampung Selatan sebenarnya memiliki potensi sumber daya alam yang sangat banyak namun tidak diketahui oleh masyarakat di luar Kabupaten Lampung Selatan. Ketidaktahuan masyarakat akan potensi sumber daya alam di Kabupaten Lampung Selatan menjadi inti masalah. Solusi yang didapat, yaitu dengan cara menginformasikan potensi sumber daya alam yang ada di Kabupaten Lampung Selatan kepada masyarakat yang berasal dari luar Lampung Selatan.

IV. KONSEP DESAIN

Untuk merancang konsep desain diperlukan strategi yang disesuaikan dengan target *audience*. Untuk menarik target *audience* diperlukan adanya tahapan-tahapan sebagai berikut.

Tahap pertama, menginformasikan apa saja yang potensi yang ada di Kabupaten Lampung Selatan. Pada tahap ini, Lampung Selatan akan mengikuti berbagai kegiatan, seperti *event/expo* untuk memperkenalkan potensi sumber daya alam yang ada di Kabupaten Lampung Selatan. Selain itu, informasi lain disebarakan ditempat lain yang bisa dijangkau TA.

Pada tahap kedua, akan diadakan *event* dengan mengundang TA yang tertarik dan ingin mengetahui lebih dalam tentang informasi yang telah disampaikan pada tahap pertama serta melihat langsung keadaan dan lingkungan di Lampung Selatan.

1) *Target Audience:* Pria dewasa yang sudah berkeluarga, umur 35-45. Berpenghasilan di atas Rp. 50.000.000,00 /bulan dengan pekerjaan sebagai direktur, *chief*, CEO, investor, atau pengusaha dengan status sosial kelas atas.

2) *Studi Indikator:* Channel televisi target *audience* adalah HBO, Metro TV, dan TV One. Untuk acara tv adalah Kabar Pasar, Metro Pagi, dan berbagai film di HBO. Operator seluler yang dipakai, yaitu Telkomsel, Indosat dan XL.

Gadget yang dipakai adalah Macbook, Samsung Note 3, dan Iphone 5s. Koran yang dibaca adalah Kompas, Jakarta Post, Republika. Jejaring sosial yang digunakan, yaitu Twitter dan Facebook. Situs yang sering di-*browsing*, yaitu situs Bursa Efek, tempo.co.id, detik.com. Kendaraan yang digunakan adalah Garuda Indonesia, Mercedes Benz, dan Alphard. Musik yang disukai, yaitu Rock dan Jazz. Cara berpakaian yaitu memakai jas atau batik.

3) *Studi Komunikasi: What to say* yang akan disampaikan adalah informasi potensi sumber daya alam yang di Kabupaten Lampung Selatan. *How to say*, dengan membuat informasi tentang potensi sumber daya alam yang ada di Kabupaten Lampung Selatan.

4) *Studi Visual: Studi visual* diambil dari potensi sumber daya alam, sehingga dipilih kata kunci alami. Tampilan studi visual dapat dilihat pada Gambar 1.

5) *Studi Kreatif: Tagline* yang digunakan yaitu *making more possible* dalam artian membuat semakin nyata/mungkin karena banyak dan jelasnya potensi yang ada di Kabupaten Lampung Selatan. Sinopsisnya adalah potensi sumber daya alam apa saja yang ada untuk beberapa media lengkap yang berisikan informasi akses ke Kabupaten Lampung Selatan, dan kemudahan prosedurnya. AIDA dirancang seperti berikut. *Attention* adalah tampilan visual yang menarik target *audience*, *Interest* adalah *tagline* yang menjadi *headline*. *Desire* adalah kombinasi antara gambar visual serta *headline*. *Action* adalah alamat *website* dan tanggal *event/ lokasi booth* Kabupaten Lampung Selatan. Semua hasil studi kreatif dapat dilihat aplikasinya pada Gambar 2.

V. KESIMPULAN

Kabupaten Lampung Selatan mempunyai potensi-potensi yang beranekaragam, dimulai dari potensi pertanian, peternakan, perkebunan, perikanan, kelautan, pertambangan, dan pariwisata. Media informasi yang dirancang diharapkan mampu menjadi sumber informasi yang efektif. Semakin memudahkan masyarakat untuk mendapatkan informasi yang spesifik akan semua sumber daya alam yang di Kabupaten Lampung Selatan.

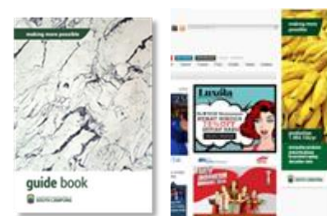
Efektifitas penggunaan media informasi yang dirancang ini diharapkan mampu mempermudah investor yang ingin menanamkan modal di Kabupaten Lampung Selatan. Dampaknya adalah meningkatnya kesejahteraan masyarakat Lampung Selatan itu sendiri.

VI. PENGEMBANGAN LEBIH LANJUT

Pengembangan lain yang dapat dilakukan dari media informasi ini adalah penambahan dan pengolahan data-data terbaru yang berkaitan dengan perdagangan dan kerjasama per bulannya yang diolah menjadi data yang akurat yang akan ditampilkan pada semua media informasi yang ada sehingga akan lebih meyakinkan dan menarik calon investor lainnya untuk menanamkan modal di Kabupaten Lampung Selatan.



Gambar 1 Rujukan gambar untuk studi visual



Gambar 2 Rancangan tampilan media

DAFTAR REFERENSI

- [1] A. Rokhmatussa'dyah dan Suratman. *Hukum Investasi dan Pasar Modal*. Jakarta: Sinar Grafika, 2010.
- [2] A. Sobur. *Semiotika Komunikasi*. Bandung: Remaja: Rosdakarya, 2013, hlm. 22.
- [3] D. Nauta. *The Meaning of Information*. Paris: Mouton, 1972, pp. 201.
- [4] J. Katz. *Designing Information: Human Factors and Common Sense in Information Design*. Canada: John Wiley & Sons, 2012, pp. 17.
- [5] H. Siagian. *Sistem Informasi Manajemen*. Semarang: Satya Wacana, 1994, hlm. 33.
- [6] U. Eco. *A Theory of Semiotics*. Bloomington: Indiana University Press, 1979, pp. 42.

Donnie B. Wijaksana, lahir di Bandung pada tahun 1974, menyelesaikan studi S1 di jurusan Desain Produk STISI Bandung tahun 1998 dan menyelesaikan studi magister desain di ITB pada tahun 2006. Hingga saat ini aktif mengajar di jurusan Desain Komunikasi Visual ITHB. Minat kajian di bidang pengembangan produk.

Karin Matsuda, lahir di Lampung, 21 Desember 1992. Mengenyam pendidikan S1 di Institut Teknologi Harapan Bangsa Jurusan Desain Komunikasi Visual yang bertempat di kota Bandung. Memulai pendidikan pada tahun 2010 dan lulus pada tahun 2014. Memulai profesi sebagai Graphic Designer di PT Nadyne Media Tama sejak tahun 2014, sebelum akhirnya memantapkan diri sebagai UI/ UX Designer di beberapa studio grafis. Sekarang bekerja sebagai UI Designer di PT. Bilna yang menjalankan situs *online marketplace* Orami.co.id.