

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Salah satu daya tarik wisata alam adalah wisata alam telaga. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) telaga adalah danau (di pegunungan). Perbedaannya dengan danau adalah pada telaga sinar matahari dapat masuk hingga ke bagian dasar sehingga hal tersebut dapat memantulkan cahaya, itulah mengapa sering disebut dengan telaga warna. Letak telaga berada di dataran tinggi seperti di pegunungan.

Taman Wisata Alam (TWA) Telaga Warna Puncak Bogor merupakan salah satu lokasi telaga dan juga taman wisata alam yang berada di Indonesia, letaknya di Jalan Raya Puncak KM. 364, Desa Tugu Utara, Cisarua, Kabupaten Bogor, Jawa Barat. TWA Telaga Warna merupakan objek wisata yang menawarkan wisata alam dengan telaga sebagai *main object* atau objek utama wisata. Suasana alam yang masih asri dikelilingi oleh hutan perbukitan dengan suhu cuaca dingin hal ini dikarenakan letaknya berada di 1400 meter di atas permukaan laut (mdpl). Selain telaga, kawasan ini juga memiliki objek wisata penunjang untuk wisatawan seperti perahu rakit, *flying fox*, dan jalur *tracking*. Adapun fasilitas yang sedang dalam tahap pembangunan yakni penginapan (vila) dan restoran yang letaknya tepat di pinggir telaga. Pembangunan fasilitas ini ditargetkan rampung pada tahun 2017 dan nantinya diperuntukan bagi wisatawan yang berkunjung di TWA Telaga Warna. Selain itu di sekitar kawasan TWA Telaga Warna terdapat beberapa jenis flora maupun fauna yang langka dan dilindungi oleh Pemerintah setempat. Hal unik lainnya yakni terdapat hewan liar yang dinamai Makaka, merupakan hewan yang sejenis dengan Kera yang menyebar luas di TWA Telaga Warna, wisatawan dapat memberi makan ataupun minum kepada hewan tersebut.

Saat ini lokasi taman wisata khususnya di daerah Puncak, Bogor dan sekitarnya sudah banyak sekali hal ini dikarenakan lahan dan lokasi yang mendukung dan kaya akan sumber daya alam sehingga banyak dijadikan sebagai objek wisata. Hal ini

membuat setiap lokasi objek wisata memiliki persaingan yang ketat antara satu dengan yang lainnya. Penulis telah melakukan observasi ke tempat dan melihat secara langsung.



Gambar 1.1 Beberapa contoh signage di TWA Telaga Warna
(Sumber: Data Pribadi)

Setelah penulis amati secara langsung TWA Telaga Warna memiliki identitas visual yang masih minimal dengan bentuk yang seadanya tidak memiliki konsistensi dalam bentuk yang satu dengan yang lainnya sehingga hal ini perlu perbaikan. Contohnya seperti logo, spanduk, *signage*, papan himbauan dilarang, hati-hati dan sebagainya. Hal ini membuat identitas yang ada di TWA Telaga Warna menjadi kurang efektif dan juga kurang menarik terhadap wisatawan. Selain itu penulis memperoleh data pengunjung TWA Telaga Warna sebagai berikut:

Tabel 1.1 Jumlah Pengunjung TWA Telaga Warna Tahun 2014-2016

No	Tahun	Pengunjung		Jumlah
		Wisatawan Nusantara	Wisata Mancanegara	
1.	2014	23.577	6074	29.651
2.	2015	44.870	3915	48.785
3.	2016	26.851	2783	29.364
Jumlah Total		151.643	30.306	181.949

Sumber: Rekapitulasi Laporan Pengunjung Penerimaan dan Penuaian Karcis Tanda Masuk Kawasan TWA Telaga Warna.

Tabel diatas merupakan data wisatawan yang diambil dari kurun waktu tiga tahun kebelakang. Dari tabel yang dilampirkan bahwa pada tahun 2016 TWA Telaga Warna mengalami penurunan yaitu di angka 29.364 wisatawan secara keseluruhan bila dibandingkan dengan tahun 2015 yang memiliki jumlah total 48.785 wisatawan. Selain itu berdasarkan hasil wawancara dengan pihak pengelola mereka mengakui cukup banyak wisatawan yang mengeluh tentang biaya pungutan dua kali. Setiap wisatawan yang mengunjungi TWA Telaga Warna memang ditetapkan pungutan sebanyak dua kali dari pihak pengelola di TWA Telaga Warna yakni dari PT. Lintas Daya Kreasi (LDK) dan Balai Konservasi Sumber Daya Alam (BKSDA). Lalu kurangnya himbauan tentang hewan makaka yang berkeliaran di TWA Telaga Warna pun menjadi suatu masalah bagi wisatawan khususnya yang membawa makanan karena hewan tersebut akan merebut dan mencuri setiap makanan yang dibawa oleh karena itu para wisatawan harus berhati-hati. Media yang digunakan untuk mempromosikan TWA Telaga Warna pun masih minim, hanya ada papan iklan di depan gerbang menuju lokasi TWA Telaga Warna saja, itupun ukurannya kecil. Untuk media internet TWA Telaga Warna masih belum memilikinya, padahal wisatawan didominasi oleh usia dewasa yang mana menjadikan media internet sebagai kebutuhan dalam mencari informasi-informasi yang mereka butuhkan.

Berdasarkan permasalahan diatas penulis memiliki keinginan untuk dapat merancang sebuah media dengan tujuan membangun sebuah identitas visual yang baik di TWA Telaga Warna. Identitas visual merupakan media yang berperan sebagai jembatan informasi kepada wisatawan yang berkunjung di TWA Telaga Warna dengan adanya identitas visual maka akan menciptakan sebuah citra atau *image* di mata para wisatawan. Hal ini dapat menjadikan sebuah tempat memiliki sebuah identitas yang nantinya dapat berperan sebagai media pengenalan kepada wisatawan selain itu bisa menjadi daya tarik wisatawan untuk berkunjung di TWA Telaga Warna. Untuk itu penulis ingin melakukan proses perancangan identitas visual terhadap lokasi TWA Membuat identitas, termasuk logo, dan media pendukung lainnya merupakan salah satu kegiatan *branding*. *Branding* sendiri berasal dari kata *brand* yang memiliki arti merk,

sedangkan *branding* memiliki arti suatu kegiatan membangun merk. Keinginan penulis melakukan perancangan ini adalah agar TWA Telaga Warna dapat memiliki identitas visual yang baik sehingga dapat menimbulkan citra atau *image* kepada wisatawan. Dengan adanya perancangan identitas visual diharapkan wisatawan mendapatkan informasi yang tepat sesuai dengan kebutuhan sehingga dapat tersampaikan secara efektif dan TWA Telaga Warna dapat menjadi daya tarik wisata.

1.2 Permasalahan

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka identifikasi masalah yang dihadapi adalah:

- A. TWA Telaga Warna menawarkan daya tarik wisata telaga berada di 1400 mdpl dengan suasana alam yang masih asri dikelilingi oleh hutan perbukitan dengan suhu cuaca dingin dan keunikan flora dan faunanya namun tidak ditunjang dengan keberadaan identitas visual yang efektif dan menarik.
- B. Identitas visual yang terdapat di TWA Telaga Warna masih minim, beberapa sudah tidak layak dan butuh perbaikan. Selain itu bentuknya pun tidak memiliki konsistensi antara yang satu dan yang lainnya. Contohnya: *Signage*.
- C. Kurangnya media informasi tentang pungutan tiket ganda untuk memasuki kawasan TWA Telaga Warna kepada wisatawan yang berkunjung.
- D. Kurangnya promosi tentang TWA Telaga Warna khususnya di media internet.
- E. Pada tahun 2016 jumlah wisatawan TWA Telaga Warna mengalami penurunan di angka 29.364 wisatawan. Sedangkan pada tahun 2015 tercatat 48.785 wisatawan yang mengunjungi TWA Telaga Warna. Hal ini dikarenakan beberapa faktor seperti yang sudah disebutkan diatas ditambah oleh kondisi cuaca yang cukup ekstrim selama tahun 2016.

1.2.2 Perumusan Masalah

Perumusan masalah yang diangkat pada topik ini adalah:

- A. Bagaimana cara merancang identitas visual yang tepat agar dapat menarik wisatawan?

1.3 Ruang Lingkup

- A. Apa (*What*)

TWA Telaga Warna merupakan salah satu jenis wisata alam yang terdapat di kawasan Puncak Bogor, lebih tepatnya berada di Jl. Raya Puncak KM. 364, Desa Tugu Utara, Cisarua, Bogor. TWA Telaga Warna sendiri merupakan lokasi wisata alam yang dilindungi oleh Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (LHK) yang mengutus Balai Besar Konservasi Sumber Daya Alam (BKSDA) untuk mengawasi dan menjaga kelestarian alam sementara untuk penyelenggara sementara untuk pengembangan fasilitas serta sarana dan prasarana Kementerian LHK mengutus PT. Lintas Daya Kreasi (LDK).

- B. Siapa (*Who*)

Segmentasi dalam perancangan ditujukan kepada wisatawan yang belum dan akan berkunjung ke lokasi TWA Telaga Warna. Rentang usia yang di targetkan adalah 19-30 tahun. Untuk demografis daerah penulis menargetkan kepada masyarakat menengah kebawah yang tinggal di daerah Jakarta-Bogor-Depok-Tangerang-Bekasi (Jabodetabek) yang sedang berlibur atau sedang ingin mencari suasana segar (*refreshing*) dari aktivitas sehari-hari.

- C. Kapan (*When*)

Kegiatan perancangan dimulai dari pengumpulan data yakni dari bulan Januari 2017 hingga April 2017 lalu melakukan kegiatan perancangan dimulai dari bulan April 2017 hingga Agustus 2017. Diharapkan pada bulan September-November 2017 hasil

perancangan dapat diperkenalkan kepada pihak TWA Telaga Warna sebagai hasil dari penelitian dan juga perancangan yang dilakukan oleh penulis.

D. Dimana (*Where*)

Kegiatan perancangan dilakukan di wilayah TWA Telaga Warna yakni di Jl. Raya Puncak KM 364, Desa Tugu Utara, Cisarua, Bogor. Daerah tersebut merupakan letak TWA Telaga Warna. Secara geografis letak wilayah Puncak merupakan salah satu wilayah dimana terdapat banyak sekali tempat wisata baik itu yang dari alam dan juga buatan yang mana menjadi tujuan para wisatawan dari berbagai tempat untuk berkunjung sebagai sarana pariwisata.

E. Kenapa (*Why*)

Pada saat penulis melakukan penelitian, penulis melihat permasalahan yang ada khususnya dalam bidang Desain Komunikasi Visual (DKV) dimana terdapat kekurangan dalam hal identitas visual. Dimana di lokasi tersebut memiliki identitas yang minim sekali dan terkesan hanya seadanya saja. Tentunya hal ini kurang baik karena minimnya informasi yang dapat diserap oleh wisatawan serta dapat mempengaruhi citra atau *image* dari wisatawan terhadap TWA Telaga Warna itu sendiri.

F. Bagaimana (*How*)

Merancang identitas visual untuk kawasan TWA Telaga Warna yang terdiri dari media utama dan media pendukung. Perancangan identitas visual ini nantinya akan memudahkan wisatawan dalam mendapatkan informasi dan dapat menimbulkan daya tarik wisata bagi kawasan TWA Telaga Warna itu sendiri.

1.4 Tujuan Perancangan

Adapun tujuan perancangan ini adalah:

- A. Wisatawan mendapatkan informasi yang tepat sehingga hal tersebut juga merupakan upaya dalam membangun daya tarik wisata di kawasan TWA Telaga Warna.

1.5 Metode Pengumpulan Data

Dalam perancangan ini, untuk memperoleh data yang dibutuhkan, penulis menggunakan metode pengumpulan data sebagai berikut:

A. Sumber Data Primer

1. Wawancara

Menurut Nazir (1998) wawancara adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara si pewawancara dengan penjawab. Pada proses perancangan ini proses wawancara dilakukan dengan Nurhidayat, Dadang Koswara, Isis Iskandar, dan Fredy Sulaiman selaku pihak pengelola di TWA Telaga Warna lalu Hakim Syah Reza Lubis selaku wisatawan dan Uje sebagai salah satu pemilik warung. Proses wawancara dilakukan untuk memperoleh data dan juga informasi yang dibutuhkan penulis untuk kebutuhan perancangan.

Adapun metodenya penulis menggunakan metode wawancara tidak terstruktur, hal ini ditandai dengan narasumber dapat menjawab pertanyaan dengan bebas tanpa ada batasan sesuai dengan opini pribadi dari narasumber tersebut.

2. Kuisisioner

Penulis menggunakan metode pengumpulan data dengan cara menyusun kuisisioner kepada para pengunjung wisatawan di lokasi TWA Telaga Warna. Hal ini untuk memperoleh data yang dibutuhkan oleh penulis sebagai bahan dalam melakukan proses perancangan. Menurut Sugiyono (2008: 199) “Angket atau kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab”.

Penulis membagikan kuisioner kepada wisatawan yang berkunjung di TWA Telaga Warna yang berjumlah 100 sampel. Pembagian ini penulis bagikan secara langsung kepada wisatawan. Struktur kuisioner sendiri campuran yakni terdiri dari kuisioner tertutup yang berisikan pertanyaan yang dapat dipilih oleh responden dan kuisioner terbuka yang berisikan pertanyaan yang dapat diisi sesuai dengan pendapat responden masing-masing.

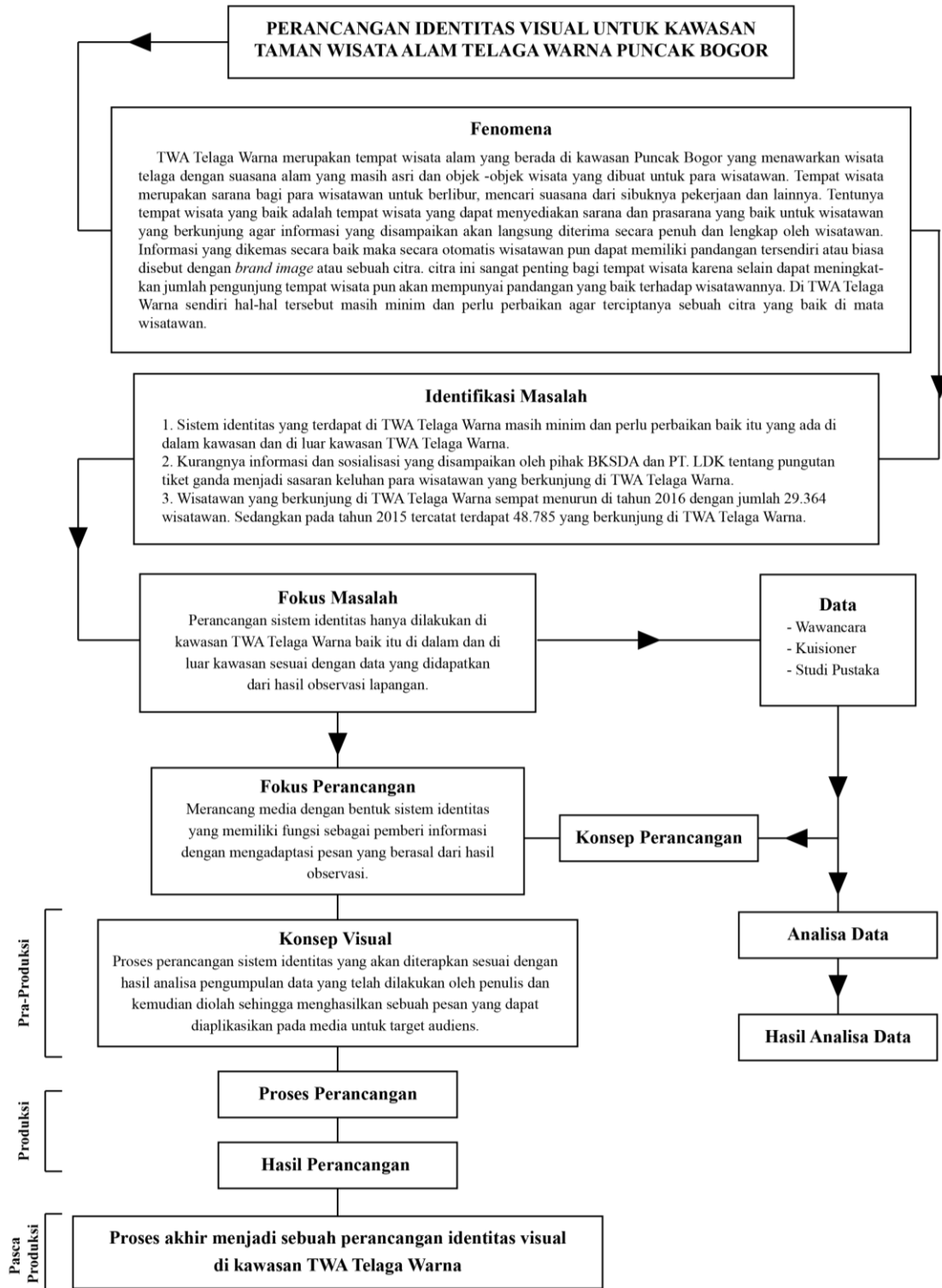
B. Sumber Data Sekunder

Pada sumber data sekunder penulis memperoleh data dari berbagai referensi dalam bentuk studi pustaka seperti buku, jurnal, dan juga internet. Hal ini penulis lakukan untuk melengkapi proses pengumpulan data sehingga proses perancangan akan semakin akurat dan juga dapat menguatkan opini untuk melakukan perancangan.

1.6 Analisa Data

Setelah memperoleh berbagai sumber data baik itu dari hasil kuisioner, wawancara, dan juga dari studi pustaka, data tersebut penulis olah kembali dengan menggunakan teknik SWOT yang terdiri dari *Strength* (Kekuatan), *Weakness* (Kelemahan), *Oportunity* (Kesempatan), dan *Threats* (Ancaman). Melalui teknik SWOT penulis dapat mengetahui kelebihan, dan kekurangan yang ada di TWA Telaga Warna. Lalu melalui teknik SWOT tersebut diolah kembali menggunakan metode analisis matriks SWOT yang terdiri dari S-O (*Strength-Oportunity*), S-T (*Strength-Threats*), W-O (*Weakness-Oportunity*), dan W-T (*Weakness-Threats*). Melalui metode analisis matriks akan ditemukan metode yang digunakan sebagai strategi dalam melakukan perancangan.

1.7 Kerangka Perancangan



Gambar 1.2 Kerangka Perancangan
(Sumber: Bayu Hari Wibisono, 2017)

1.8 Pembabakan

A. Bab I Pendahuluan

Berisi tentang latar belakang perancangan identitas visual untuk TWA Telaga Warna Puncak Bogor, identifikasi masalah, rumusan masalah, ruang lingkup, tujuan perancangan, cara pengumpulan data, kerangka kerangka perancangan serta pembabakan dari perancangan tugas ini.

B. BAB II Dasar Pemikiran

Menjelaskan teori atau dasar pemikiran tentang tema yang akan diangkat melalui kajian pustaka mengenai teori-teori yang nantinya akan digunakan sebagai landasan dalam perancangan identitas visual untuk TWA Telaga Warna Puncak Bogor.

C. BAB III Data dan Analisis Masalah

Menguraikan berbagai data tentang tempat penelitian dan perancangan yaitu TWA Telaga Warna. Lalu menjelaskan dan meringkas hasil survey, wawancara serta kuisioner yang telah dilakukan. Hasil penelitian dan pengumpulan data yang telah dilakukan akan dianalisis dengan menggunakan teori yang telah dibuat di bab sebelumnya.

D. BAB IV Konsep dan Hasil Perancangan

Mendeskripsikan hasil konsep perancangan yang terdiri dari konsep pesan, konsep kreatif, konsep media, konsep visual. Lalu menjelaskan konsep bisnis atau konsep *marketing communication* yang digunakan. Setelah itu menjelaskan hasil perancangan yang diawali dari proses sketsa hingga perancangan visual pada media yang terdiri dari media utama dan media pendukung.

E. BAB V Penutup

Penulis memaparkan mengenai saran dan masukan serta kesimpulan setelah menyelesaikan perancangan yang telah dibuat.