

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Bandung Selatan merupakan salah satu wilayah yang mempunyai banyak destinasi objek wisata alam seperti Gunung Puntang, Kawah Putih, Ranca Upas, Kampung Batu Malakasari dan masih banyak lagi. Objek wisata yang ada di Bandung Selatan, Kampung Batu Malakasari, merupakan destinasi objek wisata alam yang memiliki keunikan tersendiri. Kampung Batu Malakasari ini adalah kawasan objek wisata alam yang berdiri di lahan seluas 50.000 m². Tempat wisata ini ternyata merupakan bekas lokasi penambangan yang dieksplorasi secara tradisional oleh masyarakat setempat lalu dibantu oleh seorang ahli geofisika sehingga dilakukan renovasi terhadap tempat tersebut sehingga menjadi tempat wisata.

Kampung Batu Malakasari merupakan destinasi wisata alam yang mengusung tema “Wisata Edukasi” dimana dilengkapi fasilitas dan wahana yang dapat melatih ketangkasan, kecerdasan, dan kemandirian pada pengunjung khususnya keluarga dan anak-anak. Kampung Batu Malakasari mempunyai harapan besar agar menjadi ikon wisata yang mengusung konsep wisata edukasi yang tidak hanya dikenal oleh masyarakat sekitar tetapi tempat wisata dikenal oleh masyarakat luas, akan tetapi pengelola kurang menyadari pentingnya sebuah identitas visual seperti logo sebagai penguat citra merek dari suatu perusahaan. Kurangnya kesadaran diakibatkan karena kurangnya pemahaman mengenai pembuatan sebuah logo yang sesuai dengan standar dari pembuatan logo, dimana logo harus sesuai dengan visi, misi serta konsep yang dipakai oleh tempat wisata tersebut sebagai penyampaian citra perusahaan.

Menurut General Manager pengelola Kampung Batu Malakasari, tempat wisata ini tidak memperhatikan pentingnya sebuah identitas yang seharusnya diterapkan pada logo dan media lainnya. Seperti yang diketahui, *icon* pada logonya adalah rusa dan gunung batu yang dimana tidak sesuai

dengan tema yang diangkat sebagai Wisata Edukasi serta tidak mempertimbangkan hal-hal dalam pembuatan logo yang mengandung unsur *original dan distinctive, legible, simple, memorable, easy associated with the company*, dan *easily adabtable for all graphic media* (David E Carter, 2003). Sehingga perlu melakukan pembuatan identitas pada Kampung Batu Malakasari yang menggunakan pertimbangan-pertimbangan yang baik dalam pembuatan identitas visual agar identitas dan ciri khas yang dibuat khusus sesuai dengan visi, misi, serta sesuai konsep sebagai tempat wisata yang edukatif untuk keluarga dan anak – anak (wawancara tanggal 26 Januari 2017).

Selain identitas visual yang belum sesuai dengan standar pembuatan untuk identitas logo, Kampung Batu Malakasari juga belum mempunyai *signage* yang memadai serta tidak sesuai dengan standarisasi pembuatan *signage*. Dapat dilihat dari penggunaan *font*, warna, penempatan *signage* yang belum memenuhi tiga prinsip dasar pembuatan *signage* yaitu *visibility, reability, dan legability* serta kurangnya media untuk menginformasikan kepada wisatawan mengenai fasilitas dan wahana yang ada. Tidak hanya logo sebagai identitas *signage* pun bisa menjadi sebagai salah satu penunjang identitas dari objek wisata.

Dengan kawasan wisata yang luas, fasilitas, dan obyek wisata yang cukup banyak, obyek wisata tersebut kurang memperhatikan peranan *signage* terhadap lingkungannya sebagai pedoman informasi untuk memandu wisatawan saat perjalanan menuju ke tempat wisata dan di dalam kawasan wisata. Tanpa *signage* yang sesuai dengan standar pembuatan *signage* pengunjung akan mengalami kesulitan dalam menemukan lokasi yang akan dituju. Berdasarkan survey kuisisioner tahun 2017 kepada 79 responden yang berkunjung ke Kampung Batu Malakasari responden menilai akses untuk menuju ke kawasan wisata sulit serta sarana fisik seperti, peta kawasan, petunjuk arah, dan informasi fasilitas umum yang kurang terawat. Pengadaan *signage* informasi sangat diperlukan untuk memudahkan wisatawan menuju ke lokasi yang akan ditujunya serta *sign* yang berupa di

obyek wisata bisa berinteraksi dengan para wisatawan untuk menyampaikan edukasi dari objek wisata.

Dari hasil observasi di lapangan menunjukkan bahwa banyak *signage* yang kurang jelas, penempatan kurang tepat dan tidak memiliki sistem kesatuan yang baik. Bahkan di lokasi obyek wisata belum ada *sign* informasi tentang edukasi karena, *signage* selain untuk petunjuk arah berfungsi sebagai informasi *identity sign* sehingga pengunjung dapat mengetahui lebih jauh obyek wisata. Tetapi ketika *signage* itu tidak sesuai dalam standar pembuatan *sign* maka informasi menjadi tidak efektif dan bisa membuat sulit dipahami oleh wisatawan. Melalui observasi yang dilakukan langsung, *signage* pada kawasan Kampung Batu Malakasari kurang optimal dimana petunjuk, penempatan, dan lain – lainnya belum memenuhi standar dalam *signage*. Konsep “Wisata Edukasi” belum teraplikasikan pada identitas visual maupun fasilitas fisiknya termasuk dalam *signage* obyek wisata. Kampung Batu Malakasari memerlukan penataan *system* grafis yang bisa menjadi diferensiasi wisata alam yang ada di Bandung Selatan. Selain itu, dengan perancangan ini di harapkan terciptanya identitas yang dapat menciptakan sebuah kesatuan di kawasan Kampung Batu Malakasari.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah diuraikan, maka dapat diidentifikasi beberapa masalah, yaitu :

1. Logo yang belum sesuai dengan standar pembuatan untuk identitas visual serta tidak ada penerapan konsep wisata edukasi terhadap identitas visual.
2. Luasnya kawasan wisata Kampung Batu Malakasari dan banyaknya objek wisata serta fasilitas yang tersebar di kawasan wisata dibutuhkan *signage* yang sesuai dengan standarisasi untuk mempermudah wisatawan dalam mencari tujuan yang akan ditujunya. Sedangkan *signage* yang ada saat ini belum sesuai dengan standarisasi dalam pembuatan dan penempatan *signage*.



Gambar 1. Signage Kampung Batu Malakasari
(Sumber : Dokumentasi Pribadi)

3. Di setiap obyek wisatanya belum tersedia *sign* informasi untuk memberitahukan kepada wisatawan tentang edukasi apa yang ingin disampaikan agar dapat berkomunikasi dengan wisatawan langsung lewat *sign* informasi.

1.3 Rumusan Masalah

Kampung Batu Malakasari kurang memperhatikan pentingnya sebuah standarisasi dari identitas visual dan *signage*. Akibatnya pengunjung sulit untuk mencari lokasi yang akan dituju serta keterbatasan media yang diberikan pengelola juga masih minim, yang dimana kawasan objek wisata yang cukup luas, fasilitas dan obyek wisata yang cukup banyak. Selain itu penempatan lokasi sistem rambu yang sudah ada kurang diperhatikan. Dengan demikian, Rumusan masalah seperti berikut : Bagaimana merancang Identitas visual Kampung Batu Malakasari yang sesuai dengan standarisasi serta penerapannya pada *signage* ?

1.4 Batasan Masalah

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis membatasi masalah pada Kampung Batu Malakasari yang berada di jl. Raya Banjaran (Rencong) Hp.

Bojong Cibodas RT.01/RW.06 Desa Malakasari, Baleendah Bandung. Dengan pengunjung umur 5 sampai 45 tahun yaitu keluarga yang disertai anak-anaknya dan remaja. Penelitian ini berlangsung dari bulan Januari hingga Maret. Studi ini terbatas hanya pada perancangan identitas visual dan penerapan kepada signage. Permasalahan muncul diatas adalah kurang mengetahuinya wisatawan tentang objek wisata tersebut dan keterbatasannya informasi yang diberikan oleh pengelola.

1.5 Tujuan Perancangan

Tujuan dari perancangan tugas akhir ini adalah merancang Identitas visual Kampung Batu Malakasari yang sesuai dengan standarisasi serta penerapannya pada *signage*.

1.6 Metode Pengumpulan Data

Guna mewujudkan validitas data, penulis menggunakan beberapa teknik untuk mengumpulkan data antara lain :

1) Observasi

Menurut Sutrisno Hadi dalam (Sugiono, 2013): 145 mengemukakan *observasi* merupakan suatu yang kompleks, bahwa, suatu proses yang tersusun. yaitu proses pengamatan dan ingatan.

Penulis melakukan kunjungan langsung ke tempat yang dijadikan penelitian yaitu Kampung Batu malakasari yang berada di Bandung Selatan. Penulis juga mengambil gambar untuk dijadikan acuan dan penelitian.

2) Wawancara

Menurut Esterberg dalam buku (Sugiono, 2013): 231 wawancara merupakan pertemuan dua orang yang bertukar informasi dan ide melalui Tanya jawab, sehingga mendapatkan sebuah topik tertentu.

Penulis mengumpulkan data dengan melakukan wawancara kepada pihak – pihak yang bersangkutan dengan mengajukan pertanyaan secara langsung untuk memperoleh data yang diperlukan.

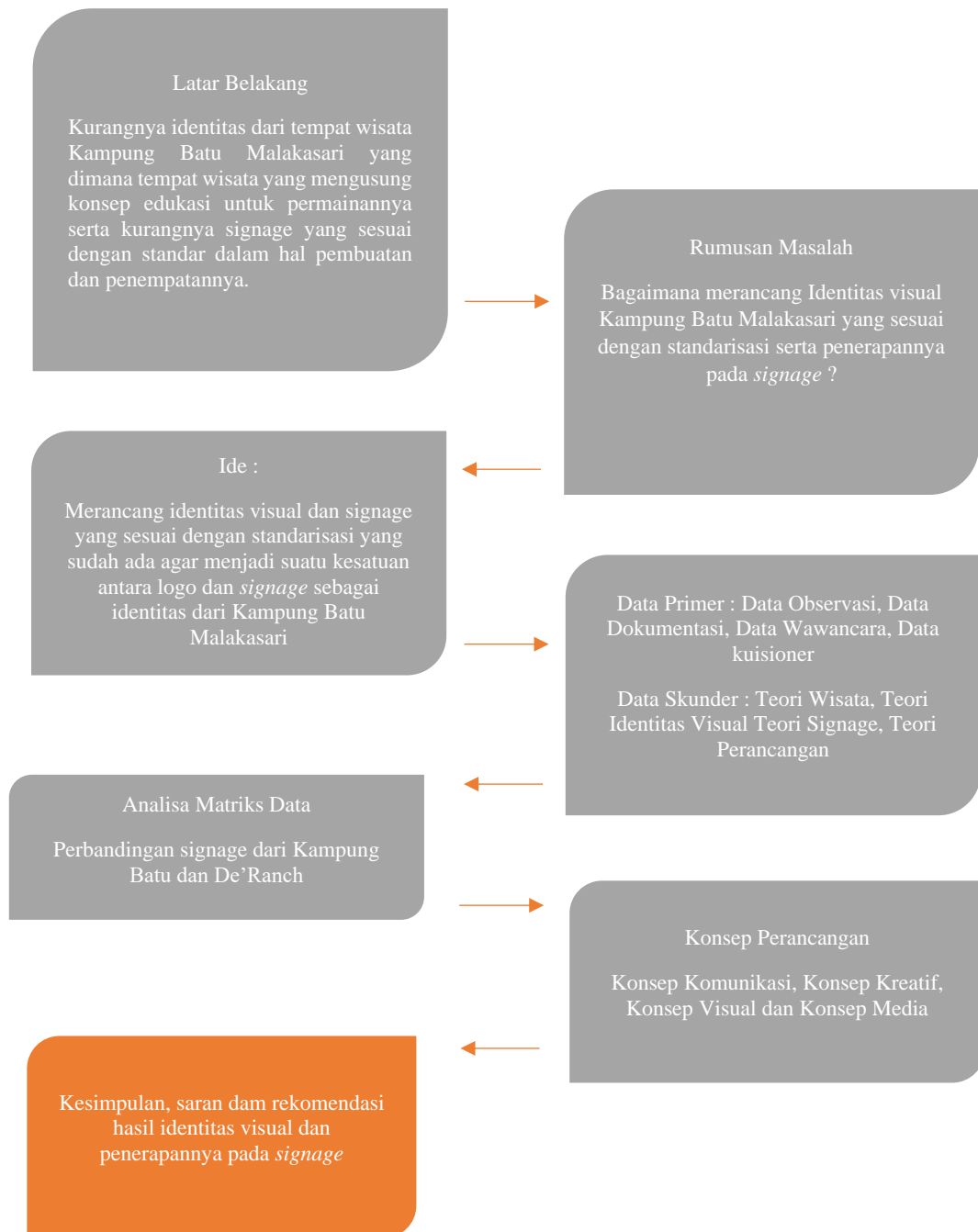
Penulis mewawancarai pihak pemilik lokasi, pegawai sekitar, dan pengunjung yang ada di tempat tersebut.

3) Kuesioner

Suatu kuesioner ditujukan kepada pemirsa sebagai target sasaran, terdiri dari sekelompok orang-orang dalam jumlah yang besar. Data yang diinginkan dari target sasaran yaitu dapat berupa keinginan atau kecenderungan, dapat juga reaksi target sasaran pada suatu media yang disebar. Dalam memperoleh data dari target sasaran yang berjumlah banyak bisa digunakan kuesioner dengan memilih sampel dari populasi (Soewardikoen, 2013).

Penulis melakukan kuesioner dengan memberikan selebar kertas berupa pertanyaan – pertanyaan singkat yang sesuai dengan topik penelitian kepada wisatawan yang ada di lokasi wisata serta menyebarkan kuesioner dilakukan secara online menggunakan *Google Forms* kepada wisatawan yang sudah pernah ke tempat wisata tersebut, agar penulis bisa mendapatkan data yang valid langsung dari wisatawan yang mengunjungi Kampung Batu Malakasari.

1.7 Kerangka Perancangan



Gambar 1. 1 Skema Perancangan
(Sumber: dokumentasi pribadi)