

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Bogor merupakan kota yang dikenal sebagai Kota Hujan karena memiliki curah hujan tinggi. Letak geografis dari Kota Bogor berada di antara wilayah Kabupaten Bogor dan lokasinya yang berdekatan dengan Ibukota, merupakan potensi yang sangat menguntungkan untuk perkembangan serta pertumbuhan ekonomi jasa, kegiatan industry nasional, perdagangan, komunikasi, dan transportasi, serta dalam bidang pariwisata (<https://kotabogor.go.id>, 27-02-2018, 21:27). Pariwisata adalah salah satu kemajuan yang dipertimbangkan oleh banyak negara di seluruh dunia. Pengaruh suatu kemajuan pariwisata kepada perkembangan suatu daerah, terutama peningkatan pembangunan serta perekonomian pada suatu wilayah cukup besar. Pada lingkup kepariwisataan internasional, kedekatan Bogor dengan Jakarta sebagai pintu masuk utama para wisatawan internasional, merupakan peluang yang baik untuk perkembangan dan kemajuan pariwisata.

Dengan letaknya yang strategis, Bogor menjadi salah satu tujuan wisata bagi masyarakat sekitar Jawa Barat. Daya tarik pariwisata atau potensi kepariwisataan yang dimiliki oleh Kota Bogor berupa; sumberdaya alam (natural resources) dan sumberdaya kebudayaan (cultural resources) dan manusia (human resources) sebagai pelaku pariwisata (Soekadijo, 2000). Beberapa destinasi pariwisata Kota Bogor yang menjadi daya tarik wisatawan diantaranya; Istana Presiden, Kebun Raya Bogor, Museum Zoologi, Museum Ethnobotani, Museum Pembela Tanah Air dan Situ Gede. Distribusi lokasi destinasi pariwisata tersebut berada di sekitar Istana Presiden dan Kebun Raya, pusat pelayanan publik, serta pemerintahan Kota Bogor.

Dari banyaknya objek wisata di kota Bogor ini, terkenal pula beberapa objek wisata yang dikelola oleh perorangan maupun perusahaan, mulai dari wisata kuliner, belanja, edukasi, rekreasi dan alam. Ada satu objek wisata yang sudah cukup tua di Bogor yaitu objek wisata belanja sekaligus rekreasi Sumber Karya

Indah atau yang akrab disebut SKI oleh warga kota bogor, yang menjual tas hasil pengrajin lokal. Sumber Karya Indah berdiri pada tahun 2002 sebagai salah satu wisata berbelanja, SKI memiliki daya pembeda dibandingkan dengan tempat lainnya yaitu mereka menjual tas hasil produksi sendiri dan dari pengrajin lokal, pembeda inilah yang menjadi nilai tambah tersendiri bagi SKI, yang akan membedakannya dengan tempat lain yang menjual tas. SKI menjual tas yang berasal dari hasil pabrik sendiri maupun menampung hasil industri rumahan dari pengrajin daerah sekitar bogor.

Keunikan lainnya dari tempat ini adalah memiliki lahan luas dengan tersedianya area rekreasi untuk keluarga, seperti wahana bermain dan kuliner. Pada awalnya Sumber Karya Indah hanya menjual tas saja di sebuah toko kecil di kawasan tajur, dan koleksi tas yang tersedia hanya untuk wanita saja. Seiring berkembangnya, SKI mulai menambah kelengkapan koleksi yang dijual seperti tas untuk pria, dan menjual berbagai macam koleksi sepatu serta ikat pinggang, oleh karena itu pengunjung tempat ini pun tidak hanya diperuntukan kepada para perempuan saja, para laki-laki pun dapat berbelanja karena banyaknya pilihan tas dan sepatu kulit pria. Tidak hanya itu saja, untuk para orang tua yang tidak berbelanja dapat menikmati waktu bersama anaknya dengan berwisata kuliner, atau berwisata rekreasi bermain wahana yang ada dan menikmati fasilitas lainnya, dan juga di SKI juga tersedia tempat untuk mereparasi barang yang rusak. Melihat semua keunikan yang dimiliki SKI bisa menjadi daya tarik pengunjung, namun sangat disayangkan masih banyak masyarakat luas yang tidak mengetahui tempat ini secara jelas serta tidak adanya pembaruan yang dilakukan seperti, tidak adanya gapura pada pintu masuk, kurangnya media informasi yang menjelaskan tentang tempat ini, lawasnya identitas visual dari tempat ini, kurangnya media informasi yang memudahkan pengunjung untuk mengeksplorasi tempat ini. Kurangnya perhatian terhadap kelangsungan tempat membuat SKI kurang minat pengunjung.

Melihat hal di atas, dapat dikatakan bahwa SKI memiliki keunikan tersendiri untuk para pengunjungnya jika dibandingkan dengan mengunjungi toko tas biasa pada umumnya. Dengan keunikan dan segala sumber daya yang dimiliki, SKI memiliki potensi menjadi *one stop shopping and recreation* area terbesar di

Bogor dan dapat lebih dikenal oleh masyarakat luas tentang wisata yang terdapat didalamnya, namun sangat disayangkan pengunjung SKI semakin hari semakin sepi kecuali pada saat akhir pekan karena identitas visual yang dimiliki tidak mencerminkan ciri khas dan keunikan yang dimiliki, dan tidak memiliki media informasi yang menunjukkan tentang adanya wisata ini dan menjelaskan apa saja yang terdapat didalamnya, serta tidak adanya pembaruan identitas visual yang dilakukan, dan munculnya beberapa wisata baru menjadi salah satu faktor yang membuat SKI kurang memiliki peminat. Oleh karena itu dibutuhkan pembaruan identitas visual untuk Sumber Karya Indah agar wisatawan bisa dengan mudah melihat dan menerima informasi tentang wisata ini sehingga dapat menarik perhatian dan daya tarik untuk berkunjung ke Sumber Karya Indah. Dengan demikian secara tidak langsung akan meningkatkan jumlah pengunjung yang datang, dan meningkatkan kualitas citra di mata wisatawan atau masyarakat luas.

Dibutuhkan perancangan ulang identitas visual guna memperbarui citra perusahaan tersebut dan menyampaikan informasi kepada masyarakat tentang apa itu Sumber Karya Indah dengan segala kelebihan yang menjadi potensi untuk menarik minat masyarakat. Dengan penyampaian dan pendekatan yang tepat dalam merancang ulang identitas visual dari Sumber Karya Indah diharapkan dapat meningkatkan minat wisatawan untuk datang ke Sumber Karya Indah, dan meningkatkan jumlah pengunjung yang datang serta dapat meningkatkan kualitas citra di mata wisatawan atau masyarakat luas, hal ini dapat meningkatkan perhatian akan produk lokal serta hal-hal tradisional asli suatu daerah dan dapat mempertahankannya sehingga ciri khas yang dimiliki akan tetap terjaga.

1.2 Permasalahan

1.2.1 Identifikasi Masalah

Dilihat dari latar belakang diatas, terdapat permasalahannya yaitu :

1. Bogor menjadi destinasi wisata dari warga kota-kota besar sehingga menambah jumlah wisatawan di Bogor, tetapi masih banyak orang yang tidak mengetahui SKI.
2. Pengunjung SKI semakin lama semakin sepi karena adanya objek wisata baru.
3. PT. Sumber Karya Indah memiliki potensi sebagai wisata rekreasi sekaligus pusat perbelanjaan tas maupun sepatu yang terbesar di Bogor namun belum memiliki identitas visual yang sesuai ciri khas dan karakter yang dimilikinya.
4. Perlunya identitas visual yang sesuai dengan ciri khas dan karakter sebagai ciri upaya pembaruan citra Sumber Karya Indah.
5. Perlunya identitas visual yang sesuai dengan ciri khas dan karakter agar menarik minat pengunjung untuk datang.

1.3 Rumusan masalah

Dari penjabaran diatas, perumusan masalah untuk tugas akhir ini adalah bagaimana merancang identitas visual untuk Sumber Karya Indah di Tajur Katulampa yang sesuai dengan ciri khas dan karakter yang dimiliki agar meningkatkan minat dan daya tarik wisatawan untuk berkunjung ke Sumber Karya Indah sebagai objek wisata *one stop shopping and recreation* dan meningkatkan *brand awareness*?

1.4 Ruang Lingkup

Dalam menjelaskan suatu masalah ada baiknya menggunakan ruang lingkup masalah agar permasalahan tidak menyimpang. Adapun ruang lingkup masalahnya adalah :

- Apa
Perancangan identitas visual dan media promosi untuk PT. Sumber Karya Indah.
- Siapa
Target audiens utama dari perancangan ini adalah wisatawan lokal yang berasal dari luar Bogor atau sekitarnya dengan rentang usia remaja dan dewasa.
- Kapan
Penelitian akan dilaksanakan dari bulan Februari 2019 sampai dengan selesai.
- Dimana
Penelitian akan dilakukan di PT. Sumber Karya Indah.
- Kenapa
PT. Sumber Karya Indah memiliki potensi wisata rekreasi sekaligus pusat perbelanjaan tas maupun sepatu yang terbesar di Bogor, namun belum memiliki identitas visual yang mencerminkan ciri khas dan karakter yang dimiliki serta minimnya media informasi. Tentu hal ini menjadi kendala dalam menyampaikan informasi yang dapat diserap oleh masyarakat atau wisatawan, serta dapat mempengaruhi persepsi masyarakat tentang PT. citra Sumber Karya Indah itu sendiri..
- Bagaimana
Merancang identitas visual yang nantinya bisa diterapkan pada media utama dan pendukung sehingga menarik minat pengunjung untuk datang ke PT. Sumber Karya Indah.

1.5 Tujuan Perancangan

Merancang identitas visual untuk Sumber Karya Indah di Tajur Katulampa yang sesuai dengan ciri khas dan karakter yang dimiliki agar meningkatkan minat dan daya tarik wisatawan untuk berkunjung ke Sumber Karya Indah sebagai objek wisata *one stop shopping and recreation* dan meningkatkan *brand awareness*.

1.6 Metode Pengumpulan & Analisis Data

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

Dalam penulisan ini penulis menggunakan metode pengumpulan data kualitatif. Metode kualitatif sendiri, adalah suatu penelitian yang menampilkan data deskriptif yang berupa kata tersusun maupun lisan dari narasumber yang diamati. Penelitian ini digunakan apabila suatu masalah kurang dapat dipahami, untuk memahami makna tersembunyi, memahami suatu interaksi social, mengembangkan suatu permasalahan dan teori, serta berguna untuk memastikan kebenaran data. Penelitian dengan metode ini memungkinkan penulis dapat mengamati dan mengetahui lebih dalam pendapat masyarakat terhadap objek penelitian. Pengumpulan data yang akan dilakukan adalah :

1. Observasi

Metode ini akan dilakukan secara langsung dilapangan, dengan melihat secara langsung di tempat produksi PT. Sumber Karya Indah.

2. Dokumentasi

Dalam penelitian penulis akan melakukan dokumentasi berupa foto terhadap kegiatan yang berhubungan dengan penelitian seperti, tempat wisata, lingkungan tempat wisata, serta kegiatan wawancara

3. Wawancara

Penulis akan melakukan wawancara kepada pihak PT. Sumber Karya Indah

4. Studi Pustaka

Studi pustaka merupakan proses dimana peneliti membaca buku sebagai sumber ilmu yang akan membantu memberikan referensi dan pemahaman yang luas.

1.6.2 Analisis Data

A. Analisis Swot

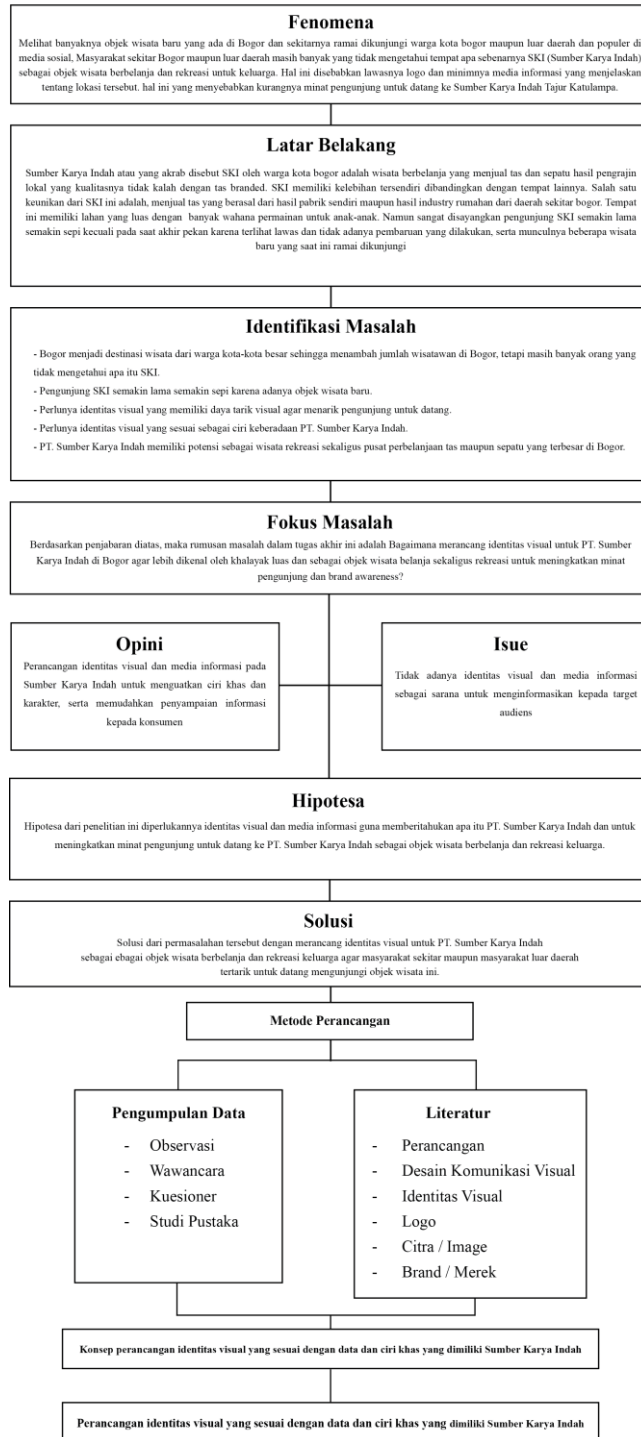
Metode analisis yang digunakan penulis yaitu menggunakan analisis SWOT. Dengan analisis ini akan membantu penulis meneliti dimana letak dari kekuatan (Strength), peluang (Opportunities), kelemahan (Weaknesses), dan ancaman (Threats) yang dimiliki oleh aplikasi ini sehingga membantu dalam proses perancangannya.

B. Analisis Matriks Perbandingan

Pada penelitian ini akan digunakan juga analisis perbandingan guna mendapatkan informasi tambahan. Analisis perbandingan ini akan membandingkan antara objek penelitian dengan competitor sejenis.

1.7 Kerangka Perancangan

PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL KAWASAN WISATA SUMBER KARYA INDAH TAS TAJUR KATULAMPA



Bagan 1.1 Kerangka Perancangan

Source : Dokumen Pribadi

1.8 Pembabakan

1. BAB I Pendahuluan

Pada bab ini, penulis memaparkan dasar suatu masalah, dan permasalahan yang ada, ruang lingkup suatu masalah, tujuan dan manfaat, metode dalam pengumpulan data, dan sistematika penulisan pengantar tugas akhir ini.

2. BAB II Dasar Pemikiran

Pada bagian ini berisi mengenai teori dari literasi yang ada. Digunakan sebagai acuan dalam membuat perancangan identitas visual dan media pendukung.

3. BAB III Data dan Analisis Masalah

Bab ini memaparkan data yang diperoleh dari teknik pengumpulan data yaitu studi pustaka, observasi, dan wawancara yang telah dilakukan sebelumnya oleh penulis.

4. BAB IV Konsep dan Hasil Rancangan

Bagian ini menguraikan konsep identitas visual dan perancangan media pendukung dimulai dari ide besar, penyesuaian, pemilihan media, dan rancangan visual.sesuai dengan target audiens.

5. BAB V Penutup

Bagian ini menjelaskan kesimpulan serta saran dari hasil penelitian secara menyeluruh dan perancangan yang sudah dilakukan dari awal proses yang berlangsung.