

PERANCANGAN IDENTITAS DAN MEDIA INFORMASI TAMAN KUPU-KUPU CIHANJUANG DI KABUPATEN BANDUNG

Fraya Octafianty¹, Dr. Anne Nurfarina², S.sn.³

¹Desain Komunikasi Visual, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom

¹octafiantyfraya@gmail.com

Abstrak

ABSTRAK PERANCANGAN IDENTITAS DAN MEDIA INFORMASI TAMAN KUPU - KUPU CIHANJUANG DI KABUPATEN BANDUNG Oleh : Fraya Octafianty NPM. 109300066 Taman Kupu - Kupu Cihanjuang merupakan sebuah taman konservasi di Kabupaten Bandung. Taman ini merupakan salah satu bentuk pelestarian populasi kupu - kupu di Jawa Barat yang populasinya mengalami penurunan dari waktu ke waktu. Selain berupa taman pelestarian, Taman Kupu - Kupu Cihanjuang pun memberikan edukasi tentang siklus perkembangan kupu-kupu mulai dari telur hingga menjadi kupu-kupu yang indah. Banyak masyarakat yang mengetahui Taman Kupu-Kupu Cihanjuang hanya sebagai lokasi wisata saja padahal taman ini memiliki manfaat edukasi berupa pembudidayaan kupu - kupu khususnya di Jawa Barat. Maka dari itu agar Taman Kupu - Kupu Cihanjuang ini dikenal oleh masyarakat sebagai lokasi wisata yang memiliki manfaat edukasi diperlukan identitas baru untuk menyegarkan citra Taman Kupu - Kupu Cihanjuang, maka penulis mengajukan Perancangan Identitas Dan Media Informasi Taman Kupu - Kupu Cihanjuang sebagai solusi. Pengumpulan data pada perancangan ini terdiri dari observasi, study pustaka, wawancara dan kuisioner. Tujuan dari perancangan ini adalah menghasilkan media komunikasi visual yang dapat membantu memperkuat image Taman Kupu-Kupu Cihanjuang menjadi lokasi wisata yang berorientasi edukasi di Kabupaten Bandung. Konsep kreatif yang diterapkan pada perancangan ini adalah pendekatan yang bersifat fun education. Perancangan Identitas Dan Media Informasi Taman Kupu-Kupu Cihanjuang ini fokus mulai dari perancangan logo, perancangan sign system dan seragam sebagai media alternatif. Melalui perancangan ini diharapkan dapat menyegarkan kembali image Taman Kupu-Kupu Cihanjuang sebagai taman wisata yang memiliki manfaat edukasi di benak masyarakat. Kata Kunci : Identitas, Logo, Sign System, Taman Kupu-Kupu Cihanjuang

Telkom
University

BAB I PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan negara kedua pemilik kupu-kupu terbanyak di dunia setelah Negara Brazil, Indonesia memiliki sekitar 2.500 spesies kupu-kupu dengan jenis lebih beragam dan unik. Dengan luasnya kepulauan Indonesia yang terdiri lebih dari 17.000 pulau, maka terjadilah pemisahan habitat kupu-kupu secara geografis. 50 persen kupu-kupu di Indonesia adalah kupu-kupu *endemic* yang berarti hanya hidup di wilayah tertentu. (koran-jakarta.com, Minggu 19 Februari 2012)

Menurut Indonesiaindonesia.com, populasi kupu-kupu di seluruh dunia, khususnya di Indonesia ternyata mengalami penurunan. Hal ini seiring dengan berkurangnya kawasan hutan di Indonesia dan diakibatkan juga oleh pembangunan yang pesat dimana pelestarian hutan mulai ditinggalkan. Menurut peneliti MA Lieftinek, kupu-kupu langka perlu dilindungi karena populasinya dari waktu ke waktu mengalami penurunan. Maka dari itu masyarakat perlu diingatkan untuk memelihara kelestarian kupu-kupu demi keseimbangan dan keanekaragaman alam.

Sebagai bentuk kepedulian pemerintah atas penurunan populasi kupu-kupu ini akhirnya pemerintah mengeluarkan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 1999 berisikan tumbuhan dan satwa yang harus dilindungi, salah satunya spesies kupu-kupu. Penangkaran pun akhirnya banyak dilakukan oleh masyarakat sebagai bentuk pembudidayaan. Penangkaran adalah upaya pelestarian melalui pengembangbiakan dan pembesaran tumbuhan dan satwa dengan tetap mempertahankan kemurnian jenisnya. Di Indonesia ada beberapa taman kupu-kupu buatan sebagai bentuk pelestarian spesies ini. Contohnya Taman Kupu-Kupu Bali yang terletak di Batukaru, Banjar Sadan Kabupaten Tabanan; Taman Wisata Alam Bantimurung.

Mengetahui berita menurunnya populasi kupu-kupu di Indonesia ternyata menggerakkan rasa kepedulian Pak Perry Trisianto akan hal tersebut. Akhirnya pada tahun 2009 dengan luas tanah sekitar 1,7 hektar, beliau membangun sebuah

taman kupu-kupu dengan *landscape* bernuansa Bali yang didalamnya terdapat sebuah kandang kupu-kupu seluas 800 m² sebagai bentuk pelestarian kupu-kupu di Jawa Barat. Taman ini berlokasi di Jalan Cihanjuang Km. 3,3 No.58 Cibaligo, Kecamatan Parongpong, Kabupaten Bandung Barat, Jawa Barat. Dalam taman tersebut disertai pula fasilitas-fasilitas seperti café, area parkir yang luas, outlet, *greenhouse*, dan gedung serbaguna yang memiliki daya tampung sebanyak 500 – 1000 orang. Taman ini mulai dibuka untuk umum pada tahun 2010 dengan nama Taman Kupu-Kupu Cihanjuang (*Butterfly Park and Function Hall*). Tujuan adanya Taman Kupu-Kupu Cihanjuang ini adalah sebagai lokasi wisata keluarga sekaligus sebagai bentuk pelestarian populasi kupu-kupu di Indonesia khususnya Jawa Barat.

Menurut Ibu Vidi sebagai salah satu pengelola Taman Kupu-Kupu Cihanjuang saat ini, beliau menyatakan bahwa Taman Kupu-Kupu Cihanjuang merupakan taman kupu-kupu berbentuk konservasi tertutup yang ada di Jawa Barat. Pada tahun 2009 jumlah spesies didalamnya terdapat sekitar 30-35 spesies kupu-kupu. Memasuki tahun ke 4 tepatnya tahun 2013, tentunya Taman Kupu-Kupu Cihanjuang ini masih terbilang baru. Banyak kendala-kendala yang dihadapi taman ini selama berkembang. Kendala yang dihadapi menurut Bapak Uke sebagai salah satu pengelola Taman Kupu-Kupu Cihanjuang yaitu 3 tahun pertama Taman Kupu-Kupu melakukan berbagai macam promosi melalui berbagai media, jumlah pengunjung pun mengalami peningkatan yang cukup tinggi, tetapi ketika pihak ini mulai melepas media promosi yang ada, jumlah pengunjung pun menurun. Jumlah pengunjung pada tahun 2010 yaitu mencapai 8000 pengunjung, tahun 2011 mengalami kenaikan menjadi 10000 pengunjung, dan pada tahun 2012 mengalami penurunan menjadi 6000 pengunjung. Beliau mengatakan bahwa tidak ada yang salah dari fungsi media promosi yang telah mereka lakukan, beliau berpendapat hal ini terjadi karena kurang kuatnya *image* Taman Kupu-Kupu Cihanjuang di benak masyarakat. Untuk itu beliau pun mengungkapkan keinginan agar Taman Kupu-Kupu yang pada awalnya hanya berorientasi sebagai lokasi wisata keluarga dapat dikembangkan menjadi sebuah lokasi wisata yang berorientasi edukasi. Taman Kupu-Kupu ingin memberikan *image* yang baru, maka dari itu harus dilakukan pembenahan lokasi wisata ini.

Berdasarkan kendala yang dihadapi dan adanya keinginan Taman Kupu-Kupu dikembangkan menjadi sebuah lokasi wisata yang berorientasi edukasi, penulis mengajukan Perancangan Identitas Dan Media Informasi Taman Kupu – Kupu Cihanjuang sebagai solusinya. Perancangan Identitas Dan Media Informasi Taman Kupu –Kupu Cihanjuang dipilih sebagai solusi karena adanya keinginan pembentukan *image* baru yang merepresentasikan perubahan posisi dalam *mind frame* para *stakeholders* dan perbedaan identitas dari kompetitornya. Berikut beberapa alasan Taman Kupu-Kupu Cihanjuang melakukan Perancangan Identitas yaitu

1. Identitas dari perusahaan tersebut tidak dapat mewakili pelayanan dari perusahaan tersebut.
2. Perusahaan tersebut ingin memberikan sesuatu yang baru, berupa pembenahan dalam perusahaan.

I.2 Permasalahan

I.2.1 Identifikasi Masalah

Adapun permasalahan yang dihadapi adalah sebagai berikut :

1. Merosotnya jumlah pengunjung Taman Kupu-Kupu Cihanjuang ketika media promosi sudah tidak digunakan lagi secara maksimal oleh pihak Taman Kupu-Kupu Cihanjuang.
2. Kurang kuatnya *image* Taman Kupu-Kupu Cihanjuang sebagai salah satu lokasi wisata yang memiliki pembudidayaan kupu-kupu yang ada di Jawa Barat.
3. Adanya keinginan dari pihak pengelola Taman Kupu-Kupu Cihanjuang untuk mengembangkan lokasi wisata ini yang pada awalnya hanya sebagai lokasi wisata keluarga menjadi lokasi wisata yang berorientasi edukasi.

I.2.2 Rumusan Masalah

Bagaimana merancang identitas dan media informasi Taman Kupu-Kupu Cihanjuang dengan mengimplementasikannya terhadap media komunikasi visual sehingga dapat memperkuat *image* menjadi lokasi wisata yang berorientasi edukasi di Kabupaten Bandung ?

I.3 Fokus

Tugas akhir ini fokus pada perancangan identitas dan media informasi Taman Kupu-Kupu Cihanjuang yang akan menjadi lokasi wisata berorientasi edukasi. Taman ini berlokasi di Jalan Cihanjuang Km. 3,3 No.58 Cibaligo, Kecamatan Parongpong, Kabupaten Bandung Barat, Jawa Barat. Perancangan ini fokus pada perancangan logo, *sign system* sebagai perancangan utama Taman Kupu-Kupu Cihanjuang kemudian media pendukung yaitu *manual book* dan seragam sebagai media *alternative*. Perancangan tugas akhir ini dilakukan mulai dari Februari 2013 – Juni 2013.

I.4 Tujuan Perancangan

Menghasilkan media komunikasi visual yang dapat membantu memperkuat *image* Taman Kupu-Kupu Cihanjuang menjadi lokasi wisata yang berorientasi edukasi di Kabupaten Bandung.

I.5 Cara Pengumpulan Data

Penulis menggunakan beberapa cara mengumpulkan data yaitu

1. Pengamatan / Observasi kepada pihak dan lokasi terkait.

Mengamati lokasi wisata Taman Kupu-Kupu Cihanjuang, mengamati media penyampaiannya, perkembangan media komunikasi yang akan digunakan untuk dapat dijadikan pembanding serta dapat dikaji secara seksama dan juga sebagai referensi perancangan dalam pengerjaan tugas akhir ini.

2. Studi Pustaka

Studi pustaka dilakukan dengan mengumpulkan teori dari buku dan sumber lain. Termasuk segala sesuatu yang mengacu pada tahap analisis dan perancangan. Selain itu studi *literature* dilakukan pada perusahaan studi kasus dalam pengerjaan tugas akhir ini.

3. Wawancara

Mengadakan wawancara terbuka kepada pihak terkait yaitu pengelola untuk mengumpulkan data perusahaan dan mendalami kendala yang dihadapi sehingga bisa didapatkan solusinya.

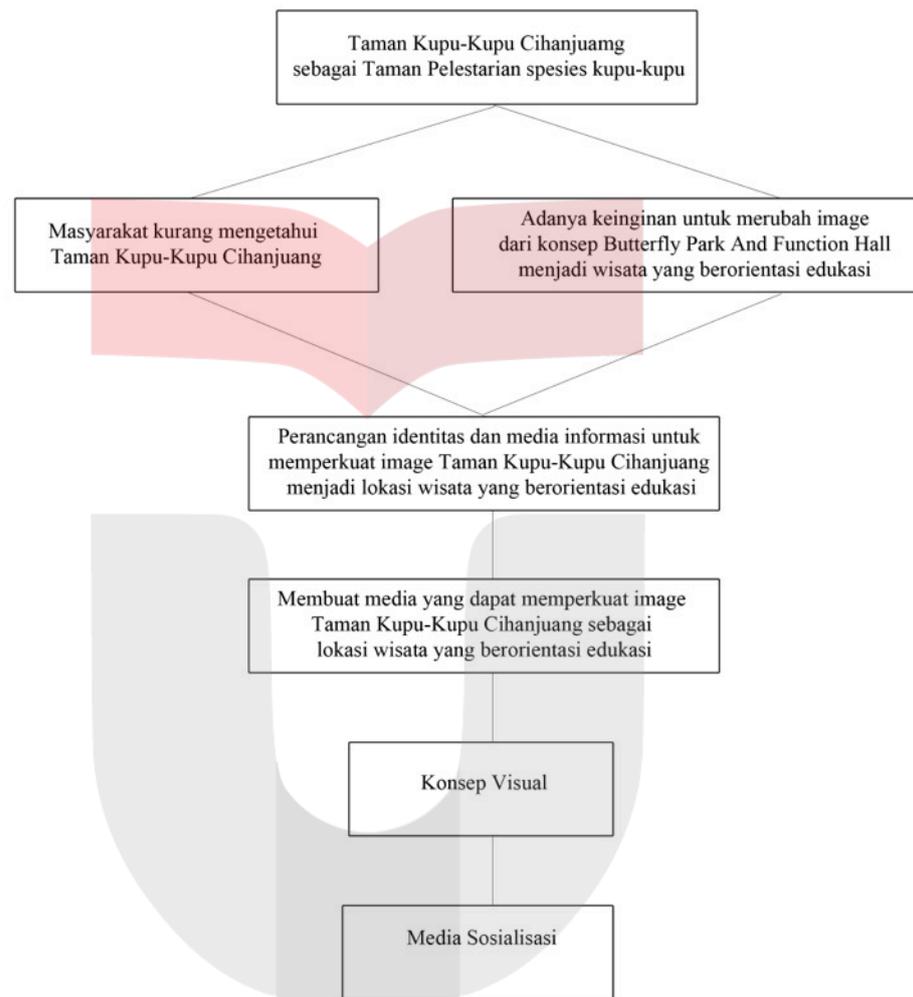
4. Kuisisioner

Kuisisioner disebarkan kepada pengunjung Taman Kupu-Kupu Cihanjuang untuk mengetahui segmentasi, *behavioristic* yang nantinya data tersebut akan membantu dalam proses perancangan desain.



Telkom
University

I.6 Kerangka Perancangan



Gambar I.1 Skema Perancangan Penelitian

Telkom
University

I.7 Pembabakan

1. BAB I PENDAHULUAN

Pada BAB I ini, penulis menjelaskan tentang sesuatu yang melatarbelakangi permasalahan, lalu diidentifikasi satu persatu agar penulis dapat mengetahui permasalahan-permasalahan yang akan dijadikan sebagai Tugas Akhir. Permasalahan sebagai batasan agar penulis fokus pada satu bahasan, menyebutkan tujuan perancangan dan cara yang digunakan dalam pengumpulan data, skema perancangan sebagai bagan konsep dalam memetakan masalah, dan yang terakhir pembabakan untuk penjelasan secara singkat mengenai tiap BAB.

2. BAB II DASAR PEMIKIRAN

Pada BAB II ini, penulis membahas mengenai teori-teori berhubungan yang digunakan sebagai dasar pemikiran sebelum melakukan perancangan. Teori-teori tersebut antara lain, teori identitas visual, teori analisa *marketing mix*, teori media, teori desain grafis, dan mendesain desain.

3. BAB III URAIAN DATA DAN ANALISIS MASALAH

Pada BAB III, penulis menguraikan serta menjelaskan secara terstruktur mengenai uraian data, artefak, dan hasil pengamatan pada objek penelitian. Membuat uraian hasil penelitian dengan menggunakan teori-teori yang dijadikan sebagai dasar pemikiran terhadap hasil survey.

4. BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN

Pada BAB IV, penulis menguraikan konsep dan hasil perancangan desain sebagai solusi untuk menyelesaikan permasalahan yang ada mulai dari sketsa sampai hasil akhir.

5. BAB V PENUTUP

Pada BAB V ini, penulis menyimpulkan dari tujuan perancangan yang telah dilakukan oleh penulis, serta saran berupa ide sebagai masukan dari permasalahan yang telah diteliti tersebut.

BAB V

PENUTUP

V.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil perancangan yang telah dilakukan pada tugas akhir ini dapat disimpulkan bahwa Perancangan identitas dan media informasi yang dilakukan pada Kupu – Kupu Cihanjuang dilakukan guna memperkuat *image* baru yaitu sebagai lokasi wisata yang berorientasi edukasi di Kabupaten Bandung. Perancangan fokus terhadap lingkungan Taman Kupu – Kupu Cihanjuang terlebih dahulu kemudian fokus pada perancangan logo dan pembentukan nama baru, perancangan *sign system* dan seragam pegawai sebagai identitas pegawai. Perancangan logo dan nama baru dilakukan sebagai bentuk perancangan identitas baru kemudian perancangan *sign system* dibuat untuk memperkuat kualitas lingkungan dan mempermudah pengunjung dalam beraktivitas juga memahami informasi-informasi edukasi tentang kupu – kupu di lokasi wisata tersebut. Kemudian pembuatan seragam bagi pegawai dilakukan guna memperkenalkan identitas baru Kupu – Kupu Cihanjuang di lingkungan wisata tersebut. Dengan dibuatnya perancangan ini diharapkan dapat menyegarkan kembali *image* Taman Kupu – Kupu Cihanjuang di benak masyarakat.

V.2 Saran

Saran penulis :

1. Setelah dilakukannya perancangan identitas dan media informasi yang berfokus pada lingkungan Kupu – Kupu Cihanjuang sebaiknya kemudian didukung oleh perancangan media promosi yang menarik, edukatif dan komunikatif guna membantu memperkenalkan kembali lokasi wisata ini sebagai Kupu – Kupu Cihanjuang *Fun Education Park* di benak masyarakat.

Saran ketika sidang akhir :

1. Buatlah judul yang spesifik sesuai dengan perancangan yang telah dilakukan.
2. Dalam membuat desain logo harus dalam bentuk satu kesatuan (*unity*) dan kriteria-kriteria lainnya juga dapat mewakili visi misi dari Taman Kupu-Kupu Cihanjuang
3. Buatlah desain hasil perancangan yang analog dengan konsep kreatif. Perbaiki desain rute pengunjung, kemudian *destination sign* yang berupa papan nama, perhatikan keseimbangan struktur *sign*.
4. Eksplorasi kembali desain seragam pegawai.



DAFTAR PUSTAKA

- Amborse, Gavin & Paul Haris. (2006). *The Visual Dictionary Of Graphic Design*. London.
- Berger, Craig M.(2005) . *Wayfinding Designing and Implementing Graphic Navigational Systems*. Switzerland : Roto Vision SA.
- Calori, Crish. (2007). *Signage and Wayfinding Design*. Canada : John Willey & Sons, Inc.
- Damaria, Anne. (2007). *Color Basic – Panduan Dasar Warna Untuk Desainer & Industri Grafika*. Jakarta : Link & Match Graphic.
- Follis, John and Dave Hammer. (1979). *Architectural Signing and Graphics*. New York : Watson Guptil Publications.
- Ismayanti. (2010). *Pengantar Pariwisata*. Jakarta : PT Gramedia.
- Kartajaya, Hermawan. (2010). *Brand Operation*. Jakarta : Essensi.
- Kusrianto, Adi. (2009). *Pengantar Desain Komunikasi Visual : Graphic Advertising Multimedia*. Yogyakarta : ANDI.
- Meuserdan, Philipp dan Daniela Pogade. (2010). *Construction and Design Manual Wayfinding and Signage*. Singapore: Page One Publishing.
- Miller, Collis et al. (1999). *Wayfinding: Effective Wayfinding and Signing Guidance for Healthcare Services*. London : NHS Estates.
- Nicolino, F Patricia. (2004). *Brand Management, First Edition*. Jakarta : Prenada.

- Oesman, Yevis Marty. (2010). *Sukses Mengelola Marketing Mix, CRM, Customer Value, Dan Customer Dependency*. Bandung : Alfabeta.
- Pitana, I Gde & I Ketut Surya Diarta. (2009). *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Yogyakarta : ANDI.
- Rahman, Arif. (2010). *Strategi Dahsyat Marketing Mix*. Jakarta : Transmedia Pustaka.
- Rosady Ruslan, S.H., M.M. (2005). *Kampanye Public Relation*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Rustan, Surianto. (2009). *Layout, Dasar & Penerapannya*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Rustan, Surianto. (2009). *Mendesain Logo*. Jakarta : Gramedia Pustaka.
- Shimp, Terence A. (2004). *Periklanan & Promosi : Aspek Tambahan Komunikasi Terpadu, Edisi Kelima*. Jakarta : Erlangga.
- Spiekermann, Eric. (2010). *Meet Your Type*. Brigham Young University : Provo Utah.
- Supriyono, Rakhmat. (2010). *Desain Komunikasi Visual – Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta : ANDI.
- Suryandi, Didih. (2006). *Promosi Efektif, Menggugah Minat & Loyalitas Pelanggan*. Yogyakarta : Tugu Publisher.
- Tjiptono, Fandy and Gregorius Chandra. (2012). *Pemasaran Strategik, Second Edition*. Yogyakarta : ANDI.

Venus, Antar. (2012). *Manajemen Kampanye : Panduan Teoritis dan Praktis dalam mengefektifkan Kampanye Komunikasi*. Simbiosis Rekatama Media

W.A. Darmaprawira, Salasmi. (2002). *Warna Teori Dan Kreativitas penggunaanya*. Bandung : ITB.

Wheeler, Alina. (2009). *Designing Brand Identity, Third Edition*. Canada : John Willey & Sons, Inc.

Sumber lain :

<http://www.290signs.com/gallery/portfolio/index.php#education> - 2 mart 2013 .
12.29

<http://www.segd.org> - 2 maret 2013 . 12.29

<http://www.apcosigns.com> - 2 maret 2013 . 12.29

[http:// graphicdesign.spokanefalls.edu](http://graphicdesign.spokanefalls.edu) - 02-06-2013, 00:14



Telkom
University