

BAB I

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang

Gunung Payung *Camp Area* merupakan objek wisata yang menyuguhkan pemandangan alam, terletak di Desa Cijati Kecamatan Cimanggu Kabupaten Cilacap. Objek wisata ini dikelola oleh Karang Taruna Dusun Garawangi Desa Cijati. Objek wisata ini baru di resmikan pada tahun 2020, sehingga perlu adanya promosi untuk meningkatkan eksistensinya di masyarakat. Desa Cijati merupakan Sebuah desa yang ada di Kecamatan Cimanggu, Kabupaten Cilacap. Desa Cijati memiliki kontur tanah berbukit-bukit yang menyerupai pegunungan, hal inilah yang membuat masyarakat menyebut bukit dengan nama gunung. Nama Gunung Payung diambil karena di puncak Gunung Payung ini terdapat pohon beringin besar. Karena pohon beringin yang terdapat di puncak tersebut memiliki daun yang lebat dan menyerupai sebuah payung, karena dapat melindungi dari panas maupun hujan. Pada area puncak tersebut juga terdapat sebuah batu yang di percaya oleh masyarakat sekitar sebagai batu keramat. Masyarakat disana menyebutnya *Mungkal Bedil* atau batu senapan, karena memiliki bentuk seperti senapan.

Gunung Payung *Camp Area* sebelumnya sudah sering di kunjungi oleh para pecinta alam, setelah ada kegiatan KKN yang di lakukan oleh Mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas Siliwangi yang di bantu oleh Karang Taruna dan masyarakat kemudian di resmikan sebagai objek wisata. Objek wisata ini kemudian di kelola oleh Karang Taruna Dusun Garawangi dan mulai dilakukan pembuatan rute, penataan tempat dan dibuat strukur organisasi. Pemerintah Desa Cijati kemudian meresmikan Gunung Payung *Camp Area* ini sebagai pariwisata di Desa Cijati. Pemerintah Desa Cijati juga berkomitmen bersama Karang Taruna Dusun Garawangi untuk memajukan objek wisata ini.

Gunung Payung *Camp Area* merupakan sebuah objek wisata baru, belum memiliki identitas visual berupa logo, warna, tipografi maupun gambar ilustrasi yang menggambarkan karakter tadi objek wisata Gunung Payung *Camp Area* ini, oleh karena itu perancangan identitas visual ini dilakukan untuk mengenalkan

karakteristik Gunung Payung *Camp Area* tersebut. Karena untuk sekarang ini objek wisata Gunung Payung *Camp Area* hanya menggunakan logo yang pengelola dapat dari salah satu situs web pencarian yang kemudian di edit. Dengan begitu dalam penulisan ini merancang identitas visual berupa logo yang diharapkan bisa menyelesaikan permasalahan yang ada.

Berdasarkan informasi dari situs Crenhouse, identitas visual, khususnya logo, memiliki peran yang sangat penting dalam memperkuat branding suatu perusahaan. Logo dapat berfungsi sebagai indikator kualitas dari sebuah brand; logo yang dikenal luas umumnya dapat merepresentasikan mutu produk atau layanan yang ditawarkan. Identitas visual ini berfungsi sebagai wujud nyata dari karakter perusahaan yang dapat diidentifikasi secara visual. Elemen ini meliputi latar belakang identitas, prinsip-prinsip utama, serta tujuan dan tekad yang mendasarinya. Elemen-elemen visual seperti warna, ilustrasi, dan tipografi adalah bagian dari karakter khas yang dihadirkan oleh institusi tersebut[1].

Logo, sebagai bagian utama dari identitas visual, memiliki peran penting dalam memberikan legalitas dan pengakuan terhadap brand perusahaan, serta mencerminkan berbagai aspek dan nilai-nilai khas yang membedakan perusahaan itu dari yang lain[3]. Dengan kehadiran logo, suatu perusahaan dapat mempertegas identitasnya dan membedakan dirinya dari kompetitor. Dengan identitas visual yang lama, Objek Wisata Gunung Payung *Camp Area* masih belum menunjukkan identitas dari Gunung Payung *Camp Area* itu sendiri. Tak hanya itu, identitas visual yang lama masih terlihat belum maksimal sebagai representasi dari objek wisata Gunung Payung *Camp Area*. Jika identitas visual dari Gunung Payung *Camp Area* tidak representatif, hal ini akan mengakibatkan dampak domino hingga menimbulkan mispersepsi di benak konsumen yang kemudian Gunung Payung *Camp Area* akan sulit untuk menjadi *top of mind* dalam usaha di bidangnya. Sehingga perancangan ulang identitas visual yang baik berupa logo ini akan membuat Gunung Payung *Camp Area* menjadi lebih mudah dikenali dan melekat di benak konsumen.

Media pendukung digunakan menyampaikan pesan kepada masyarakat berupa brosur, poster, stiker, template instagram, umbul-umbul dan booklet. Dengan

perancangan identitas visual ini diharapkan bisa mengenalkan objek wisata ini kepada masyarakat Cilacap khususnya maupun masyarakat di luar kota Cilacap.

1.2.Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penulisan ini adalah sebagai berikut:

- 1.2.1. Bagaimana perancangan identitas visual objek wisata Gunung Payung *Camp Area*?
- 1.2.2. Bagaimana pengaplikasian dari rancangan identitas visual objek wisata Gunung Payung *Camp Area*?

1.3.Tujuan Penulisan

Tujuan dari penulisan ini adalah sebagai berikut:

- 1.3.1. Untuk mengetahui perancangan identitas visual objek wisata Gunung Payung *Camp Area*;
- 1.3.2. Untuk mengetahui pengaplikasian dari rancangan identitas visual objek wisata Gunung Payung *Camp Area*.

1.4.Batasan Perancangan

Batasan-batasan masalah pada penulisan ini adalah sebagai berikut:

- 1.4.1. Perancangan identitas visual berupa logo dan membuat media pendukung lainnya yang masih berkaitan dengan objek wisata tersebut;
- 1.4.2. Batas pengaplikasian perancangan akan dibatasi di sekitaran Kabupaten Cilacap;

1.5.Manfaat Penulisan

Manfaat dari penulisan ini adalah sebagai berikut:

- 1.5.1. Manfaat bagi mahasiswa
- 1.5.2. Manfaat bagi masyarakat
 - 1.5.2.1.Menambah antusiasme masyarakat untuk mengunjungi wisata alam sebagai wisata edukasi juga;
 - 1.5.2.2.Secara tidak langsung membantu masyarakat dalam menaikkan perekonomian di Desa Cijati khususnya;
 - 1.5.2.3.Secara tidak langsung mengelola sumber daya alam yang di Desa Cijati

1.5.3. Manfaat bagi institusi

1.5.3.1. Sebagai sumber referensi khususnya dalam membuat identitas visual yang benar;

1.5.3.2. Sebagai acuan dan pelopor untuk pengembangan penulisan selanjutnya;

1.5.3.3. Memberikan kontribusi positif guna mendukung visi institusi dalam bidang pariwisata.