

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Setiap orang yang memiliki segudang aktifitas rutin dan terkadang sangat sulit menemukan waktu untuk menenangkan serta menyegarkan pikiran dan tubuh mereka. Kegiatan yang wajib dilakukan setiap orang ini berlangsung terus menerus setiap hari, sehingga rasa jenuh sudah menjadi sesuatu yang pasti datang melanda. Sehingga tidak sedikit dari mereka yang mengalami depresi atau *stress* yang tentunya akan berdampak buruk, tidak hanya bagi dirinya sendiri, melainkan juga bagi orang lain yang ada disekitarnya. Oleh sebab itu, dibutuhkan suatu kegiatan dimana setiap kewajiban yang rutin dijalani tidak dikerjakan sama sekali, sebut saja dengan hiburan atau liburan, dimana tubuh dan pikiran dapat menjadi segar. Berbagai macam hiburan dapat dilakukan setiap individu, tergantung dari masing-masing individu, seperti contohnya *traveling*, menonton film, mendatangi kawasan wisata atau hanya bepergian ke *mall*. Namun, banyak orang dewasa yang sudah berkeluarga dan sudah memiliki anak akan memilih untuk mengunjungi kawasan wisata (*playpark*) sebagai sarana hiburan bagi dirinya dan juga anak-anaknya.

Di daerah Jawa Barat khususnya Ciamis, ada kawasan wisata keluarga yang sudah 5 tahun berdiri yaitu ICAKAN. Memiliki sebutan Mega Wisata Indonesia ICAKAN, tentunya sudah terbayang bagi siapapun yang membacanya bahwa kawasan wisata ini adalah kawasan wisata terbesar di Ciamis saat ini. Hadirnya ICAKAN menjadi salah satu alasan sedang berkembangnya Kota Ciamis dimana tempat hiburan seperti ini masih sangat jarang.

ICAKAN sendiri bertempat di Sukamulya, Baregbeg, Ciamis, terletak di Kaki Gunung Syawal dengan danau buatan dan perbukitannya, memiliki luas yang kurang lebih hampir 70 Ha dan baru digunakan sebanyak 30%. Lokasi Icahan yang terletak di Kaki Gunung Syawal ini menjadikan Icahan sebagai kawasan wisata

yang asri dan indah dengan konsep alam yang juga di dalamnya terdapat berbagai wahana untuk dinikmati setiap anggota keluarga. Seperti contohnya Wahana Air yang terdiri dari Taman Air Bermain, Kolam Ombak, dan Kolam Arus, kemudian ada Wahana Sepeda Air, *Flying Fox*, *Monster Rat*, ada juga Saung Bambu, dan Gazebo yang dapat disewa untuk berbagai acara.

Baru-baru ini ICAKAN mengubah konsep kawasan wisatanya dengan aturan-aturan yang diambil dari penerapan Agama Islam. Beberapa contohnya adalah pemisahan jadwal berenang di setiap Wahana Air antara perempuan dan laki-laki di atas usia 9 tahun, hal ini untuk menjaga setiap aurat pengunjungnya agar tidak dilihat oleh orang yang bukan mukhrimnya, sehingga terbagilah dua jadwal berenang yaitu Minggu-Jumat jadwal untuk perempuan dan Sabtu untuk laki-laki. Selain itu, diterapkan juga peraturan yang melarang pengunjungnya untuk berfoto berdua dengan lawan jenis yang bukan mukhrimnya, termasuk juga peraturan dilarangnya melakukan kegiatan foto *pre-wedding* di sekitar area ICAKAN. Dapat dikatakan bahwa perubahan konsep yang berpengaruh terhadap penerapan peraturan yang dilakukan oleh ICAKAN ini sangat mendadak, sehingga banyak calon pengunjung yang kecewa atas kebijakan baru ICAKAN.

Bergantinya konsep ICAKAN ini tidak diterapkan pada logo ICAKAN, sedangkan menurut I.G.A. Anom dalam Yudistira, 2012, logo itu sendiri adalah sebuah simbol organisasi, sebuah perancangan visual (*image*) pertama pada suatu perusahaan dalam memperlihatkan visi, misi, tujuan, dan konsep perusahaan kepada target sasaran. Hal ini membuat ICAKAN mengalami ketidak-selarasan antara konsep dengan logo yang dimiliki. Padahal keselarasan konsep dengan logo ini akan mempengaruhi segala konsep desain yang akan digunakan oleh ICAKAN. Seperti misalnya *stationery*, *branding*, *signage*, dan *placemaking*. Hal ini dilakukan untuk memperkuat *image* ICAKAN agar citra Kawasan Wisata Syariah pun dirasakan oleh target sasaran.

Dapat dikatakan juga bahwa ICAKAN belum berhasil membangun citra Kawasan Wisata yang Syariah. Selain itu, *placemaking* di Kawasan Wisata ICAKAN juga tidak mengalami perubahan. Sehingga suasana yang dirasakan

pengunjung tidak berbeda dengan suasana sebelum ICAKAN berganti konsep. Hal ini sangat disayangkan karena apabila dikaitkan dengan kebiasaan masyarakat di zaman sekarang yang senang berfoto kemudian membagikannya ke media sosial yang bertujuan untuk menunjukkan kepada teman atau kerabatnya sesuatu hal yang baru, sangatlah penting untuk membuat suasana atau *placemaking* yang unik.

Namun hal ini harus tetap disesuaikan dengan konsep perusahaan itu sendiri, karena hal ini dapat mendorong keinginan seseorang untuk berfoto pada tempat dengan suasana yang unik. Sehingga dapat memancing rasa keingintahuan target sasaran lain mengenai tempat yang diunggah oleh teman atau kerabatnya tersebut. Secara tidak langsung, hal ini sebagai strategi promosi.

Pada kasus ini, *placemaking* dapat membantu suatu perusahaan dalam memperkuat citra yang baru dibangun, dan suasana yang baru dibuatpun dapat langsung dirasa oleh target sasaran. Akibat dari tidak diperbaharuinya *placemaking* ICAKAN yang sesuai dengan konsep baru ini, sedikitnya dapat mempengaruhi tingkat intensitas pengunjung seperti yang diakui oleh Bapak Gurun selaku Manager ICAKAN yang mengatakan bahwa kedatangan pengunjung menurun sejak diterapkannya konsep serta kebijakan-kebijakan baru.

Berdasarkan permasalahan yang sudah dijabarkan di atas, maka dari itu perlu dilakukan perancangan ulang pada logo ICAKAN yang tentunya akan disesuaikan dengan konsep barunya sehingga konsep ini akan menjadi keunggulan serta pembeda dengan kawasan wisata lainnya. Kemudian langkah selanjutnya yaitu perancangan *placemaking* di Kawasan Mega Wisata ICAKAN, jika diingat peranannya sangat penting yaitu untuk menciptakan suasana ICAKAN yang baru dan unik sehingga mendorong para pengunjung untuk berfoto kemudian mengunggahnya di media sosial pribadi, sehingga dapat membantu ICAKAN dalam mempromosikan Kawasan Wisatanya yang sudah berganti konsep. Selain itu, sebagai kawasan objek wisata keluarga, tentunya pihak ICAKAN haruslah mempertahankan eksistensi ICAKAN sebagai Kawasan Mega Wisata untuk keluarga terbesar di Ciamis dan sekitarnya.

## 1.2 Permasalahan

### 1.2.1 Identifikasi Masalah

Setelah menyimak penjabaran latar belakang di atas, diidentifikasi permasalahan sebagai berikut :

- a. Terdapat perubahan konsep ICAKAN secara visual.
- b. Logo tidak ada ciri khas dan belum mendukung konsep baru yang sudah diterapkan.
- c. Belum terwujudnya nuansa dengan konsep islami yang diterapkan pada area Kawasan Wisata ICAKAN.

### 1.2.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada identifikasi masalah yang ada di Kawasan Mega Wisata Indonesia Icahan, maka rumusan masalahnya yaitu sebagai berikut:

Bagaimana merancang ulang logo serta merancang *placemaking* untuk Kawasan Wisata ICAKAN, agar ciri khas dari konsep baru ini sangat dirasakan oleh pengunjung?

## 1.3 Ruang Lingkup

Ruang lingkup pada perancangan ini adalah identitas visual yang diterapkan pada *placemaking* di Kawasan Mega Wisata Indonesia Icahan, dengan rentang waktu Januari – Juni 2017. Pengambilan data kuesioner diperoleh dengan mengambil data responden wilayah Ciamis dan sekitarnya yang pernah mengunjungi ICAKAN, dengan pengumpulan data kurang lebih selama 1 minggu. Perancangan ulang logo pada Kawasan Mega Wisata Indonesia ICAKAN akan disesuaikan dengan konsep baru yang sudah lebih dulu diterapkan pada setiap peraturan, kemudian dibuatlah *placemaking* untuk menciptakan suasana yang tentunya akan membawa dampak positif bagi ICAKAN serta para pengunjung.

## 1.4 Tujuan Perancangan

Tujuan perancangan ini adalah merancang ulang logo dari Kawasan Mega Wisata Indonesia ICAKAN Ciamis dan diterapkan pada *placemaking* sehingga dapat membantu pihak ICAKAN dalam mewujudkan kawasan wisata sesuai dengan konsep yang diinginkan dan terasa perbedaan suasananya dengan kawasan wisata lain.

## 1.5 Cara Pengumpulan Data dan Analisis

### a. Studi Pustaka

Suatu proses peneliti dalam membaca buku supaya referensi yang ada semakin luas dan untuk mengisi *frame of mind* itulah yang disebut studi pustaka. Studi pustaka juga dapat memperkuat perspektif yang kemudian dapat diletakkan di dalam konteks (Soewardikoen, 2013:6). Studi pustaka yang dilakukan adalah dengan membaca dan mengumpulkan teori-teori yang relevan, baik itu dari buku, jurnal, atau laporan dengan perancangan yang akan dilaksanakan seperti teori Identitas Visual, teori *Environmental Graphic Design*, teori warna, teori layout pada signage, teori tipografi, dan hadist mengenai gambar dalam pandangan Islam.

### b. Observasi/Pengamatan

Metode observasi yaitu metode yang digunakan untuk mengamati suatu lingkungan, seseorang atau situasi secara rinci, serta mencatatnya secara tepat dengan beberapa cara yang ada (Rohidi, 2011:87). Penulis melakukan metode observasi ini dengan cara mengamati keadaan serta situasi dan mengambil beberapa sampel foto di Kawasan Mega Wisata Indonesia ICAKAN dengan menggunakan *smartphone*.

### c. Wawancara

Wawancara yaitu teknik yang dilakukan untuk mendapatkan informasi mengenai kejadian yang oleh peneliti tidak dapat diamati secara langsung, baik karena peneliti tidak diperbolehkan hadir di tempat kejadian itu ataupun karena

tindakan atau peristiwa yang terjadi di masa lampau (Rohidi, 2011:208). Sedangkan untuk wawancara terstruktur ialah kegiatan wawancara dengan menggunakan daftar pertanyaan tertulis yang sudah direncanakan sebelumnya oleh pewawancara kemudian langkah selanjutnya adalah mengajukan daftar pertanyaan tersebut kepada setiap narasumber dengan urutan yang sama (Soewardikoen, 2013:22). Penulis melakukan pengumpulan data dan informasi ini dengan mewawancarai pengelola atau pihak Icaikan yang berwenang, serta wawancara ahli yang relevan dengan topik tugas akhir ini, dengan memberikan beberapa pertanyaan yang dibutuhkan dan sesuai dengan tujuan perancangan ini.

#### d. Kuesioner

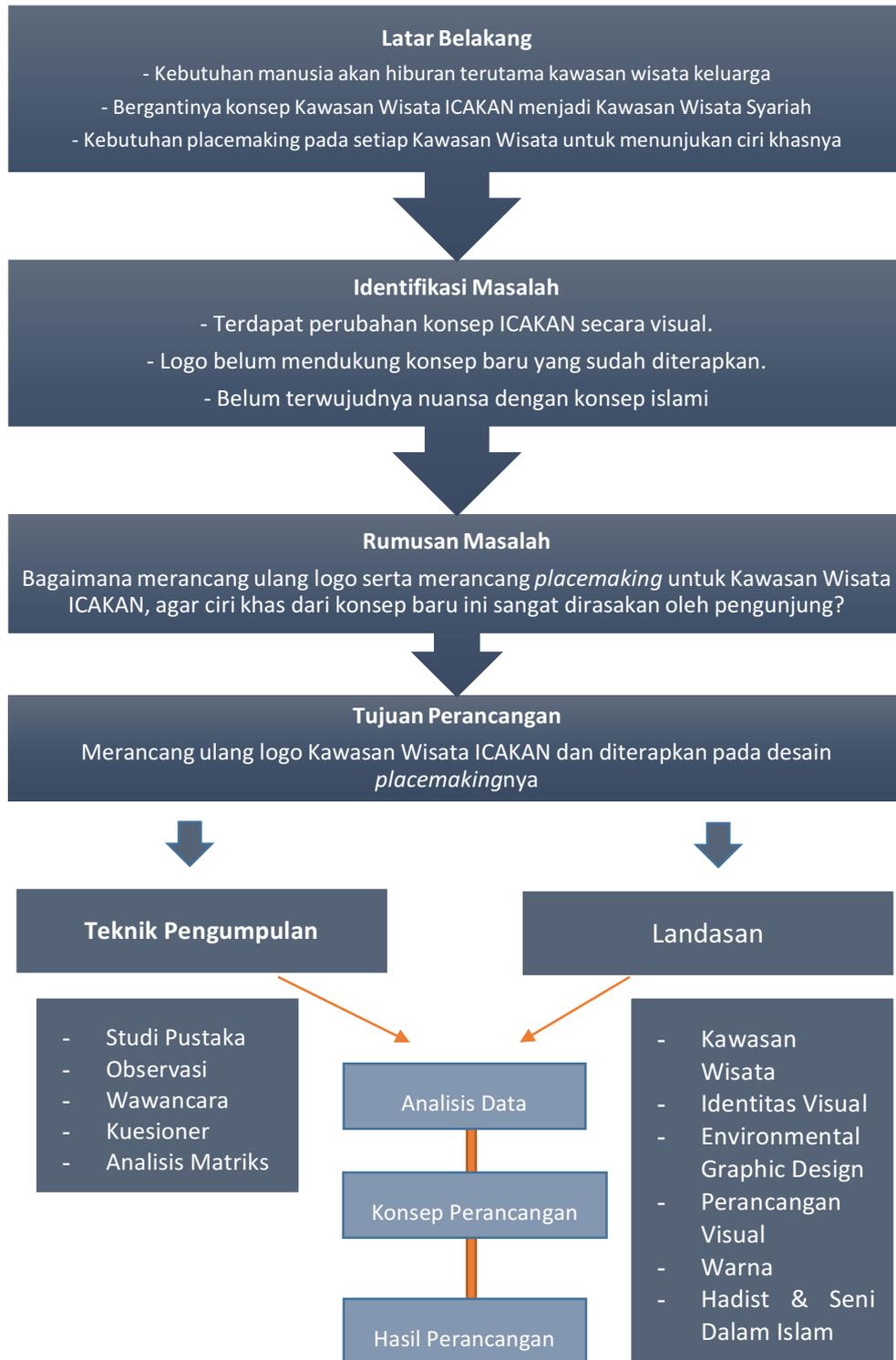
Suatu kuesioner ditujukan kepada pemirsa sebagai target sasaran, terdiri dari sekelompok orang-orang dalam jumlah yang besar. Data yang diinginkan dari target sasaran yaitu dapat berupa keinginan atau kecenderungan, dapat juga reaksi target sasaran pada suatu media yang disebar. Dalam memperoleh data dari target sasaran yang berjumlah banyak bisa digunakan kuesioner dengan memilih sampel dari populasi (Soewardikoen, 2013:15). Kuesioner ini dilakukan dengan cara pengumpulan data dan informasi dari responden yang pernah mengunjungi Kawasan Mega Wisata Indonesia ICAKAN Ciamis, dengan memberikan beberapa pertanyaan singkat yang sesuai dengan topik penelitian. Penyebaran kuesioner ini dilakukan secara *online* menggunakan *Typeform* yang disebar kepada orang-orang yang sudah pernah mengunjungi ICAKAN, kemudian melakukan *cross tab* pada setiap pernyataan.

#### e. Analisis Matriks

Analisis matriks adalah membandingkan dengan cara menjajarkan atau bisa juga disebut dengan *juxtaposition*. Apabila suatu obyek visual dijajarkan dan dinilai dengan menggunakan satu tolok ukur yang sama maka akan terlihat perbedaannya antara satu obyek dengan obyek pembandingnya, sehingga perbedaan gaya gambar dan genre setiap obyek dapat terlihat (Soewardikoen, 2013:50). Dalam analisis matriks ini, penulis melakukannya dengan cara menganalisis *brand identity* serta

*placemaking* yang merupakan dokumentasi pribadi dari beberapa kawasan wisata di daerah Bandung yang sudah dipilih kemudian dibandingkan menggunakan teori-teori analisis seperti analisis konten, dan analisis visual.

## 1.6 Kerangka Perancangan



Gambar 1. 1 Skema Perancangan

(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

## **1.7 Pembabakan**

### **Bab I : Pendahuluan**

Bab ini berisikan latar belakang, identifikasi dan rumusan masalah yang diambil oleh penyusun, tujuan dari penelitian yang dilakukan penyusun, teknik pengumpulan data yang diterapkan oleh penyusun, kerangka penelitian dan pembabakan dari bab-bab dalam laporan ini.

### **Bab II : Dasar Pemikiran**

Menjelaskan teori atau dasar pemikiran apa yang akan dipakai sebagai pijakan untuk menganalisis atau menguraikan masalah yang diteliti.

### **Bab III: Data dan Analisis Masalah**

Memaparkan data-data yang didapatkan dari hasil survey yang dilakukan serta analisis yang digunakan oleh penyusun.

### **Bab IV: Konsep dan Hasil Perancangan**

Bab ini memaparkan berbagai konsep seperti contohnya konsep pesan, konsep kreatif, konsep visual dll. Selain itu menampilkan hasil perancangan yang dibuat oleh penyusun.

### **Bab V : Penutup**

Bab ini berisikan tentang kesimpulan dari laporan perancangan yang dibuat oleh penyusun. Penyusun juga menyertakan saran apabila ada ide atau solusi dari permasalahan. Di akhir bab ini, disertakan pula daftar pustaka, dan lampiran.