



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Setiap daerah memiliki wisata yang menjadi destinasi yang menarik bagi wisatawan, salah satunya yaitu Provinsi Banten. Dinas Pariwisata terus memacu potensi wisata di Provinsi Banten dan memperkenalkan Banten bahwa terdapat berbagai keragaman wisata, yaitu wisata alam, budaya, sejarah, kuliner, agro wisata, MICE, wisata buatan dan industri kreatif. Dadang Rizki Ratman selaku Deputi Pengembangan Destinasi dan Industri Pariwisata Kemenpar RI mengatakan bahwa rumus penting promosi dalam memperkenalkan Banten adalah *branding*, *advertising*, dan *selling*, seperti yang dilansir pada www.bantennews.co.id.

Kota Tangerang sebagai salah satu kota di dalam provinsi Banten memiliki potensi yang baik untuk dijadikan destinasi wisata. Menurut sumber tangerangkota.go.id, Raden Rizal Ridholloh selaku Kepala Bidang Pariwisata Kota Tangerang mengatakan bahwa wisatawan meningkat dari tahun ke tahun mencapai 20%, pada tahun 2017 hingga bulan Juli sudah tercatat 506.207 pengunjung yang datang ke kota Tangerang. Data dalam Badan Pusat Statistik Kota Tangerang menghitung bahwa presentase kedatangan wisatawan pada tahun 2016 mengalami kenaikan, yaitu jumlah wisatawan mancanegara mencapai 32,7% dan wisatawan domestik mencapai 67, 2%.

Salah satu hal yang dapat dijadikan wisata adalah dengan melakukan hobi atau hal yang disukai. Hobi bukan hanya untuk menghilangkan penat, tetapi juga menjadikan tubuh dan pikiran sehat. Seperti yang dikutip dalam www.kompas.com, Matthew Zawadzki, *assistant professor of psychology* di University of California, menganalisis tingkat stress dari 115 orang dan menghasilkan kesimpulan bahwa seseorang yang melakukan hobinya memiliki tingkat stress yang lebih rendah. Banyak tempat yang dijadikan tempat untuk menyalurkan hobi dan sebagai tempat rekreasi bersama keluarga maupun individu. Salah satunya adalah wilayah Tangerang Selatan di daerah Kampung Sengkol, Setu, Banten yang bernama Lubana Sengkol.

Lubana Sengkol merupakan tempat pemancingan berbagai ikan, tempat makan yang terdapat pondok-pondok di dalamnya, dan *outbound* bagi seluruh kalangan dari anak-anak hingga dewasa. Wisata ini sudah ada kurang lebih selama 10 tahun dan dibuka setiap harinya Senin hingga Minggu. Tempat ini cocok sekali untuk rekreasi bagi keluarga, komunitas, dan para penikmat memancing ikan. Keunggulan Lubana Sengkol dari beberapa tempat pemancingan di Tangerang adalah koleksi ikan yang beragam, adanya ikan *monster fish*, yang bahkan di Tangerang hanya wisata ini yang memilikinya. Fasilitas yang lengkap dan pemeliharaan yang baik menjadi nilai plus bagi wisata ini. Selain itu, suasana yang diberikan masih asri, terdapat banyak tanaman disekitar pondok-pondok yang akan menambah kesejukan saat berkunjung ke Lubana Sengkol. Harga pun terjangkau baik dari segi kenyamanan hingga makanan.

Identitas suatu tempat dapat terlihat pertama kali dari logonya, logo dibuat bukan hanya sebagai simbol perusahaan melainkan dapat mencerminkan tempat dan kepercayaan dalam waktu singkat, mudah diingat, mengesankan, berciri khas dan tidak terlalu rumit (Supriyono, 2010). Penulis melakukan observasi ke lapangan dan mendapatkan ketidak konsistennan dalam penggunaan logo dan kesalahan dalam penempatan logo. Setelah melakukan wawancara, sebagian masyarakat yang sudah ke Lubana pun tidak mengenal logo dan tidak memahami bahwa logo tersebut merupakan wisata Lubana Sengkol. Penulis telah melakukan penyebaran kuesioner dan telah terkumpul 172 responden. 93 responden mengatakan bahwa logo terlihat seperti pantai, dan 44 responden mengatakan bahwa terlihat seperti tempat penginapan.

Maka dibutuhkan sebuah perancangan identitas visual yang termasuk didalamnya yaitu logo, hal ini juga didukung dengan keinginan dari wisata Lubana Sengkol untuk mengubah logo dan konsep baru sehingga Lubana Sengkol dapat menjadi tempat wisata yang ingin dikunjungi, adanya konsistensi dalam menggunakan logo, identitas dapat lebih merepresentasikan wisata Lubana Sengkol sehingga masyarakat tidak bingung, dan masyarakat dapat langsung mengenal Lubana Sengkol hanya dengan melihat logonya saja.

1.2. Rumusan Masalah

Bagaimana merancang ulang identitas visual yang baik pada wisata Lubana Sengkol di Tangerang ?

1.3. Batasan Masalah

Ruang lingkup pembahasan akan dibatasi pada:

1. Target sasaran adalah dewasa laki-laki maupun perempuan, berumur 25-35 tahun.
2. Memiliki penghasilan sendiri dan berkeluarga dengan kategori menengah, sesuai dengan Bank Dunia yang mengatakan bahwa masyarakat dengan penghasilan di atas 6 juta dan pengeluaran 3 juta hingga 5 juta perbulannya.
3. Difokuskan untuk daerah Tangerang.
4. Psikografis dari penelitian ini adalah masyarakat yang suka melakukan rekreasi bersama keluarga, komunitas, mencintai alam, petualang, dan memiliki hobi memancing.
5. Objek pembahasan dalam perancangan identitas visual ini terkonsentrasi pada beberapa bahasan yaitu dengan memperkuat identitas visual dan merepresentasikan wisata Lubana Sengkol dengan riset melalui sejarah terbentuknya Lubana Sengkol, penggunaan nama Lubana Sengkol, jumlah pengunjung, lokasi Lubana Sengkol, apa saja yang ditawarkan di Lubana Sengkol ini (suasana), dan bagaimana pendapat masyarakat mengenai Lubana Sengkol.

1.4. Tujuan Tugas Akhir

Tujuan dari tugas akhir ini adalah merancang identitas visual yang baik untuk memperkuat identitas Lubana Sengkol sehingga dapat menjadi tempat wisata yang ingin dikunjungi, adanya konsistensi dalam menggunakan logo, identitas dapat lebih merepresentasikan wisata Lubana Sengkol sehingga masyarakat tidak

bingung, dan masyarakat dapat langsung mengenal Lubana Sengkol hanya dengan melihat logonya saja.

1.5. Manfaat Tugas Akhir

Manfaat dari penelitian Tugas Akhir ini adalah :

1. Bagi penulis

Dapat mengembangkan diri dan memberikan ilmu-ilmu yang sudah didapat selama berkuliah di Universitas Multimedia Nusantara dengan menghasilkan karya yang berhubungan dengan jurusan Desain Grafis.

2. Bagi orang lain dan instansi yang terkait

Dengan adanya sebuah karya ini, dapat memajukan tempat wisata baik dari segi promosi maupun inovasi didalamnya, memberikan dampak dalam menaikkan jumlah pengunjung, dan bagi masyarakat yang berkunjung mendapatkan manfaatnya (edukasi maupun rekreasi).

3. Bagi universitas

Dapat memberikan referensi baru mengenai identitas visual wisata alam bagi mahasiswa yang akan mengambil topik hal serupa kedepannya.

U M N
U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A