

## BAB I

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 1.1 Latar Belakang

Bengkayang merupakan salah satu Kabupaten di Kalimantan Barat yang memiliki berbagai kekayaan alam yang beragam mulai dari pegunungan, air terjun, hingga pantai (bengkayangkab.go.id, 2023). Berdasarkan wawancara yang dilakukan penulis dengan Sekretaris Dinas Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata (DISPORAPAR), Bengkayang memiliki *tagline* yaitu “negeri 1000 riam”, *tagline* tersebut merupakan gambaran dari kabupaten Bengkayang yang memiliki banyak riam. Salah satu riam yang telah diresmikan sebagai tempat wisata yaitu, wisata Riam Merasap. Riam Merasap berada di Desa Segonde Batang Air, Kecamatan Sanggau Ledo. Dari wawancara yang telah dilakukan penulis, Riam Merasap telah resmi menjadi tempat wisata dari awal Covid-19 tepatnya di tahun 2020.

Riam Merasap memiliki keindahan air terjun setinggi 20 meter dengan bentuk yang menyerupai tirai, hingga dijuluki sebagai miniatur Niagara yang ada di Kalimantan Barat oleh para pengunjung dan juga penduduk setempat, Riam Merasap juga dikelilingi oleh hutan yang asri. Selain keindahan alam, Riam Merasap menyediakan beberapa kegiatan yang dapat dinikmati oleh pengunjung seperti, *rafting* dan *camping* serta memiliki legenda yang juga menjadi salah satu daya tarik dari Riam Merasap yaitu, legenda kura-kura putih yang merupakan cerita yang dipercaya oleh masyarakat sekitar sebagai kisah dibalik terbentuknya Riam Merasap. Sehingga, Riam Merasap menjadi salah satu air terjun yang memiliki potensi besar sebagai tujuan wisata.

Namun, berdasarkan hasil wawancara dan observasi yang telah dilakukan oleh penulis ditemukan bahwa, Riam Merasap tidak memiliki identitas visual seperti, logo, supergrafis, *font*, hingga warna. Hal tersebut menyebabkan tampilan visual dari media yang dimiliki Riam Merasap seperti media sosial, *signage*, *wayfinding*, hingga *price sign* yang tidak konsisten dan tidak menunjukkan satu kesatuan dalam desain sehingga tidak menampilkan

identitas dari Riam Merasap. Hal ini dapat dilihat dari penggunaan jenis *font* yang berbeda di setiap media yang ada di Riam Merasap hingga elemen visual yang digunakan seperti penggunaan elemen grafis yang berbeda di setiap media yang dimiliki Riam Merasap.

Selain itu, wisata Riam Merasap juga pernah mengalami penutupan wisata secara permanen sehingga wisatawan tidak bisa berkunjung hingga menyebabkan meredupnya wisata Riam Merasap. Hal tersebut mengakibatkan kurangnya minat serta jumlah wisatawan yang mengunjungi wisata Riam Merasap jika dibandingkan dengan wisata riam lain. Padahal Riam Merasap memiliki banyak keunggulan jika dibanding dengan kompetitornya salah satunya yaitu, *landscape* air terjun yang dimiliki oleh Riam Merasap. Landa (2014), pada bukunya *Graphic Design Solutions* menyampaikan bahwa, tujuan yang paling mendasar dari identitas visual yaitu, untuk mengidentifikasi, membedakan, membuat *brand* dapat bersaing, serta meningkatkan kepercayaan terhadap suatu merek *brand*. Oleh karena itu, tidak adanya identitas visual yang dapat mencerminkan *value* yang dimiliki oleh Riam Merasap menjadi salah satu penyebab wisata Riam Merasap tidak dapat bersaing dengan kompetitor, dan menyebabkan tidak adanya pembeda antara Riam Merasap dengan riam lain. Seperti dari hasil wawancara yang dilakukan dengan Ketua POKDARWIS Riam Merasap yang mengatakan bahwa terdapat beberapa pengunjung yang tidak bisa membedakan antara Riam Merasap dan Riam Berasap.

Berdasarkan Wheeler (2018) di bukunya *Designing Brand Identity* menyampaikan bahwa terdapat enam alasan dalam membuat perancangan identitas visual. Untuk wisata Riam Merasap terdapat dua alasan Riam Merasap membuat Identitas Visual. Menurut Wheeler (2018), alasan dalam melakukan perancangan identitas visual yaitu untuk menciptakan sistem yang terintegrasi dan pada saat sebuah *brand* ingin melakukan revitalisasi identitas dari suatu *brand*, hal tersebut dilakukan ketika *brand* tidak menampilkan visual secara konsisten, dan pada saat kompetitor lebih unggul dibandingkan dengan *brand* tersebut sehingga kalah bersaing. Seperti tampilan visual yang tidak konsisten

dari media yang dimiliki oleh Riam Merasap, serta posisi kompetitor Riam Merasap yang lebih unggul sehingga Riam Merasap kalah bersaing.

Oleh karena itu, melalui permasalahan yang ada, solusi yang dapat diberikan oleh penulis, yaitu dengan membuat perancangan identitas visual untuk wisata Riam Merasap. Perancangan identitas visual ini dapat bermanfaat bagi Riam Merasap dalam menyampaikan *value* yang dimiliki Riam Merasap sebagai tempat wisata, membangun konsistensi tampilan visual dari berbagai media serta dapat membantu Riam Merasap untuk bersaing dengan kompetitornya.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan masalah dari perancangan ini adalah bagaimana perancangan identitas visual Riam Merasap Kabupaten Bengkayang Kalimantan Barat?

## **1.3 Batasan Masalah**

Penulis melakukan batasan agar dapat memfokuskan permasalahan menjadi lebih spesifik, dengan batasan masalah sebagai berikut:

### **1.3.1 Demografis**

- Usia : 25–34 tahun (generasi millennial);

25–34 tahun dipilih sebagai target usia dari perancangan identitas visual, karena berdasarkan statistik wisatawan nusantara 2021 sebanyak 42,91% wisatawan nusantara merupakan masyarakat yang berumur 25–34 tahun. Selain itu, Ali (2017), millennial merupakan generasi yang lahir dari 1980 hingga 2000-an. Sehingga 25–34 tahun termasuk dalam kategori generasi millennial. Alasan penulis memilih generasi millennial, karena berdasarkan informasi yang didapatkan penulis melalui survei yang dilakukan oleh Skift mengenai *Millennials Embrace Yolo, Prefer All-Inclusive, & Romantic Vacation* dalam Sofronov (2018), ada sebanyak 55% generasi millennial melakukan perjalanan atau *traveling* dengan tujuan untuk mengatasi stress

yang ada baik karena kesibukan sehari-hari, pekerjaan, hingga relasi. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa generasi milenial merupakan generasi dengan kebutuhan *traveling* tinggi dengan rentang umur 25–34 tahun.

- Jenis Kelamin : Laki-laki dan perempuan;
- SES : A–B;

Pemilihan SES A–B sebagai target dari perancangan identitas visual ini, karena berdasarkan data yang didapatkan oleh penulis dari riset yang dilakukan oleh Indonesia Data menyatakan bahwa biaya pengeluaran SES A di atas Rp 5.000.000, dan SES B sekitar Rp 3.000.000 – Rp 5.000.000. Kemudian, berdasarkan statistik wisatawan nusantara tahun 2021, pengeluaran wisatawan saat mengunjungi tempat wisata pada tahun 2021, yaitu mencapai Rp 2.400.630. Oleh karena itu, berdasarkan data yang telah didapatkan bisa disimpulkan bahwa SES A–B merupakan target sasaran yang tepat untuk perancangan identitas visual wisata Riam Merasap.

- Pendidikan Minimal : SMA.

### **1.3.2 Geografis**

Target demografis dari perancangan Identitas Visual wisata Riam Merasap yaitu, masyarakat Kalimantan Barat, terutama yang berada di luar daerah Kabupaten Bengkayang;

### **1.3.3 Psikografis**

- Seseorang yang senang melakukan perjalanan wisata alam;
- Seseorang yang senang eksplorasi alam;
- Wisatawan yang senang mendapatkan pengalaman baru dan alternatif tempat wisata.

## **1.4 Tujuan Tugas Akhir**

Berdasarkan rumusan masalah yang ada tujuan dari pelaksanaan tugas akhir ini, yaitu untuk merancang identitas visual wisata Riam Merasap.

## **1.5 Manfaat Tugas Akhir**

Manfaat yang bisa didapatkan lewat perancangan identitas visual wisata Riam Merasap sebagai berikut :

### **1.5.1 Bagi Penulis**

Melalui perancangan identitas visual wisata Riam Merasap ini diharapkan dapat membantu meningkatkan kemampuan serta pemahaman penulis mengenai desain grafis khususnya dalam perancangan identitas visual, serta menjadi pengalaman baru bagi penulis dalam mengaplikasikan ilmu yang sudah dipelajari selama masa pembelajaran.

### **1.5.2 Bagi Orang lain**

Melalui perancangan identitas visual wisata Riam Merasap ini diharapkan dapat digunakan baik sebagai sumber informasi maupun sebagai referensi dalam melakukan perancangan identitas visual suatu *brand*.

### **1.5.3 Bagi Universitas**

Dengan perancangan identitas visual wisata Riam Merasap ini penulis berharap dapat digunakan sebagai referensi bagi mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara yang sedang menjalani mata kuliah tugas akhir maupun bagi mahasiswa yang sedang menjalani proyek dengan pembahasan yang serupa.

### **1.5.4 Bagi Wisata Riam Merasap**

Melalui perancangan identitas visual wisata Riam Merasap ini diharapkan dapat memiliki identitas visual yang dapat menyampaikan nilai-nilai, visi, serta misi yang dimiliki oleh wisata Riam Merasap.

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA