

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Wisata edukasi merupakan agenda perjalanan wisata untuk pengunjung, terutama anak-anak, dengan tujuan memperoleh pengetahuan secara langsung di tempat wisata yang didatangi (Priyanto et. al., 2018). Dikutip dari situs jateng.antaraneews.com, Chusmeru, seorang pengamat pariwisata dari UNSOED, menyatakan bahwa wisata edukasi merupakan media hiburan sekaligus pembelajaran untuk memupuk rasa ketertarikan pengunjung kepada flora, fauna, hingga warisan budaya (Antaraneews Jateng, 2023). Dengan alasan tersebut, Chusmeru menambahkan bahwa pelaku usaha merupakan salah satu pihak yang memiliki peranan penting dalam meningkatkan daya tarik wisata edukasi, mulai dari konsep program yang dijalankan, fasilitas, hingga tampilan visual atau promosi yang baik di media sosial. Mahfuzhoh (2020) pun menyebutkan jika salah satu tujuan wisata edukasi yang dapat dijadikan sebagai alternatif wisata untuk anak adalah kebun binatang. Lebih lanjut, kini wisata edukasi yang mengambil konsep pengenalan hewan tersebut semakin menjamur (Kholifah, 2022).

BFC Mini Farm adalah salah satu wisata edukasi hewan yang berada di Tangerang Selatan, Banten. Pada mulanya, tempat wisata edukasi ini hanyalah sebuah bangunan peternakan tempat memelihara lobster air tawar, landak mini, dan kelinci. Dikutip dari situs infobintaro.com, pemilik BFC Mini Farm mengawali usahanya dengan budidaya lobster air tawar, memberikan pelatihan, dan menjual hasilnya kepada pemilik restoran (Bonnie, 2017). Pada tahun 2010, tempat ini dibuka untuk umum yang ingin berwisata melihat keragaman fauna. Keunikan dari BFC Mini Farm adalah edukasi budidaya hewan berukuran kecil, seperti landak mini, *sugarglider*, ikan, kura-kura, kelinci serta hamster. Selain itu, ada pemandu yang menjelaskan informasi hewan pada setiap pengunjung dan pengunjung akan disibukkan dengan segala aktivitas yang ditawarkan. BFC Mini Farm juga

menekankan sisi interaktif pengunjung dengan hewan seperti memegang, memberi makan, memandikan hewan, serta bermain bersama hewan.

Berdasarkan hasil observasi, identitas BFC Mini Farm belum dikelola dengan baik sejak awal berdiri. Dari wawancara dengan pemiliknya, Cuncun, mengatakan bahwa tidak adanya identitas visual BFC Mini Farm sebagai wisata edukasi hewan mini dapat berdampak pada kesalahpahaman target yang mengira tempat ini sebagai peternakan ayam, tempat jual hewan, perkebunan/pertanian, taman bermain atau sekolah TK. Cuncun menyebutkan bahwa identitas visual dapat menjadi media yang menjelaskan kepada pengunjung bahwa BFC Mini Farm adalah tempat wisata edukasi peternakan. Kesalahan persepsi dapat berujung pada ketidakminatan pengunjung untuk mengikuti wisata edukasi. Selama ini juga logo yang digunakan adalah logo lobster dari bisnis lain milik *owner*. Terlebih lagi, BFC Mini Farm juga sedang berencana mengembangkan misi untuk ekspansi dengan membuka cabang.

Wheeler (2018) menuliskan dalam bukunya berjudul *Designing Brand Identity* edisi ke-5, bahwa sebuah identitas sangat diperlukan agar nilai/keunikan sebuah merek dapat mudah dikenali dan dipahami dengan jelas oleh target konsumen sekaligus menjadi pembeda dengan kompetitor. Wheeler melanjutkan bahwa pengenalan merek dapat diperkuat dengan adanya identitas visual, termasuk logo yang mampu memberi persepsi. Berkaitan dengan ekspansi, menurut Wheeler (2018) suatu perusahaan perlu menciptakan *brand* ketika ingin menjangkau pasar yang lebih luas. Hal tersebut dapat diraih dengan membentuk identitas visual sehingga memperkuat pengenalan sebuah merek kepada calon konsumen di cabang yang baru. Berdasarkan hasil *interview* dengan Darfi (2023) selaku ahli *branding*, bahwa sebuah perusahaan yang ingin melakukan ekspansi bisnis perlu memiliki identitas visual terlebih dahulu.

Berdasarkan kondisi di atas, penulis akan melakukan perancangan identitas visual terhadap BFC Mini Farm. Perancangan ini berfungsi supaya identitas visual BFC Mini Farm dapat mengkomunikasikan keunikan *brand* kepada targetnya sebagai destinasi wisata edukasi peternakan hewan mini secara tepat, meningkatkan *recognition brand*, dan dapat bersaing dengan kompetitor.

1.2 Rumusan Masalah

Dilihat dari permasalahan tidak adanya identitas visual pada wisata edukasi hewan BFC Mini Farm, sehingga rumusan masalahnya adalah bagaimana perancangan identitas visual BFC Mini Farm?

1.3 Batasan Masalah

Adapun batasan masalah yang penulis tetapkan agar lebih terfokus pada permasalahan. Batasan masalah tersebut adalah sebagai berikut.

1) Demografis

- a. Umur : 27-40 tahun

Berdasarkan data Litbang Kompas 2022 dari Nugraheni (2023), masyarakat Indonesia dengan status ekonomi sosial menengah atas dan atas mayoritas menikah di umur 25-35, sehingga pada umur ini sudah memiliki anak berumur 2-9 tahun. Selain itu, menurut Hurlock dalam Jannah (2021) umur 27-40 tahun memiliki tugas untuk menikah dan mendidik anak.

- b. Jenis Kelamin : Laki-laki dan perempuan

- c. Status : Berkeluarga, memiliki anak mulai usia 2-9 tahun

- d. SES : B-A (menengah ke atas)

Arifin Noor dalam Nurjanah (2014) menyebutkan jika ciri-ciri kelas menengah dan atas adalah memiliki penghasilan yang cukup dan kebutuhan hidup lainnya sudah dapat terpenuhi sehingga edukasi untuk anak menjadi perhatian utama. SES ini juga ditentukan dari harga tiket masuk BFC Mini Farm yaitu Rp75.000 per orang.

- e. Pendidikan : Minimal lulusan SMA

- f. Pendapatan : Rp4.250.000 – Rp7.000.000

- g. Bahasa : Indonesia

2) Geografis

Jabodetabek

3) Psikografis

- a. Orang tua yang suka mengajak anak untuk berwisata sambil belajar dan mengedukasi anaknya sebagai edukasi sejak dini.
- b. Tertarik dengan hewan.
- c. Memiliki anak yang senang bermain dan berinteraksi dengan alam di luar ruangan (*outdoor*).

1.4 Tujuan Tugas Akhir

Tujuan dari tugas akhir ini adalah perancangan identitas visual BFC Mini Farm dan panduan penerapan identitas visual pada aplikasi media berupa *Graphic Standard Manual*.

1.5 Manfaat Tugas Akhir

Berikut adalah manfaat yang diharapkan dari perancangan tugas akhir ini:

a) Manfaat Bagi Penulis

Melalui tugas akhir perancangan ini, penulis dapat menerapkan ilmu-ilmu yang telah dipelajari selama masa perkuliahan ke dalam proses perancangan sebuah identitas visual sebuah merek.

b) Manfaat Bagi Orang Lain

Penulis berharap agar masyarakat dapat menambah pengetahuan terkait eksistensi BFC Mini Farm sebagai wisata edukasi peternakan hewan di Tangerang Selatan.

c) Manfaat Bagi Universitas

Hasil akhir perancangan ini diharapkan dapat menambah arsip Universitas Multimedia Nusantara dan dijadikan referensi bagi mahasiswa/I maupun orang lain yang membutuhkan, khususnya di bidang desain.

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