

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Camp Hulu Cai merupakan tempat wisata alam yang sudah berdiri sejak 1994 di kaki Gunung Pangrango dengan ketinggian kurang lebih 700 Mdpl dan berlokasi di Ciawi, Kabupaten Bogor. Menurut Pak Anto selaku *General Manager* Camp Hulu Cai mengatakan jika asal mula nama Camp Hulu Cai berasal dari kata “*Camp*” artinya tempat orang berkumpul, “Hulu” artinya kepala dan “cai” berasal dari bahasa Sunda artinya mata air. Jika disatukan, Camp Hulu Cai memiliki arti tempat berkumpulnya mata air karena di Camp Hulu Cai memiliki banyak sekali sumber mata air yang mengalir. Awalnya Camp Hulu Cai memiliki konsep *Camp* dan *Outdoor training* yang berfokus pada *fun games* dan *team building* untuk keluarga, teman komunitas atau kolega kerja. Kemudian, pada tahun 2011, Camp Hulu Cai beralih konsep menjadi *Camp* dan *Resort* tetapi tetap mengadakan *outdoor training*. Dengan adanya konsep yang baru, Camp Hulu Cai terus memperbaharui tempat wisatanya agar pengunjung nyaman dan puas, seperti menambahkan fasilitas *café*, taman bunga, kolam renang, *venue meeting*, *mini rafting*, *rock climbing*, *horse riding*, taman bermain anak dan lainnya.

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan penulis pada tanggal 21 September 2023, penulis menemukan bahwa Camp Hulu Cai yang memiliki luas sebesar 25 hektar masih memiliki masalah *signage* yang menyebabkan pengunjung sulit untuk bernavigasi. Hal tersebut dapat dilihat dari masalah keterbacaan informasi pada *signage* yang kurang jelas karena adanya faktor ukuran, pencahayaan, tempat pemasangan yang kurang tepat dan material yang digunakan. Kekurangan dari *signage* yang ada di Camp Hulu Cai juga didukung dengan hasil wawancara yang dilakukan penulis bersama Pak Aga selaku *Graphic Designer* Camp Hulu Cai pada tanggal 8 Oktober 2023. Pak Aga mengatakan jika memang pernah terjadi keluhan dari pengunjung karena posisi *signage* yang salah, penulisan

yang kurang jelas dan penggunaan kontras warna yang kurang sehingga membuat pengunjung sulit menggunakan *signage* untuk bernavigasi. Kemudian penulis juga melakukan wawancara dengan resepsionis Camp Hulu Cai. Resepsionis tersebut menyebutkan jika banyak pengunjung tersebut yang sulit untuk bernavigasi, seringkali meminta bantuan arah ke konter resepsionis dan akhirnya diantarkan resepsionis ke tempat tujuan mereka. Resepsionis juga menyebutkan jika adanya *signage* yang jelas, hal tersebut akan membantu meringankan pekerjaan resepsionis untuk mengantar pengunjung secara satu-satu.

Selain itu, penulis juga mencari data dari sisi pengunjung. Berdasarkan hasil *survey* yang dibagikan, 63% diantara menyatakan sulit untuk bernavigasi ke tempat tujuan yang mereka inginkan. Dari masalah pengunjung yang sulit bernavigasi, hal tersebut akhirnya membuat permasalahan yang lebih serius, yaitu terjadinya *review* buruk dari pengunjung. Menurut (cari teori pengaruh review buruk terhadap Camp Hulu Cai).

Menurut Calori dan Eynden (2015), walaupun *signage* harus memberikan jalan keluar secara fungsional, akan tetapi visual yang serasi dengan *branding* akan membantu membuat citra dari merek terlihat pada suatu lingkungan dan memberikan pengalaman yang konsisten dengan tujuan dari tempat atau merek tersebut. Akan tetapi, *signage* di Camp Hulu Cai saat ini masih belum menggambarkan citra merek dari Camp Hulu Cai. Dari hasil wawancara bersama pak Aga selaku *graphic designer* Camp Hulu Cai, dia mengatakan untuk *signage* yang ada sekarang belum mencerminkan citra dari Camp Hulu Cai karena penggunaan warna yang kurang tepat, dimana seharusnya warna yang diterapkan pada *signage* adalah warna oren dan hijau yang melambangkan Camp Hulu Cai.

Berdasarkan permasalahan yang dipaparkan di atas, maka dibutuhkan perancangan ulang *signage* untuk tempat wisata Camp Hulu Cai. Diharapkan dengan dilakukannya perancangan ulang *signage* untuk tempat wisata Camp Hulu Cai dapat membantu memudahkan navigasi pengunjung dan menciptakan desain *signage* yang konsisten dan unik sesuai dengan *branding* Camp Hulu Cai.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana perancangan ulang *signage* untuk tempat wisata Camp Hulu Cai?

1.3 Batasan Masalah

Merujuk rumusan masalah diatas, penulis menjabarkan Batasan masalah untuk target audiens dari perancangan ulang *signage* tempat wisata Camp Hulu Cai, sebagai berikut:

1. Demografis:

- a. Usia : 21-45 tahun
- b. Jenis Kelamin : Laki-laki dan perempuan
- c. Pendidikan : Minimal SMP
- d. Profesi : Pekerja kantoran, pekerja bidang pemerintahan, pekerja bidang pendidikan.
- e. Kelas Ekonomi : SES C-A

2. Geografis:

Ditujukan kepada masyarakat wilayah jabodetabek

3. Psikografis:

- a. Pengunjung yang memiliki tujuan untuk berlibur di suasana alam yang sejuk dan asri.
- b. Pengunjung yang memiliki tujuan untuk meningkatkan Kerjasama antar tim
- c. Pengunjung yang ingin berlibur dan terbebas dari macetnya perkotaan

1.4 Tujuan Tugas Akhir

Perancangan ulang *signage* sesuai dengan kebutuhan tempat wisata Camp Hulu Cai, sehingga dapat memberikan kenyamanan dan kemudahan bernavigasi yang mudah bagi pengunjung untuk berkeliling di kawasan tempat wisata Camp Hulu Cai dan menciptakan sistem grafis *signage* yang memiliki keunikan sesuai dengan citra merek Camp Hulu Cai.

1.5 Manfaat Tugas Akhir

Manfaat dibagi menjadi tiga bagian: manfaat bagi penulis, bagi orang lain dan bagi universitas.

1. Manfaat bagi penulis

Dari perancangan ulang yang dibuat, diharapkan penulis dapat mengasah kemampuan menyelesaikan sebuah permasalahan yang ada pada lingkungan sekitar, dengan mencari solusi yang tepat. Tidak hanya itu, perancangan yang dibuat penulis juga sebagai syarat kelulusan di Universitas Multimedia Nusantara.

2. Manfaat bagi orang lain

Dengan adanya perancangan ulang *signage* tempat wisata Camp Hulu Cai, diharapkan dapat memudahkan untuk menavigasi pengunjung yang berkunjung ke Camp Hulu Cai.

3. Manfaat bagi universitas

Dengan adanya perancangan ulang *signage* ini, diharapkan dapat menjadi referensi bagi mahasiswa lain yang memiliki topik perancangan ulang *signage* kedepannya.

