

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Rekreasi adalah suatu kegiatan mengisi waktu luang dengan tujuan untuk mencari ketenangan dan penyegaran bagi kesehatan mental dan fisik (Ratar dkk., 2022, h.993). Menurut Siby & Kasingku (2024), rekreasi juga dapat dilakukan untuk menciptakan hubungan keluarga yang erat dalam suasana yang santai dan penuh makna (h.417). Salah satu cara untuk melakukan rekreasi adalah dengan berkunjung ke berbagai destinasi wisata alam. Indonesia merupakan salah satu negara yang sering dikunjungi oleh para wisatawan (Iskandar, 2022, h.106). Akan tetapi, data dari UNWTO yang dilaporkan oleh InJourney menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia justru jarang berwisata dibandingkan dengan negara lain (Safitri, 2022). Padahal, menurut Gumantan dkk (2020), rekreasi sangat penting bagi kehidupan manusia agar dapat menjalani keseharian dengan nyaman (h.105).

Dalam hal ini, terdapat program rekreasi Hiking Bocah yang telah didirikan sejak tahun 2018 oleh Diah Ayu Pujiastuti dan Adjie. Hiking Bocah terletak di Kelurahan Katulampa, Kota Bogor dan terbuka bagi para keluarga yang tinggal di wilayah JABODETABEK. Sebagai program rekreasi, Hiking Bocah memiliki visi untuk menjadi *provider* dalam memenuhi kebutuhan keluarga di alam yang terdepan dan terpercaya. Sejalan dengan visi tersebut, misi Hiking Bocah adalah mengadakan kegiatan *outdoor* yang ramah untuk anak dengan berfokus pada interaksi terhadap alam sekitar, yang juga dapat diikuti bersama orang tua. Kegiatan *outdoor* yang disediakan sesuai dengan kemampuan anak-anak yang masih pemula, yaitu *hiking*, *rafting*, dan menangkap ikan. Hiking Bocah juga dilengkapi dengan kehadiran para *guide* yang memastikan keamanan para keluarga selama kegiatan berlangsung. Program ini dapat menjadi pilihan bagi para keluarga yang ingin membangun mempererat hubungan dengan menghabiskan waktu bersama di alam terbuka. Selain itu, Hiking Bocah juga telah mendapat perhatian secara digital, dengan banyak artikel yang merekomendasikannya sebagai destinasi wisata alam

yang ideal untuk keluarga dan ramah untuk anak. Hal ini menjadikan Hiking Bocah sebagai tempat rekreasi yang potensial di Kecamatan Katulampa tersebut.

Namun, terdapat kekurangan pada identitas visual Hiking Bocah, terutama citra logo yang tidak mencerminkan visi dan misi program. Menurut Putra & KN (2023), logo adalah identitas yang berperan penting dalam memperkenalkan *brand* kepada konsumen untuk menanamkan citra (h.4573). Citra yang ditampilkan logo justru membuat Hiking Bocah dikenal sebagai program rekreasi alam yang tidak ramah untuk anak dan tidak sejalan dengan kata “Bocah” pada nama program. Citra ini bertolak belakang dengan Hiking Bocah sebagai program rekreasi keluarga yang memberikan pengalaman kegiatan alam seru bagi anak-anak sekaligus ruang untuk membangun hubungan keluarga yang harmonis. Kekeliruan tersebut juga didukung oleh hasil kuesioner dari 117 responden, yakni sebesar 41% menganggap Hiking Bocah sebagai program yang formal dan serius berdasarkan logo yang dimiliki. Selain itu, mayoritas responden juga menyatakan jika logo Hiking Bocah tidak mencerminkan program rekreasi yang ditujukan kepada keluarga. Berdasarkan penelitian Wulandari dkk (2024), citra logo merupakan bentuk ekspresi dari visi yang menghubungkan *brand* dengan konsumen, sehingga logo yang tidak efektif dapat menghambat potensi *brand* tersebut untuk berkembang (h.823). Oleh karena itu, kekurangan dalam memahami program yang ditimbulkan oleh visual logo dapat membuat potensi Hiking Bocah menjadi terlewatkan bagi keluarga potensial.

Berdasarkan penjabaran mengenai masalah pada identitas visual tersebut, penulis menawarkan solusi berupa perancangan ulang identitas visual Hiking Bocah. Hal ini mengacu pada teori Wheeler (2018) bahwa perancangan ulang identitas visual dibutuhkan ketika *brand* tidak dapat mengkomunikasikan nilai, visi dan misi yang dimiliki dengan jelas kepada konsumen (h.7). Selain itu, Diah Ayu Pujiastuti selaku pendiri juga menyampaikan bahwa Hiking Bocah tentunya membutuhkan pengembangan identitas visual yang lebih kuat dan citra yang sesuai, sehingga *awareness* serta visibilitas Hiking Bocah di kalangan target audiens dapat meningkat secara berkelanjutan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan sebelumnya, berikut ini merupakan uraian masalah yang ditemukan:

1. Masyarakat Indonesia jarang melakukan rekreasi sehingga destinasi wisata dengan berbagai aktivitas yang menawarkan pengalaman menarik tidak dimanfaatkan secara optimal.
2. Identitas visual yang dimiliki Hiking Bocah belum secara jelas menyampaikan visi misi, serta tidak merepresentasikan citranya sebagai program rekreasi keluarga.

Dengan demikian, sejalan dengan uraian permasalahan tersebut dapat dirumuskan masalah sebagai berikut: Bagaimana perancangan ulang identitas visual Hiking Bocah yang sesuai dengan visi misi, serta citra sebagai program rekreasi keluarga?

1.3 Batasan Masalah

Perancangan ini ditujukan kepada masyarakat yang bertempat tinggal di wilayah JABODETABEK dengan usia 27-45 tahun yang sudah berkeluarga dan memiliki anak, SES B-A, dengan berfokus pada penyesuaian citra program sebagai sarana rekreasi keluarga khususnya anak usia dini. Adapun ruang lingkup perancangan dibatasi pada pembuatan *Graphic Standard Manual* (GSM) yang mencakup desain dan sistem identitas visual, serta media kolateral, yang dapat memperjelas citra program rekreasi Hiking Bocah.

1.4 Tujuan Tugas Akhir

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan tersebut, tujuan dari tugas akhir penulis adalah membuat perancangan ulang identitas visual Hiking Bocah.

1.5 Manfaat Tugas Akhir

Melalui perancangan tugas akhir ini, penulis berharap dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoretis:

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk memperkaya ilmu pengetahuan Desain Komunikasi Visual, serta berkontribusi dalam mengembangkan teori perancangan identitas visual, khususnya mengenai program rekreasi. Penelitian ini juga dapat dijadikan sebagai studi referensi yang relevan bagi penelitian berikutnya.

2. Manfaat Praktis:

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber referensi atau acuan bagi mahasiswa/i yang menekuni pilar identitas dalam ilmu Desain Komunikasi Visual, khususnya pada aspek perancangan karya dengan topik yang serupa. Penelitian tugas akhir ini juga dapat dijadikan sebagai dokumen arsip bagi Universitas Multimedia Nusantara.

