

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Babakan Siliwangi City Forest merupakan sebuah hutan kota dan objek wisata yang terletak di pusat kota Bandung, lebih tepatnya di Jl. Tamansari No. 90, Lebak Siliwangi, Kec. Coblong. Babakan Siliwangi City Forest adalah salah satu RTH (Ruang Terbuka Hijau) yang berperan sebagai pemasok oksigen di area pusat kota Bandung. Pada tahun 2011 silam, Babakan Siliwangi City Forest juga telah ditetapkan oleh PBB sebagai hutan kota dunia (Silpana, 2019, h.2). Menurut UU No. 26 Tahun 2007 mengenai Penataan Ruang, idealnya suatu kota harus memiliki RTH sebanyak 30 persen dari total luas kotanya. Sedangkan data dari Badan Pengendalian Lingkungan Hidup menunjukkan bahwa Kota Bandung hanya memiliki 8,76 persen RTH.

Walaupun memiliki rekam jejak dan reputasi yang baik dalam konservasi, disertai dengan lokasinya yang berada di pusat kota, Babakan Siliwangi belum menjadi contoh keberhasilan ekspansi RTH sehingga kota Bandung masih membutuhkan banyak RTH sebagai pemasok oksigen di kota Bandung. (Ridwan, 2012, h.1). Berdasarkan hasil penelitian, Babakan Siliwangi City Forest saat ini belum memiliki identitas visual. Hal tersebut membuat Babakan Siliwangi City Forest tidak memiliki identitas konsisten dan sesuai dengan perannya sebagai hutan kota (Erlingga, 2022, h.2). Hal tersebut juga memberi dampak secara tidak langsung pada promosi dari lokasi tersebut. Beberapa ulasan *Google Reviews* yang beredar di halaman *Google* Babakan Siliwangi juga memperkuat masalah yang ditemukan. Oleh karena itu, Babakan Siliwangi memiliki peluang untuk dapat memiliki identitas visual yang layak dan terstruktur sehingga dapat menjadi *benchmark* hutan kota yang baik agar dapat menginspirasi pemerintah kota Bandung untuk memperluas RTH di kota Bandung. Untuk mengatasi permasalahan yang ditemukan, dibutuhkan

perancangan identitas visual yang dapat menyampaikan *brand mantra* dan *tone of voice* secara efektif agar citra yang ingin dibangun untuk Babakan Siliwangi City Forest dapat terwujud.

Sebagai solusi, akan dibuat sebuah perancangan identitas visual yang tidak hanya memperlihatkan citra saja, akan tetapi dengan cara yang interaktif. Dalam perancangan identitas visual akan dibuat beberapa *touchpoints* yang terdiri dari serangkaian media yang nantinya membentuk identitas secara keseluruhan. Media tersebut antara lain logo, warna, tipografi, produk, *website*, *sign system* dan lain sebagainya. Sebagai media utama, akan dibuat *interactive media for branding* berbentuk *website* yang telah diaplikasikan dengan identitas yang telah dirancang. *Website* sendiri merupakan media informasi yang efisien menyajikan informasi dari suatu merek, produk, atau jasa. Dan jumlah pengguna internet pun selalu bertambah setiap tahunnya sehingga *website* menjadi salah satu media informasi yang dapat dipercaya oleh pengguna (Wijaya, 2022, h.100). Perancangan ini ditargetkan pada laki-laki dan perempuan dewasa awal berusia 18-22 tahun yang berdomisili di kota Bandung dan area Jabodetabek. Maka dari itu, perancangan ini bertujuan untuk membuat identitas visual yang diaplikasikan pada media interaktif sehingga masyarakat dapat dengan mudah mengidentifikasi sekaligus mengakses informasi mengenai Babakan Siliwangi City Forest.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan sebelumnya, penulis telah menemukan dua masalah sebagai berikut.

1. Pengunjung tidak mendapatkan pemahaman yang menyeluruh mengenai nilai dan peran Babakan Siliwangi City Forest karena tidak ada identitas visual yang konsisten. Hal tersebut menyebabkan kawasan sulit diidentifikasi sebagai satu kesatuan merek.
2. Ketidakadaan identitas visual menyebabkan Babakan Siliwangi City Forest tidak memiliki citra yang kuat serta mudah untuk dikenali oleh masyarakat luas. Sehingga nantinya akan berpengaruh terhadap

potensi edukatif, ekologi, serta pariwisata yang tidak akan tercapai secara optimal.

Berdasarkan pernyataan yang telah dirangkum, penulis pada akhirnya memutuskan sebuah rumusan masalah, yakni: Bagaimana perancangan identitas visual untuk Babakan Siliwangi City Forest?

1.3 Batasan Masalah

Perancangan ini ditujukan kepada laki-laki dan perempuan usia 18-22 tahun, SES B, yang berdomisili di kota Bandung dan Jabodetabek. Ruang lingkup perancangan ini dibatasi pada identitas visual yang terdiri dari *website* dan logo.

1.4 Tujuan Tugas Akhir

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan sebelumnya, tujuan dari pembuatan tugas akhir ini adalah untuk membuat perancangan identitas visual untuk Babakan Siliwangi City Forest.

1.5 Manfaat Tugas Akhir

Berdasarkan perancangan tugas akhir yang akan dibuat, penulis telah menentukan manfaat dari tugas akhir yang dibagi ke dalam dua bagian. Kedua manfaat tersebut adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoretis:

Penelitian ini diharapkan dapat memberi pemahaman dalam perancangan identitas visual berupa *website* dan logo. Perancangan tugas akhir ini diharapkan juga menjadi khazanah ilmu pengetahuan Desain Komunikasi Visual yang dapat memberi referensi bagi penelitian lainnya di kemudian hari yang juga berfokus pada identitas visual.

2. Manfaat Praktis:

Penelitian ini merupakan salah satu syarat kelulusan untuk penulis. Hasil *website* dan logo diharapkan dapat memberi kemudahan akses serta meningkatkan jumlah pengunjung Babakan Siliwangi City Forest. Bagi universitas, perancangan tugas akhir ini dapat dijadikan referensi atau inspirasi bagi akademisi lainnya dalam eksplorasi pendekatan visual yang serupa dengan identitas visual.