

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

Pembahasan pada bab ini terdiri dari 3 sub bab. Bagian pertama yaitu studi pustaka yang berisi tentang ulasan tulisan ilmiah yang menunjang perancangan ini. Bagian kedua yaitu referensi karya yang berisi tentang karya yang digunakan sebagai referensi untuk penciptaan karya perancangan. Bagian ketiga yaitu landasan teori yang berisi penjelasan mengenai teori-teori yang akan digunakan dalam perancangan ini.

2.1 Studi Pustaka

Dalam perancangan ini diperlukan penelitian terdahulu dan jurnal sebagai bahan perbandingan dan kajian. Tentunya jurnal yang dijadikan sebagai perbandingan tidak terlepas dari topik dari perancangan ini, yaitu mengenai perancangan identitas visual wisata alam. Penelitian terdahulu dan jurnal yang dimaksud adalah berikut:

2.1.1 Jurnal yang berjudul perancangan identitas visual untuk Batu Kuda sebagai destinasi wisata alam.

Penelitian yang pertama adalah jurnal berjudul “Perancangan identitas visual untuk Batu Kuda sebagai destinasi wisata alam” yang ditulis oleh Aldo Aditya Wibawa pada tahun 2020 [5]. Pada penelitiannya, Aldo memilih Batu Kuda yang terletak di kaki gunung Manglayang sebagai objek penelitian dengan tujuan untuk memperkuat citra Batu Kuda sebagai destinasi wisata alam karena saat itu kondisi Batu Kuda belum memiliki identitas visual. Metode penelitian yang ia gunakan adalah metode kualitatif dan SWOT. Hasil dari penelitian ini berupa Logo dan pengaplikasian logo pada beberapa media pendukung seperti *merchandise*.

2.1.2 Jurnal yang berjudul Perancangan identitas visual kawasan air terjun Sekarlangit untuk meningkatkan citra wisata alam.

Penelitian berikutnya adalah jurnal yang berjudul “Perancangan identitas visual kawasan air terjun Sekarlangit untuk meningkatkan citra

wisata alam” yang ditulis oleh Dwi Susanto pada tahun 2021 [6]. Susanto memilih air terjun Sekarlangit yang terletak di Kabupaten Magelang sebagai objek penelitiannya karena saat itu dari pihak pengelola air terjun Sekarlangit memiliki visi untuk membuat kawasan wisatanya semakin diminati dan diingat oleh para wisatawan, namun belum melakukan upaya apapun untuk mencapai visinya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode kualitatif dan pendekatan SWOT. Hasil dari penelitian ini berupa Logo dan pengaplikasian logo pada beberapa media promosi.

2.1.3 Jurnal yang berjudul perancangan identitas visual destinasi wisata kawasan Teluk Youtefa Kota Jayapura.

Penelitian selanjutnya adalah jurnal berjudul “Perancangan identitas visual destinasi wisata kawasan Teluk Youtefa Kota Jayapura” yang ditulis oleh Anita Karunia pada tahun 2020 [7]. Teluk Youtefa yang menjadi objek penelitian terletak di wilayah garis pantai Kota Jayapura. Perancangan identitas visual yang menarik dan sesuai dengan citra dari Teluk Youtefa dilakukan sebagai upaya untuk pengembangan destinasi wisata di Kota Jayapura. Metode penelitian yang digunakan yaitu metode kualitatif, analisis 5W+1H, dan analisis STP (*Segmentation, Targeting, Positioning*). Hasil dari penelitian ini berupa *Graphic Standard Manual* (GSM) dan pengaplikasiannya pada beberapa media pendukung.

Berdasarkan tiga penelitian yang membahas mengenai perancangan identitas visual sebagai upaya untuk memperkuat citra suatu objek wisata alam, identitas visual berupa logo merupakan identitas visual yang efektif untuk membuat suatu objek wisata mudah dikenali oleh audiens. Walaupun objek penelitian yang dipilih berbeda dengan yang akan penulis teliti, ketiga penelitian diatas membantu penulis dalam menentukan metode apa yang efektif untuk menganalisis data. Sehingga ditemukan keunikan yang dapat mewakili karakter Goa Lawa Purbalingga. Berbeda dengan tiga penelitian diatas, penulis akan melakukan analisis SWOT yang dilengkapi dengan studi komparasi agar mendapatkan hasil analisis yang lebih maksimal.

2.2 Referensi Karya

Dalam perancangan ini diperlukan karya sejenis yang bisa dijadikan sebagai pembandingan dan referensi. Karya tersebut juga menunjang pembuatan perancangan yang sedang dilakukan penulis. Beberapa karya yang dimaksud adalah sebagai berikut:

2.2.1 Perancangan Identitas Visual Destinasi Wisata Pantai Tanjung Pakis Karawang



Gambar 2. 1 Logo Pantai Tanjung Pakis
Sumber: R.Sandria (2020)

Logo di atas merupakan karya perancangan yang dibuat oleh Riswan Sandria dan Atria Nuraini Fadilla [8]. Perancangan tersebut dilakukan untuk memaksimalkan potensi dari Pantai Tanjung Pakis yang sebelumnya tidak memiliki identitas visual agar memiliki kualitas visual yang lebih baik. Melalui logo tersebut mereka menggunakan bentuk elemen pohon mangrove, laut, dan matahari untuk merepresentasikan keunikan dari Pantai Tanjung Pakis yang disekitar jalan menuju pantai . Gaya visual yang mereka gunakan adalah *flat design* dengan jenis logo *combination mark*.

Penulis menjadikan logo tersebut sebagai referensi karena menggunakan gaya visual yang fleksibel dan tidak kaku. Maksud dari fleksibel adalah pemilihan warna dan elemen yang digunakan tidak terlalu kompleks sehingga fleksibel untuk diaplikasikan ke berbagai media.

2.2.2 Tashkent *Tourism* Logo



Gambar 2. 2 Tashkent *Tourism* Logo
Sumber: Behance.net

Gambar di atas merupakan logo pariwisata *unofficial* dari Tashkent, ibu kota dari Uzbekistan [9]. Logo di atas didesain oleh Marat Musimov, seorang desainer yang berasal dari San Francisco. Marat mengunggah karyanya pada tahun 2018 di platform portofolio Behance. Konsep dari logonya yaitu melambangkan kota yang cerah, orang-orang yang ramah, keterbukaan, dan modernitas. Elemen sinar matahari yang ada di sebelah kiri diwarnai dengan warna bendera Uzbekistan, karena Tashkent merupakan ibukota dari Uzbekistan. Selain itu, elemen seseorang berdiri dengan pose huruf T melambangkan nama Kota Tashkent.

Pada karya tersebut, cara Marat menggabungkan beberapa elemen yang membentuk citra positif dari Kota Tashkent dan pemilihan tipografi yang memiliki tingkat keterbacaan yang baik membuat karya tersebut menjadi referensi dalam pembuatan perancangan ini.

2.2.3 Logo Wisata Sendang Asmoro Semanding Tuban



Gambar 2. 3 Logo Wisata Sendang Asmoro
Sumber: Behance.net

Logo wisata Sendang Asmoro hasil karya Muhammad Ardyn yang di unggah di website portofolio Behance pada tahun 2019 [10]. Sendang Asmoro sendiri merupakan wisata alam yang berlokasi di Desa Ngino, Kecamatan Semanding, Kabupaten Tuban, Jawa Timur. Elemen yang ada di sekitar *logotype* merupakan *icon* dari fasilitas yang ada di Sendang Asmoro seperti kolam renang, bunga anggrek, pepohonan, *spot* foto, dan ikan koi. Dengan diterapkannya elemen tersebut dengan dipadukan dengan *logotype* yang ia pilih, logo yang dibuat sudah mewakili bagian dari Wisata Sendang Asmoro. Logo ini juga merupakan pemenang lomba logo yang diadakan oleh pemerintah Desa Ngino selaku pengelola dari wisata Sendang Asmoro.



Gambar 2. 4 Mockup logo Sendang Asmoro pada merchandise dan mobil
Sumber: Behance.net

Selain logonya yang akan dijadikan referensi oleh penulis, penggunaan *super graphic* dan penerapan logo Sendang Asmoro pada berbagai media pendukung juga menjadi referensi yang akan membantu penulis dalam memilih jenis media pendukung yang akan penulis gunakan dalam perancangan ulang identitas visual Goa Lawa Purbalingga.

2.3 Dasar Teori

Dasar teori merupakan teori-teori dan hasil penelitian yang menjadi dasar teori penulis untuk menyelesaikan penelitian. Teori tersebut bisa didapat dari berbagai sumber seperti jurnal, buku dokumentasi, internet dan pustaka.

2.3.1 Pariwisata

Pariwisata adalah suatu perjalanan yang dilakukan seseorang ataupun kelompok yang bersifat sementara dari satu tempat ke tempat lain, untuk mencari kebahagiaan dengan lingkungan, sosial, budaya, alam dan ilmu pengetahuan [11]. Pariwisata sebagai sebuah industri juga dapat dijelaskan sebagai rangkuman dari seluruh kegiatan usaha yang melayani kebutuhan wisatawan selama mengunjungi suatu daerah tujuan wisata.

Bank Indonesia (BI) menyatakan bahwa pariwisata adalah sektor yang paling efektif untuk meningkatkan devisa Indonesia [12]. Banyaknya sumber daya yang tersedia di Indonesia untuk melakukan pengembangan pariwisata menjadi salah satu alasan mengapa pariwisata efektif untuk meningkatkan devisa Indonesia. Sumber daya yang dimaksud adalah sumber daya secara letak geografis yaitu luas wilayah dengan keragaman sumber daya alamnya, beragam budaya, dan kuliner. Sumber daya tersebut yang menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan lokal maupun wisatawan mancanegara. Beberapa jenis pariwisata yang dapat dijadikan sebagai sumber devisa antara lain wisata budaya, wisata sejarah, wisata belanja, wisata keagamaan, dan wisata alam.

Goa Lawa Purbalingga merupakan salah satu dari wisata alam yang ada di Indonesia, yang berarti Goa Lawa Purbalingga memiliki peran meningkatkan devisa Indonesia. Maka identitas visual yang baik diperlukan oleh Goa Lawa Purbalingga sebagai upaya untuk meningkatkan mutu dan memperkenalkan objek serta daya tarik wisatanya sehingga tingkat kunjungannya semakin tinggi.

2.3.2 Identitas Visual

Identitas visual adalah wajah berupa visual yang merepresentasikan sebuah merk atau produk sekaligus menjadi pembeda antara satu dengan yang lainnya. Identitas visual memiliki kemampuan untuk memicu persepsi dan rasa keterkaitan yang dimiliki khalayak terhadap sebuah merk [13]. Setelah timbul persepsi di dalam benak khalayak mereka bisa mencintai merk dan memercayainya atau sebaliknya. Maka penting untuk merancang identitas visual yang kuat dan memiliki citra yang baik agar produk atau merk tetap menonjol walaupun di pasar yang ramai sekalipun.

Identitas visual harus bisa mengkomunikasikan makna yang telah disusun secara strategis kepada target audiensnya sekaligus menambah nilai merk tersebut [14]. Maka sebuah identitas visual harus mudah dikenali, mudah diingat, unik, bertahan lama, dan bisa diterapkan di berbagai media. Identitas visual terdiri dari beberapa elemen yang membentuknya menjadi

sebuah kesatuan. Elemen-elemen tersebut adalah bentuk, warna, garis, tipografi, dan logo. Teori ini berguna bagi penulis sebagai dasar dalam merancang identitas visual yang baik.

2.3.3 Logo

Walaupun terdiri dari banyak unsur, kunci dari sebuah identitas visual adalah logo [14]. Karena logo adalah simbol yang sangat mudah untuk dikenali. Kita bisa melihat dan mengenali ribuan logo dalam sehari. Kesederhanaan dalam desain logo dapat membantu logo tersebut menjadi lebih fleksibel [3]. Maksudnya, apabila logo didesain dengan sederhana tentunya akan lebih fleksibel untuk mengaplikasikannya di berbagai media. Logo berfungsi sebagai sarana komunikasi sebuah merek, sebagai diferensiasi atau pembeda antar merek, dan sebagai inspirasi [15]. Yang dimaksud dengan inspirasi yaitu logo dapat mewakili visi dan misi dari suatu merek. Khalayak hanya akan melihat logo beberapa detik sebelum melanjutkan aktifitasnya, maka keterbacaan menjadi aspek yang penting terutama bila mereknya belum terkenal.

Berdasarkan tampilannya, jenis logo dapat dibedakan menjadi:

1. *Wordmark* atau *Logotype*, yaitu logo yang menampilkan nama *brand* melalui tipografi atau berbentuk *lettering*.
2. *Lettermark*, merupakan logo yang menampilkan inisial dari nama sebuah *brand*.
3. *Symbol* atau *Abstract Logo*, adalah logo yang terbentuk oleh elemen geometris atau organis. Logo abstrak harus tetap memiliki filosofi dan mewakili visi misi dari suatu *brand*.
4. *Pictorial Logo*, yaitu logo dengan elemen representatif dengan bentuk deformasi dari orang, aktifitas, atau objek.
5. *Mascot Logo*, yaitu logo yang menampilkan maskot dari suatu *brand*. Maskot dapat berbentuk manusia, hewan, tumbuhan, atau benda yang dibuat seakan hidup.

6. *Emblem Logo*, yaitu logo yang biasanya memiliki bentuk perisai atau lingkaran yang didalamnya terdapat nama *brand* dan simbol.
7. *Combination mark*, adalah logo yang elemen pembentuknya adalah kombinasi dari jenis logo yang disebutkan sebelumnya.

Berdasarkan beberapa jenis logo diatas, penulis memilih jenis logo *combination mark* sebagai jenis logo yang akan digunakan dalam perancangan ulang identitas visual Goa Lawa Purbalingga. *Combination mark* dipilih karena melalui jenis logo ini penulis bisa menampilkan elemen visual yang dapat mewakili karakter dari Goa Lawa Purbalingga sekaligus memberikan informasi tentang nama dari Goa Lawa Purbalingga.

2.3.4 Warna

Pada identitas visual, warna merupakan salah satu elemen yang berperan cukup penting. Karena melalui warna, sebuah desain dapat membangkitkan perasaan tertentu yang dimiliki seseorang [16]. Perasaan yang bangkit pada seseorang ketika ber-interaksi dengan warna dipengaruhi oleh pengalaman yang dimilikinya, perasaan itu berpengaruh pada suasana hati dan *mood* yang dimilikinya. Salah satu aspek dalam warna yang mempengaruhi *mood* seseorang ketika melihatnya adalah karakteristik warna. Karakteristik warna dapat dipilih dengan bijak untuk menyesuaikan suasana yang diinginkan, seperti menggunakan warna-warna yang lebih dingin untuk menciptakan suasana yang lebih tenang atau warna-warna yang lebih hangat untuk menciptakan suasana yang lebih energik dan hangat.

Warna dapat memiliki makna yang berbeda bagi setiap orang, tergantung pada pengalaman dan latar belakang mereka. Namun, ada beberapa makna simbolis warna yang umum diterima secara luas di seluruh dunia. Beberapa warna yang cocok untuk mewakili karakter dari Goa Lawa Purbalingga berdasarkan makna simbolisnya adalah sebagai berikut:

1. Kuning yang memiliki makna simbolis energi, membangkitkan keceriaan, dan hangat

2. Hijau yang memiliki makna simbolis pertumbuhan, kesegaran, dan tenang.
3. Coklat yang memiliki makna simbolis hangat, alami, tenang, dan bersahabat.

2.3.5 Tipografi

Tipografi adalah proses memilih dan menata huruf serta mengatur penyebarannya di dalam ruang yang tersedia, dengan tujuan untuk menciptakan efek tertentu dan meningkatkan kenyamanan membaca semaksimal mungkin [17]. Dalam tipografi ada yang disebut *typeface* atau jenis huruf. 4 jenis huruf yang umum diketahui adalah serif, sans-serif, script, dan *decorative*. Pemilihan *typeface* dalam sebuah desain harus memperhatikan beberapa poin penting, diantaranya adalah visibilitas dengan mempertimbangkan jarak, visibilitas berdasarkan ukuran huruf dan visibilitas dengan kecepatan perjalanan. Dengan memperhatikan hal tersebut, maka desainer dapat memenuhi beberapa prinsip tipografi yaitu *legibility*, *readability*, *visibility*, dan *clarity*.

Jenis huruf yang akan penulis gunakan dalam perancangan identitas visual Goa Lawa Purbalingga adalah jenis huruf *sans-serif* dan *script* atau *handwritten*, karena jenis huruf *sans-serif* memenuhi prinsip-prinsip tipografi yang telah dijelaskan sebelumnya. Jenis huruf *sans-serif* juga terlihat modern dan sederhana, sehingga cocok untuk menggambarkan konsep wisata alam yang segar dan sejuk. Kemudian, jenis huruf *script* atau *handwritten* dipilih karena terlihat lebih artistik dan kreatif, sehingga cocok untuk menggambarkan konsep wisata alam yang unik dan menyenangkan.

2.3.6 Brand Guidelines

Brand guidelines adalah sebuah sistem yang dibuat untuk menjaga kualitas dan keselarasan sebuah logo ketika diaplikasikan pada berbagai media [15]. Dalam *Brand guidelines* juga dijelaskan konsep dari perancangan sebuah logo. Selain itu, fungsi dari *Brand Guidelines* adalah menjadi panduan dalam mengatur hal-hal yang berkaitan dalam penerapan identitas visual pada sebuah *brand* sekaligus memperkuat identitas

visualnya. *Brand Guidelines* biasanya berisi instruksi tentang spesifikasi teknis seperti ukuran logo yang sesuai, warna yang tepat untuk digunakan di media cetak dan digital, tipografi yang digunakan, elemen visual dan *super graphic* yang digunakan, *layout*, penerapan identitas visual pada berbagai media, serta cara contoh penerapan yang salah pada semua elemen visual.

Brand Guidelines dapat digunakan untuk memastikan bahwa identitas visual suatu organisasi atau perusahaan terlihat asli dan tidak terkena pembajakan [18]. Ini bisa dilakukan dengan cara mengecek dan mengukur keaslian penggunaan logo tersebut. serta memudahkan komunikasi visual dengan audiens. *Brand Guidelines* juga dapat membantu mencegah kesalahan penggunaan merek yang dapat mengurangi efektivitas komunikasi dan menimbulkan kebingungan atau ketidakjelasan dalam proses penyampaian informasi. *Brand Guidelines* biasanya berbentuk buku atau dokumen PDF yang dapat diunduh dan dibaca secara digital.