

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam mempromosikan produknya, suatu *brand* selayaknya memiliki *visual identity*. *Visual identity* adalah sebuah asosiasi identitas yang dapat dikenali secara visual dan keberadaannya yang selalu ada sehingga bisa mendapatkan pengakuan serta bisa diingat oleh audiensnya [1]. Salah satu *visual identity* yang paling utama ialah logo sebab dengan logo suatu merek bisa dikenali dan nantinya menjadi cerminan karakter dari perusahaan [2]. Perusahaan yang menggunakan identitas visual pun beragam mulai dari perusahaan yang memproduksi barang, perusahaan yang menyawakan jasa, sampai perusahaan yang menyediakan tempat untuk hiburan. Salah satu perusahaan yang menyediakan tempat hiburan adalah perusahaan wisata. Salah satu kabupaten yang memiliki lokasi wisata alam adalah Banyumas.

Banyumas adalah salah satu kabupaten di Jawa Tengah yang memiliki kawasan wisata alam yaitu Baturraden. Baturraden merupakan kawasan wisata yang lokasinya berada di kaki Gunung Slamet yang memiliki area wisata alam. Wisata alam yang disajikanpun beragam misalnya curug dan wilayah perbukitan. Salah satu wisata yang termasuk baru adalah Hutan Pinus Limpakuwus.

Hutan Pinus Limpakuwus adalah wisata alam yang menyajikan pemandangan hutan pinus di kaki Gunung Slamet. Wisata ini masih tergolong baru dan belum lama dibuka. Lokasi wisata ini ada di Jalan Raya Baturaden Timur Km 3,6 sawah dan hutan, Limpakuwus, Kec. Sumbang, Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah. Wisata Hutan Pinus Limpakuwus buka setiap hari mulai dari pukul 7 pagi sampai jam 3 sore. Kegiatan dan fasilitas yang ada di Hutan Pinus Limpakuwus adalah kegiatan *outbond* dengan fasilitas wilayah hutan yang luas, *camping area* serta area untuk piknik. Hutan pinus ini dikelola oleh masyarakat asli dari Banyumas terutama masyarakat Limpakuwus itu

sendiri. kegiatan yang telah dilakukan untuk memperkenalkan dan membangun *brand* Hutan Pinus Limpakuwus diantaranya promosi menggunakan media sosial seperti *Instagram* dan *Tiktok*.

Wisata Hutan Pinus Limpakuwus memiliki akun *Instagram* resmi bernama @hutanpinuslimpakuwus dan digunakan sebagai media promosi. Akun *Instagram* Hutan Pinus Limpakuwus berisi informasi dan *repost* foto dari pengunjung sebagai testimoni untuk wisata tersebut. Bahasa yang digunakan adalah bahasa Banyumas ngapak karena Banyumas sangat kental dengan budaya jawanya dan memiliki ciri tersendiri. Selain itu juga memiliki akun *Tiktok* dan juga *Youtube*. Ketiga akun sosial media tersebut menggunakan foto profil yang sama yaitu logo Hutan Pinus Limpakuwus

Sayangnya, logo yang digunakan oleh Hutan Pinus Limpakuwus dalam *Instagram*nya menggunakan logo yang berasal dari website penyedia logo jadi yaitu dari website *vectorstock*. Ada beberapa permasalahan yang akan terjadi jika suatu merek menggunakan logo yang berasal dari website penyedia logo jadi. Masalah yang pertama adalah terkait hak cipta suatu merek yang tidak bisa didaftarkan karena logo tersebut sudah terikat dalam aturan *website* penyedia *vectorstock* [3]. Masalah selanjutnya adalah logo tersebut memungkinkan digunakan oleh merek lain sebagai logo perusahaan, sehingga logo tersebut tidak bisa mencitrakan merek yang dipayunginya.

Peran logo sangat penting bagi suatu perusahaan karena logo merupakan elemen identitas visual yang utama, dari logo akan memvisualkan karakter serta cita-cita suatu perusahaan [4]. Hal ini juga yang akan berkaitan dengan proses promosi atau proses memperkenalkan produk yang dipunya perusahaan kepada khalayak ramai. Maka dari itu ada yang namanya Pedoman Sistem Identitas. Pedoman Sistem Identitas adalah suatu pedoman yang digunakan oleh perusahaan untuk memvisualisasikan citra perusahaan dalam suatu kesatuan yang utuh [4].

Dengan perancangan identitas visual yang baik maka akan timbul *brand awareness*. *Brand awareness* atau disebut juga kesadaran merek merupakan pola kesadaran konsumen dalam mengenali suatu merek yang terjadi dengan

terbiasanya konsumen terhadap suatu merek. *Brand awareness* merupakan bagian yang penting dimana dampaknya terhadap persepsi dan sikap konsumen dengan begitu *brand awareness* dapat menuntun pilihan kesetiaan pada konsumennya [10]. Hal ini berkaitan dengan citra sebuah merek karena dengan adanya *brand awareness* maka dapat merefleksikan sebuah merek di dalam pikiran konsumen.

Dari uraian diatas, penulis tertarik untuk merancang solusi alternatif berupa perancangan identitas visual Hutan Pinus Limpakuwus sebagai penguat *brand awareness* agar nantinya dalam proses memperkenalkan merek, merek Hutan Pinus Limpakuwus bisa dengan mudah dikenali dan mudah diingat.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1.2.1 Bagaimana merancang *visual identity* untuk Hutan Pinus Limpakuwus?

1.2.2 Bagaimana menerapkan *visual identity* untuk Hutan Pinus Limpakuwus ke berbagai media promosi?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1.3.1 Untuk membuat *visual identity* Hutan Pinus Limpakuwus

1.3.2 Untuk membuat penerapan *visual identity* hutan pinus limpakuwus di berbagai media promosi

1.4 Batasan Masalah

Batasan dalam penelitian ini adalah perancangan yang berfokus pada desain *visual identity dan penerapannya di berbagai media promosi..*

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1.5.1 Bagi Institusi

Untuk institusi, hasil penelitian akan berguna sebagai referensi perancangan dan sebagai rangsangan untuk penelitian selanjutnya mengenai *branding* objek wisata.

1.5.2 Bagi Keilmuan DKV

Dengan upaya penulis merancang *redesign* untuk Hutan Pinus Limpakuwus, mendorong penulis agar menjadi mahasiswa yang mengerti dalam proses perancangan dan menggunakan segala pengetahuan yang penulis miliki sebagai upaya penerapan ilmu desain dalam kehidupan nyata selama belajar di kampus.

1.5.3 Bagi Masyarakat

Dengan adanya penelitian ini maka bisa digunakan sebagai inspirasi untuk model perancangan identitas visual yang digunakan oleh bidang usaha dalam masyarakat. Selain itu menjadi edukasi bagi masyarakat untuk berhati-hati dalam menggunakan logo yang beredar di internet.