

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Camping merupakan sebuah aktivitas atau kegiatan yang dilakukan di luar ruangan dan alam terbuka seperti di hutan, taman, ataupun gunung. Kegiatan *camping* ini biasanya dilakukan untuk menghindari dan istirahat sejenak dari ramainya hiruk pikuk perkotaan. Dengan tujuan rekreasi, kegiatan *camping* biasanya dilakukan oleh keluarga, teman ataupun kerabat terdekat. *Camping* dilakukan dengan membangun sebuah tenda sebagai pengganti rumah yang dibangun di area terbuka dan tanah yang rata. Biasanya, kegiatan *camping* juga dilakukan di tempat yang sudah disediakan oleh pemilik tempat ataupun pemerintah yang disebut bumi perkemahan (*campsite*). Bumi perkemahan merupakan sebuah tempat atau area yang sudah dipersiapkan sebelumnya untuk melakukan aktivitas *camping*. Bumi perkemahan biasanya terletak di pegunungan ataupun di pesisir pantai. Bumi perkemahan dibuat dengan tujuan agar para *campers* (sebutan untuk orang yang melakukan aktivitas *camping*) tidak perlu repot – repot untuk mencari lokasi berkemah sehingga bisa melakukan aktivitas *camping* dengan lebih mudah dan juga nyaman.

Istilah *camping* yang asalnya hanya berarti tinggal diluar ruangan, sekarang sudah berubah menjadi salah satu pilihan untuk menenangkan pikiran dan menjadi salah satu alternatif wisata. *Trend camping*, saat ini sudah menjadi pariwisata yang sangat digemari oleh banyak orang terutama untuk mereka yang tinggal di perkotaan karena aktivitas *camping* dilakukan di alam terbuka. Dengan berkembangnya tren pariwisata tersebut, saat ini sangat banyak tempat kemah yang sudah menyediakan

segala keperluan untuk melakukan aktivitas *camping* di berbagai tempat. Berbagai akomodasi dan peralatan dari mulai tenda, peralatan tidur, sampai peralatan masak sudah disediakan di beberapa tempat perkemahan. Sampai akhirnya, akhir – akhir ini banyak bermunculan istilah baru dalam aktivitas *camping* yaitu *glamping*. *Glamping* merupakan akronim dari *glamorous camping* yang berarti kemah mewah. Disebut dengan istilah karena tempat kemah tersebut sudah seperti tenda yang mirip dengan hotel namun ditempatkan di alam terbuka. Mulai dari adanya Kasur, selimut sampai beberapa terdapat TV dan lampu seperti halnya kamar hotel.

Dengan maraknya bermunculan istilah - istilah baru dalam dunia *camping* selain *glamping*, banyak tempat kemah yang bukan hanya menyediakan tempat untuk berkemah, tetapi juga sudah menyiapkan tenda untuk ditempati oleh orang yang ingin berkunjung dan merasakan pengalaman berkemah dengan instan dan mudah. Tempat perkemahan tersebut berlokasi di daerah yang strategis dengan menyuguhkan pemandangan alam yang indah seperti di dataran tinggi ataupun dataran rendah. Tempat kemah tersebut biasanya sudah menyediakan tenda untuk ditempati, didalamnya sudah disediakan peralatan tidur seperti matras dan sleeping bag, sampai peralatan masak dan alat pemabakaran. Jadi, orang yang ingin mengunjungi tempat kemah tersebut tidak perlu membawa apapun sehingga bisa melakukan aktivitas *camping* dengan praktis. Bentuk lebih sederhana dari *glamping* ini sedang banyak diminati oleh banyak orang di Indonesia salah satunya di daerah Jawa Barat.

Curug layung *private camp*, merupakan salah satu tempat wisata yang berbasis *campsite* yang sudah menyediakan segala keperluan untuk melakukan aktivitas *camping*. Curug layung *private camp* terletak di daerah Kabupaten Bandung

Barat tepatnya di Jl. Kolonel Masturi, Desa Kertawangi, Kecamatan Cisarua, Kabupaten Bandung Barat. Curug Layung Private sesuai namanya terletak tepat di dekat gerbang pintu masuk wisata air terjun Curug Layung. Curug Layung *private camp* merupakan perkemahan yang dibangun pada akhir tahun 2021 tepatnya pada bulan November 2021. Orang – orang dalam kurun waktu yang cukup lama ini hanya mengetahui bahwa ada tempat wisata yang menyuguhkan pemandangan alam yang indah air terjun di daerah Kolonel Masturi yaitu Curug Layung. Sedangkan masih belum banyak yang tahu bahwa sebenarnya, dalam beberapa waktu terakhir terdapat tempat wisata baru yang bergerak di sector *campground*.

Curug Layung *private camp* mengusung konsep perkemahan yang mengutamakan privasi untuk orang – orang yang akan melakukan aktivitas *camping* di tempat tersebut. Dengan jarak tenda yang cukup jauh ke tenda yang lainnya, Curug Layung *private camp* ingin pengunjung yang datang ke tempat tersebut merasa nyaman dan tenang dengan beberapa pengunjung yang lainnya. Curug Layung *private camp* juga sudah menyediakan peralatan untuk melakukan aktivitas *camping* seperti tenda, matras, *sleeping bag*, juga dengan peralatan masaknya. Dengan lokasi yang cukup strategis yaitu berada tepat di pinggir tebing, sehingga bisa langsung melihat hamparan luas hutan pinus dan melihat matahari terbenam. Tempat wisata tersebut juga memiliki beberapa pilihan paket yang bisa dipilih oleh pengunjung yang dimulai dari range harga Rp. 500.000 – Rp. 850.000. Pilihan paket tersebut beragam mulai dari hanya menyediakan tempat dan peralatan berkemah, sampai mendapatkan makanan berupa steak seperti di restoran. Curug Layung *private camp* biasanya kedatangan pengunjung berupa keluarga, ataupun *gathering* dari perusahaan.

Dengan beberapa keunggulan dan fasilitas yang dimiliki oleh curug layung *private camp* tersebut di tengah maraknya tren pariwisata *camping*, sangat disayangkan jika tempat tersebut tidak memiliki identitas visual yang menjadi agar menjadi pembeda dan ciri khas sehingga bisa dikenali dengan mudah. Dengan ketatnya persaingan di *sector* pariwisata tersebut, penulis berupaya membuat sebuah identitas visual yang kuat sehingga tempat wisata tersebut memiliki daya pikat dan ciri khas sendiri agar bisa diingat dan dikenali dengan mudah.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan, berikut merupakan beberapa masalah yang ditemukan :

- Belum ada identitas visual yang dimiliki oleh tempat wisata Curug Layung *Private Camp*
- Aktivitas *branding* yang masih belum dilakukan secara konsisten

1.3 Rumusan Masalah

Dari beberapa masalah yang sudah diidentifikasi diatas, berikut merupakan rumusan masalah yang didapat :

- Bagaimana cara merancang identitas visual yang sesuai dengan tempat wisata curug layung *private camp*?

1.4 Lingkup Perancangan

Berikut merupakan lingkup perancangan yang dilakukan:

- Bahasan meliputi perancangan identitas visual pada curug layung *private camp*
- Penelitian hanya dilakukan pada Kawasan wisata curug layung *private camp* dan juga *competitor* tempat wisata yang serupa

1.5 Manfaat dan Tujuan Perancangan

Berikut merupakan beberapa manfaat dan tujuan dari perancangan yang dilakukan:

- **Manfaat**

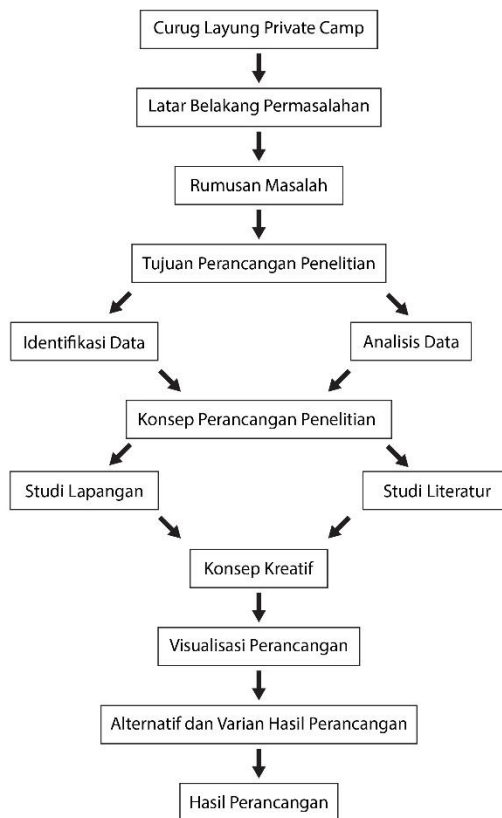
Membuat dan merancang identitas visual untuk tempat wisata perkemahan curug layung private camp agar bisa dikenali dan guna meningkatkan *awareness* terhadap para konsumennya.

- **Tujuan**

Merancang identitas visual yang tepat sehingga tempat wisata curug layung *private camp* bisa dikenali dan bersaing dengan *competitor* tempat wisata serupa lainnya.

1.6 Skema Perancangan

Berikut merupakan skema berpikir dan alur perancangan yang disusun guna mempermudah penelitian.



Gambar 1. 1 Skema Perancangan

1.7 Metode Perancangan

Dalam bagian ini akan menjelaskan secara garis besar bagaimana cara perancangan dan proses pengumpulan data dilakukan.

1.7.1 Metode Pengumpulan Data

a. Data Primer

- Wawancara

Pengumpulan data dengan cara dilakukan kepada pihak – pihak yang berhubungan langsung dengan penelitian seperti tempat penelitian, *competitor*, dan juga para pengunjung dengan cara mengajukan beberapa pertanyaan seputar permasalahan yang dibahas.

- Observasi

Observasi langsung terhadap tempat dan lingkungan yang menjadi tempat penelitian ataupun ke tempat wisata serupa yang dianggap menjadi competitor terdekat merupakan pengumpulan data yang menganalisis tingkah laku konsumen dan juga menganalisis secara visual dan geografis tempat yang diteliti

- Kueisioner

Kueisioner dibuat agar pengumpulan data bisa dilakukan secara efektif dan praktis dengan cara membagikan angket yang berisikan beberapa pertanyaan

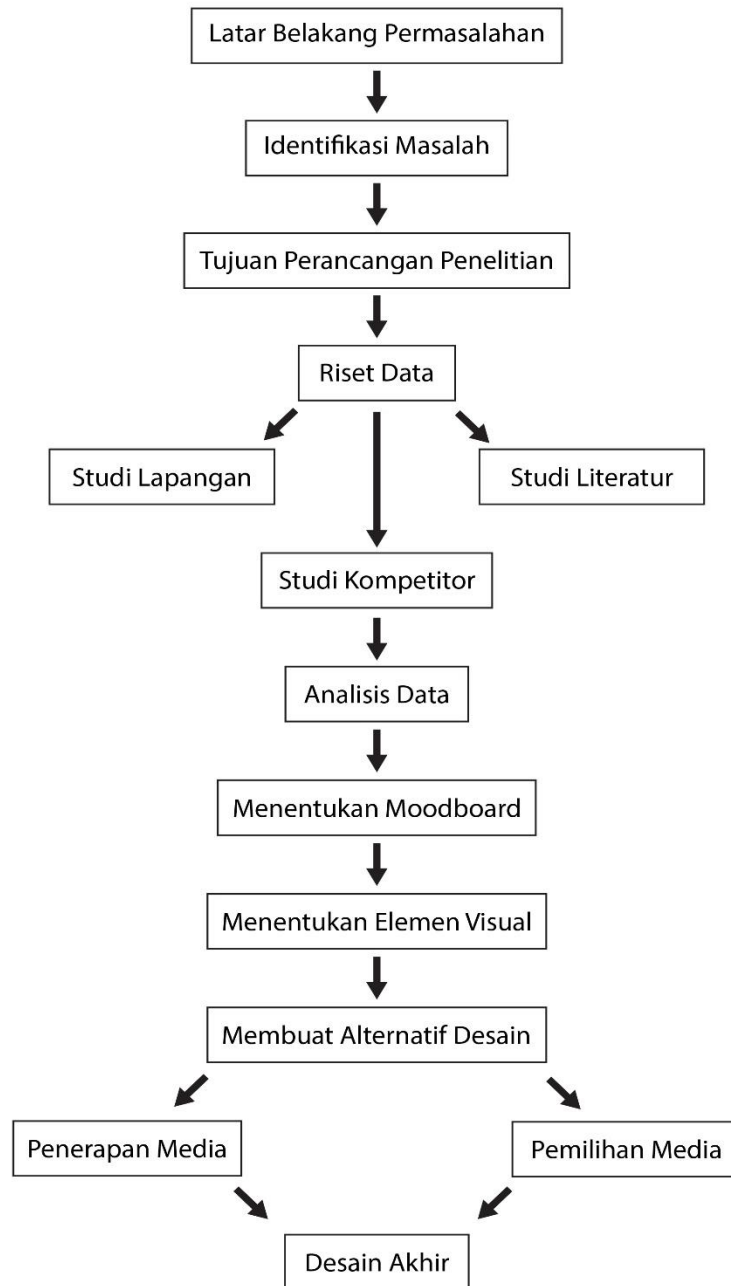
b. Data Sekunder

- Studi Literatur

Untuk pengumpulan data sekunder dilakukan dengan mencari bahan bacaan berupa buku, artikel, berita ataupun jurnal terkait dengan permasalahan yang diteliti.

1.7.2 Tahapan Perancangan

Berikut merupakan tahapan perancangan yang dilakukan.



Gambar 1. 2 Tahapan Perancangan

1.8 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini, penulis menjelaskan latar belakang masalah yang diteliti dan menemukan urgensi serta permasalahan apa saja yang ditemukan

BAB II LANDASAN TEORI

Di bab ini terdapat teori-teori utama dan pendukung yang akan digunakan untuk mendukung penelitian terkait dengan penelitian dan perancangan yang akan dibuat.

BAB III ANALISA DATA

Dalam bab ini, menjelaskan tentang data dan analisa yang dilakukan, mulai dari wawancara, kuesioner, menganalisis target audience, analisa masalah, serta citra apa yang mau dibawa.

BAB IV PERANCANGAN

Bab ini penulis menjelaskan mengenai strategi branding seperti apa dan identitas visual seperti apa yang ingin diangkat sehingga bisa sesuai dengan perusahaan dan target audiens nya.

BAB V PENUTUP

Bab ini menjelaskan mengenai kesimpulan dan saran-saran yang didapatkan dari penelitian yang telah dilakukan.