BAB I
PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang Masalah

Pariwisata di Indonesia diperlukan sebagai salah satu sumber devisa negara selain dari sektor migas yang sangat potensial dan mempunyai andil besar dalam membangun perekonomian dan diharapkan dapat berfungsi dalam pembangunan dan dapat menunjang pembangunan berkelanjutan. Sektor pariwisata akan menjadi aset negara Indonesia apabila mampu dikelola dengan baik. kota Bandung merupakan salah satu wilayah tujuan wisata di Indonesia, menawarkan berbagai macam obyek wisata baik obyek wisata alam, wisata buatan, maupun wisata budayanya, salah satu daerah tujuan wisata di kota Bandung yang diantaranya kaya akan obyek wisata rekeasi dan daya tarik wisata salah satunya berupa tempat rekreasi seperti Trans Studio Bandung, Kampung Gajah Wonderland, dan Bandung Carnival Land, sehingga Bandung dijadikan sebagai tempat untuk menghabiskan waktu libur.

Bandung Carnival Land yang berdiri pada tahun 2010 merupakan salah satu taman rekrasi *outdoor theme park* terbesar di kota Bandung dan diresmikan pada tanggal 14 Maret 2011 untuk mulai menjalankan tugasnya sebagai atraksi hiburan dengan konsep *theme park* di kota Bandung. Bandung Carnival Land memiliki keunikan dengan berbagai macam wahana permainannya berada diluar ruangan (*outdoor*) dan di dalam ruangan (*indoor*) yang dapat dinikmati mulai dari kalangan anak-anak, remaja, hingga dewasa.

Wahana permainan yang beragam serta fasilitas yang lengkap telah disediakan dapat dijadikan sebagai wisata bermain keluarga. Bandung Carnival Land menawarkan berbagai wahananya yang menarik. Terdapat 14 wahana permainan dengan jenis yang berbeda dan unik diantaranya yaitu: *Cinema 4 Dimensi, Buah Terbang, Taman Lampion,* dan lain-lain. Fasilitas pendukung lainnya seperti toilet, *mushola, food centre*, dan lahan parkir yang luas dapat memenuhi kebutuhan wisatawan yang berkunjung ke Bandung Carnival Land. Potensi yang dimiliki

diatas dengan nilai ekonomis serta sarana dan prasarana pendukung yang menunjang objek wisata tersebut dapat menjadi obyek wisata rekreasi utama di kota Bandung.

Bandung Carnival Land merupakan satu-satunya *outdoor theme park* terbesar di kota Bandung yang memiliki potensi sebagai obyek wisata rekreasi berupa *theme park*, namun pada kenyataannya masih memiliki permasalahan pada bagian *internal* perusahaan dan identitas visual Bandung Carnival Land beserta konsistensinya. Bahwa telah terjadinya pergantian direktur/kepemimpinan Bandung Carnival Land yang berimbas pada perubahan visi dan misi, sistem perusahaan, dan tim manajemen perusahaan itu sendiri. Terdapat beberapa alasan pentingnya suatu perusahaan perlu melakukan perubahan identitas baru yaitu: terjadinya visi dan misi perusahaan yang baru, pergantian manajemen seperti pergantian kepemimpinan perusahaan, tim manajemen, dan identitas perusahaan tidak dapat mewakili pelayanan dari perusahaan tersebut. (Aaker, 2015, h.185). Sehingga Bandung Carnival Land perlu menentukan arah baru dalam mewakilkan perusahaannya, dengan pembaharuan identitas Bandung Carnival Land yang sejalan dengan visi dan misi baru perusahaan.

Pada ketetapan identitas Bandung Carnival Land yang di aplikasikan pada seluruh medianya masih kurang konsisten dan tidak mempunyai sistem identitas yang sistematis, sehingga tidak memunculkan karakteristik identitas perusahaan yang mudah diingat oleh pengunjung. Identitas yang ditampilkan dengan konsisten akan memberi gambaran pada publik bahwa entitas tersebut konsekuen dan professional. Konsistensi adalah langkah menuju suatu citra perusahaan yang kuat dan mampu memberikan nilai tambahan terhadap suatu produk. (Rustan, 2009, h.66).

Selain itu, Identitas Bandung Carnival Land kurang mewakili gambaran perusahaan dalam menunjukkan identitasnya sebagai perusahaan yang bergerak dibidang obyek wisata rekreasi. Identitas Bandung Carnival Land belum dapat merepresentasikan visi perusahaan sebagai obyek wisata rekreasi, sebagian masyarakat kesulitan dalam mengidentifikasi jenis bidang usaha Bandung Carnival

Land, sehingga menyebabkan masih adanya persepsi masyarakat bahwa Bandung Carnival Land sebagai toko mainan anak. Berdasarkan kuesioner yang dimulai pada tanggal 27 Maret 2015 hingga tanggal 16 April 2015 yang dibagikan kepada 50 orang responden yang berasal dari berbagai kalangan mulai dari umum, mahasiswa, guru hingga siswa yang berdomisili wilayah Jawa Barat, dapat disimpulkan bahwa sekitar 64% responden mengakui hal tersebut. Karena sebuah perusahaan yang baik harus dapat menyampaikan pesan serta *image* sesuai melalui identitas perusahaan.

Berbagai hal tersebut tentu saja akan berdampak pada *image* suatu perusahaan, mengingat Bandung Carnival Land merupakan satu-satunya *outdoor theme park* terbesar di kota Bandung. Diperlukan suatu upaya agar identitas Bandung Carnival Land dapat sejalan dengan visi dan misi baru perusahaan yang pada akhirnya eksistensi Bandung Carnival Land akan terus terjaga dan menunjang perkembangan untuk memantapkan kedudukan Bandung Carnival Land sebagai obyek wisata rekreasi yang diharapkan memberi kesadaran kepada masyarakat kota Bandung mengenai keberadaan Bandung Carnival Land yang dapat dijadikan sebagai salah satu obyek wisata rekreasi keluarga di kota Bandung.

I.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, maka dapat diidentifikasikan beberapa permasalahan, yaitu:

- Terjadinya perubahan sistem perusahaan yang baru pada Bandung Carnival Land meliputi visi misi, tim manajemen seperti pergantian direktur/ kepemimpinan Bandung Carnival Land.
- Bandung Carnival Land kurang konsisten dengan identitas visual yang telah ada terutama penerapan identitas Bandung Carnival Land pada berbagai media aplikasi.
- Identitas Bandung Carnival Land kurang mewakili gambaran perusahaan dalam menunjukkan identitasnya sebagai perusahaan yang bergerak dibidang obyek wisata rekreasi. Menyebabkan masih adanya persepsi masyarakat bahwa Bandung Carnival Land sebagai toko mainan anak. Data menunjukan bahwa 64% responden mengakui hal tersebut.

I.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang ada, maka dapat dirumuskan sebagai berikut:

- Bagaimana perancangan identitas visual dapat memperjelas identitas Bandung Carnival Land sebagai obyek wisata rekreasi yang sejalan dengan perubahan visi dan misi baru Bandung Carnival Land serta memiliki sistem identitas yang konsisten?

I.4 Batasan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah, maka batasan masalah dalam melakukan perancangan ini adalah:

- Obyek yang diteliti yaitu Bandung Carnival Land.
- Pada perancangan ini, pembahasan akan terfokus pada hal-hal yang berhubungan dengan identitas logo Bandung Carnival Land.

I.5 Tujuan Perancangan

- Memperjelas identitas Bandung Carnival Land sebagai obyek wisata rekreasi melalui identitas visual.
- Identitas visual Bandung Carnival Land dapat sejalan dengan perubahan sistem perusahaan yang baru pada Bandung Carnival Land meliputi visi dan misi serta strategi bisnis.
- Mempunyai identitas visual yang merepresentasikan identitas Bandung Carnival Land, sehingga pembenahan dan citra baru perusahaan dapat berdampak positif bagi Bandung Carnival Land.
- Bandung Carnival Land memiliki sistem identitas yang sistematis serta konsisten dalam pengaplikasian identitas visual Bandung Carnival Land terhadap media aplikasi dan media pendukung.

I.6 Manfaat Perancangan

a. Bagi Pengunjung dan Masyarakat Umum

- Kesadaran masyarakat mengenai identitas Bandung Carnival Land sebagai perusahaan yang bergerak di bidang obyek wisata rekreasi.
- Karakteristik identitas Bandung Carnival Land dapat mudah diingat oleh pengunjung dikarenakan Bandung Carnival Land memiliki konsistensi.

b. Bagi Perusahaan

Dengan adanya pembaharuan identitas Bandung Carnival Land dapat mempertahankan kedudukan Bandung Carnival Land sebagai objek wisata sebagai salah satu obyek wisata rekreasi keluarga di kota Bandung.