

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pariwisata merupakan salah satu sektor yang memiliki kontribusi signifikan terhadap perekonomian Indonesia. Sebagai negara kepulauan dengan keanekaragaman alam dan budaya yang kaya, Indonesia memiliki potensi besar dalam mengembangkan pariwisata. Untuk mengatur dan mengembangkan sektor pariwisata, Menurut Badan Pusat Statistik (BPS), jumlah kunjungan Wisatawan ke Indonesia hingga Agustus 2024 menunjukkan jumlah kunjungan mencapai 9,09 juta, naik 20,38% dari periode yang sama tahun 2023. pariwisata Indonesia telah mengalami pertumbuhan yang pesat. Hal ini tidak terlepas dari berbagai upaya yang dilakukan oleh pemerintah melalui Kementerian Parawisata dan dinas-dinas pariwisata daerah untuk mengembangkan dan mempromosikan sektor ini.

Lembah Mangkisi, yang terletak di Lurah Bukik, Balai Panjang, Kecamatan Lareh Sago Halaban, Kabupaten Lima Puluh Kota, Sumatera Barat, merupakan destinasi wisata yang menawarkan keindahan alam yang menakjubkan dan warisan budaya yang kaya. Lembah Mangkisi resmi dibuka pada tanggal 7 Februari 2024. Fasilitas yang tersedia di destinasi ini mencakup kolam renang yang bersih dan modern serta area glamping (*glamorous camping*), memberikan pengalaman berkemah yang mewah di tengah keindahan alam. Selain itu, terdapat berbagai spot foto menarik yang memanfaatkan panorama alam sebagai latar belakang, menjadikannya tempat yang sangat nyaman dan tentram, tempat ini dapat digunakan untuk berbagai acara dan pertemuan komunitas, pengunjung dapat menikmati berbagai

hidangan local yang di sajikan, serta tersedia tempat ibadah bagi pengunjung yang ingin melaksanakan sholat.

Dari hasil wawancara dengan bapak idris selaku pengurus lembah mangkisi, beliau mengatakan bahwa Lembah Mangkisi masih belum adanya identitas visual berupa logo dan *Graohic Standart Manual* sebagai acuan untuk Lembah Mangkisi, sehingga berpengaruh kepada penjunjung, wisata Lembah Mangkisi belum memiliki identitas yang dapat menggambarkan dengan jelas ciri khas wisata Lembah Mangkisi. Identitas Visual merupakan salah satu langkah yang memiliki peran krusial dalam membentuk identitas yang kuat dan mudah untuk dikenali. Identitas visual dimanfaatkan untuk membangun citra brand, memudahkan konsumen dalam mengingat brand, dan juga dapat menumbuhkan loyalitas konsumen (Widyokusumo, 2014: 165). Identitas visual mampu memberikan manfaat positif bagi suatu usaha dan merupakan modal untuk mengembangkan suatu usaha. Selain itu, sebuah identitas visual juga dijadikan sebagai alat untuk bersaing di tengah persaingan pasar (Calvalie, 2021: 54). Namun menurut (Sari, 2024) : Identitas visual yang konsisten dan menarik dapat membantu perusahaan membangun loyalitas pelanggan dan menciptakan hubungan emosional dengan audiens.

Dengan adanya identitas visual dapat menciptakan representasi yang kuat, konsisten dan mudah dikenali dari sebuah entitas baik itu perusahaan, organisasi maupun destinasi wisata, melalui identitas visual dalam bentuk logo dan *guideline Book* yang dibuat dan diaplikasikan keberbagai media promosi, diharapkan dapat digunakan untuk menjadi wadah baru yang merepresentasikan nilai-nilai dan visi misi Lembah Mangkisi.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka perlu dilakukan “*Branding Identitas Visual Lembah Mangkisi di lima puluh kota*”

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, dapat diidentifikasi masalah-masalah sebagai berikut :

1. Identitas Visual *brand* Lembah Mangkisi di Limapuluh Kota belum ada.
2. Tidak adanya standarisasi penggunaan elemem-elemen *branding* yaitu belum adanya *Guideline book*.
3. Upaya pengembangan wisata Lembah Mangkisi

C. Batasan Masalah

Batasan masalah bertujuan untuk perancangan lebih terarah, memudahkan pembahasan dalam mencapai tujuan penelitian. Maka dari itu perancangan akan memberi Batasan masalah dalam perancangan ini sebagai berikut :

1. Belum adanya Identitas Visual yang digunakan saat ini sebagai identitas brand Lembah Mangkisi.
2. Kurangnya panduan yang terstandarisasi untuk penggunaan elemen-elemen *branding* yaitu belum adanya *Guidline Book*.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, identifikasi masalah, dan batasan masalah diatas, dapat dirumuskan masalah yang akan di bahas dalam tugas akhir ini adalah :

1. Bagaimana merancang sebuah Identitas Visual yang mewakili identitas *brand* Lembah Mangkisi di Limapuluh Kota?

2. Bagaimana merancang *guideline book* sebagai standarisasi panduan Lembah Mangkisi di Limapuluh Kota ?

E. Tujuan Perancangan Umum

Berdasarkan rumusan masalah diatas, tujuan dari perancangan ini adalah:

1. Tujuan Umum:

- a. Merancang identitas visual yang mampu merepresentasikan nilai-nilai budaya, keindahan alam, dan visi strategis Lembah Mangkisi sebagai destinasi wisata unggulan di Kabupaten Limapuluh Kota, Sumatera Barat, guna meningkatkan daya tarik dan kesadaran *brand* di tingkat lokal maupun nasional.

2. Tujuan Khusus:

- a. Menghasilkan logo yang mencerminkan keindahan alam Lembah Mangkisi
- b. Membuat *guideline book* yang mencakup elemen-elemen visual seperti warna utama, tipografi, elemen grafis pendukung, dan aturan penerapan logo pada berbagai media

F. Manfaat Perancangan

1. Bagi Pengelola Wisata Lembah Mangkisi

- a) Meningkatkan Daya Tarik Branding yang kuat dapat meningkatkan daya tarik wisatawan, baik lokal maupun mancanegara, dengan memberikan identitas yang jelas dan mudah dikenali..
- b) Meningkatkan Reputasi Branding yang efektif dapat membangun reputasi yang baik, memperkuat posisi Lembah Mangkisi sebagai destinasi wisata unggulan.

2. Bagi Target Audience

- a) Identitas visual yang jelas membantu pengunjung memahami dan merasakan esensi dari Lembah Mangkisi, meningkatkan pengalaman mereka..
- b) Melalui Identitas Visual dan elemen visual lainnya, pengunjung dapat dengan mudah mengenali destinasi ini, bahkan sebelum mereka mengunjunginya..

3. Bagi Perancang

- a) Proses perancangan identitas visual yang melibatkan elemen budaya dan alam lokal memungkinkan perancang untuk mengembangkan kemampuan kreatif dalam menciptakan desain yang tidak hanya estetis, tetapi juga berbicara kepada audiens. .

b) Bekerja pada proyek branding destinasi wisata besar memberikan pengalaman yang berharga dalam mengelola proyek desain dengan cakupan luas, termasuk pembuatan Identitas Visual, guideline book, dan elemen-elemen lainnya..

4. Bagi Pengembangan Ilmu Pengetahuan

- a) Perancangan ini dapat memberikan wawasan baru dalam studi branding, khususnya dalam konteks destinasi wisata dan pengembangan daerah berbasis budaya lokal.
- b) Penelitian ini dapat mengembangkan teori-teori yang ada dalam ilmu komunikasi, desain grafis, dan pariwisata, serta memberikan kontribusi praktis terkait branding destinasi.