

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar belakang

Lamongan adalah salah satu kabupaten yang ada di Jawa Timur yang memiliki berbagai macam wisata, meliputi wisata hiburan, wisata kuliner, wisata religi, wisata alam, wisata sejarah, wisata pantai, dan lain-lain. Salah satunya adalah Wisata Edukasi Gondang Outbond (WEGO) Lamongan sebagai wisata alam dengan muatan Pendidikan di dalamnya. Wisata Edukasi Gondang Outbond (WEGO) Lamongan merupakan salah satu wisata baru yang ada di Kabupaten Lamongan dan diresmikan pada 10 November 2016 lalu yang bertepatan dengan hari pahlawan dan dibangun pada lahan seluas 23 hektar yang ada di Desa Deketagung, Kecamatan Sugio, Kabupaten Lamongan, Jawa Timur.

Wisata Edukasi Gondang Outbond (WEGO) ini adalah tempat wisata yg mengkombinasikan antara wisata alam dengan dunia pendidikan. Selain mempunyai konsep daerah wisata juga mempunyai konsep buat pengetahuan tentang hutan hujan tropis dengan berbagi jenis pohon di dalamnya. Daya tarik utama di Wisata Edukasi Gondang Outbond (WEGO) ialah adanya pesawat bekas yg dipajang ditengah area Wisata Edukasi Gondang Outbond (WEGO) yang diberi nama Wego Air (Irawan et al., 2021).

Wisata Edukasi Gondang Outbond (WEGO) merupakan salah satu tempat wisata yang merasakan dampak dari pandemic Covid-19. Seperti yang disampaikan oleh bapak Sudarmono salah satu pengelola Wisata Edukasi Gondang Outbond (WEGO) Dampak yang dirasakan adalah jumlah pengunjung yang mengalami penurunan sehingga pendapatan berkurang dan di tahun pertama pernah merasakan penutupan tempat Wisata Edukasi Gondang Outbond (WEGO) tersebut (Wawancara, Oktober 2022). Sehingga diciptakannya seni manajemen bertahan bisnis dengan cara melakukan digital marketing yaitu, diskon tiket masuk dan menerapkan strategi *CRM (Customer Relationship Marketing)*. Penerapannya artinya menggunakan metode *Servicing* yaitu dengan cara memberikan pelayanan terbaik bagi konsumennya. kemudian *Preparing* yaitu mempersiapkan usaha sesudah Covid-19 berakhir serta *Actualizing* yaitu mewujudkan seni manajemen taktik yang telah disiapkan (Zaidiyah & Murtini, 2018)

Oleh karena itu untuk mewujudkan metode tersebut, Wisata Edukasi Gondang Outbond (WEGO) perlu memberikan pelayanan terbaik bagi konsumennya dengan mengevaluasi visual branding Wisata Edukasi Gondang Outbond (WEGO) ini. Jika dilihat dari masalah grafis

Wisata Edukasi Gondang Outbond (WEGO) ini, belum adanya penerapan visual identity. hal ini membuat WEGO lamongan tidak mempunyai karakter visual kuat yang dapat merepresentasikan sebuah tempat wisata outbound yang menyenangkan, yang memiliki fungsi edukasi. Seperti yang dikatakan oleh (Wawancara adinda, 2022) pada bagian logo masih ambigu seperti tulisan IWEGO, dan juga penerapan visual yang belum konsisten

Dikutip berasal 99designs, *Visual identity* ialah semua citra dan info grafis yang mengekspresikan ciri-ciri berasal brand serta apa yang membedakannya dari yang lain. Wisata Edukasi Gondang Outbond (WEGO) perlu adanya pemugaran pada segi Visual Identity.



Gambar 1.1 Logo WEGO  
(Sumber : [WEGO Lamongan - Home | Facebook](#))

Dari wawancara langsung kepada beberapa responden, 85% sepakat menyatakan jika Visual Identity Wisata Edukasi Gondang Outbond (WEGO) ini masih kurang dan perlu adanya rebranding. Branding merupakan aspek yang paling penting dalam sebuah bisnis karena kekuatan brand yang nantinya akan menentukan sebuah perusahaan akan sukses atau gagal. Pada dasarnya branding adalah penciptaan nilai tambah atas suatu perusahaan. Branding perusahaan dapat tercermin melalui logo, nama, dan tampilan lain yang digunakan oleh perusahaan seperti Graphic Standard Manual dan aspek-aspek pendukung lainnya. Branding yang dirancang oleh perusahaan dengan baik akan membantu membangun keyakinan kepada pengunjung.

Upaya branding yang sudah dilakukan oleh Wisata Edukasi Gondang Outbond (WEGO) antara lain mengaplikasikan logo Wisata Edukasi Gondang Outbond (WEGO) pada poster, banner, dan media sosial. Namun penerapan logo yang sudah dilakukan tidak disertai

dengan konsisten. Hal tersebut menjadikan tidak adanya kesatuan dalam cara penggunaan logo pada setiap media yang digunakan. Sedangkan logo sebagai identitas visual dari perusahaan adalah elemen-elemen yang dapat dilihat dan disentuh sebagai dari suatu merek, seperti warna, gaya dan bentuk, yang menyederhanakan dan menyampaikan arti yang takbisa digambarkan melalui kata-kata.

Logo harus mempresentasikan visi dan misi perusahaan, dan sesuai target audien. Logo ialah suatu identitas visual terhadap suatu entitas yang mempunyai kriteria khusus tertentu, seperti bentuk, filosofi, serta warna. menurut (Safanayong, 2006) Namun Wisata Edukasi Gondang Outbond (WEGO) tidak melakukan itu tidak memasukkan visi dan misi dari Wisata Edukasi Gondang Outbond (WEGO) kedalam logo mereka. Logo merupakan bagian dari rebranding, bisa dibuat semenarik dan sederhana, memudahkan manusia untuk lebih muda mengingat dan dikenali.

Segi visual yang ada di Wisata Edukasi Gondang Outbond (WEGO) saat ini masih belum adanya Super Grafis yang mereka gunakan dan penerapan logo yang masih belum konsisten. Maka dari itu diperlukan adanya satu langkah kongkrit untuk menjadikan Wisata Edukasi Gondang Outbond (WEGO) sebagai jujukan wisata yang ada di lamongan, caranya dengan rebranding.

Muzellec & Lambkin, 2006) mengatakan corporate rebranding sebagai proses yang diimplementasikan dan direncanakan secara sistematis dalam menciptakan dan memelihara suatu citra yang baik dan sebagai konsekuen suatu reputasi yang baik bagi perusahaan secara keseluruhan dengan mengirimkan tanda kepada seluruh stakeholders dan dengan mengelola perilaku, komunikasi, dan penyimbolan. Rebranding dapat memberikan pengaruh yang positif terhadap image suatu brand dikarenakan rebranding merupakan strategi yang dilakukan untuk terus menciptakan image positif terhadap suatu brand dalam persepsi konsumen (Kotler dan Armstrong, 2012:25). Dari hasil observasi langsung yang peneliti lakukan didapatkan hasil bahwa sangat dipelukannya Rebranding bagi tempat Wisata Edukasi Gondang Outbond (WEGO) untuk memberikan pengaruh positif terhadap brand Wisata Edukasi Gondang Outbond (WEGO).

Berdasarkan kondisi yang ada pada Wisata Edukasi Gondang Outbond (WEGO) memerlukan adanya branding yang sesuai Wisata Edukasi Gondang Outbond (WEGO), sehingga pembenahan yang dilakukan dapat memperkuat branding Wisata Edukasi Gondang Outbond (WEGO) untuk mengkomunikasikan brand dengan baik dan proposional. Perancang

melakukan rebranding untuk merancang tempat Wisata Edukasi Gondang Outbond (WEGO) sebagai wisata yang menarik dan edukatif.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

1. Berdasarkan hasil kuisisioner yang telah dilakukan kepada target audience dengan jumlah audien yaitu 50 responden, 56,5 % menyatakan bahwa branding Wisata Edukasi Gondang Outbond (WEGO) belum memiliki Visual Identity yang kuat.
2. Berdasarkan hasil kuisisioner yang telah dilakukan kepada target audience dengan jumlah audien yaitu 50 responden, 69,6% menyatakan bahwa logo dari Wisata Edukasi Gondang Outbond (WEGO) belum menjelaskan atau belum menyampaikan pesan dari branding Wisata Edukasi Gondang Outbond (WEGO)
3. Berdasarkan hasil observasi langsung yang perancang lakukan mendapatkan hasil bahwa Instagram dari Wisata Edukasi Gondang Outbond (WEGO) masih belum menggunakan visual identity yang konsisten.

## **1.3 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah, maka didapatkan rumusan masalah sebagai berikut.

“Bagaimana merancang rebranding Wisata Edukasi Gondang Outbond (WEGO) sebagai wisata yang menarik dan edukatif”.

## **1.4 Batasan Masalah**

1. Perancangan rebranding ini difokuskan pada perancangan Visual Identity Wisata Edukasi Gondang Outbond (WEGO).
2. *Output* perancangan ini diantaranya Visual Identity, media promosi *online*, media promosi *offline* atau media cetak, dan sign system yang ada di tempat Wisata Edukasi Gondang Outbond (WEGO).

## **1.5 Tujuan**

1. Perancangan Re-branding Identity Wisata Edukasi Gondang Outbond (WEGO) untuk pembuatan Visual Identity yang kuat sebagai brand Wisata Edukasi yang berada di kabupaten lamongan.

2. Menciptakan dan memperjelas positioning brand dari Wisata Edukasi Gondang Outbond (WEGO)
3. Mengenalkan tempat wisata yang menarik dan edukatif yang ada di lamongan.

### **1.6 Manfaat Perancangan**

1. Manfaat perancangan Rebranding ini bagi mahasiswa Desain Komunikasi Visual diharapkan mampu menjadi referensi bagi yang mempunyai minat untuk melakukan penelitian yang serupa.
2. Dari proses perancangan Rebranding ini diharapkan mampu mengeksistensikan Wisata Edukasi Gondang Outbond (WEGO). Serta memberikan Visual Identity yang kuat bagi Wisata Edukasi Gondang Outbond (WEGO) sebagai jujukan wisata yang ada di kabupaten lamongan.