

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Jawa Barat menjadi salah satu provinsi di Indonesia yang mempunyai kapasitas wisata yang tinggi dan beragam. Salah satunya yaitu banyak jenis parawisata yang beragam di Provinsi Jawa Barat. Mengutip dari *website* Dinas Parawisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat, mengatakan bahwa adanya beberapa jenis wisata diantaranya terdapat wisata alam, wisata budaya, wisata rekreasi, wisata, kuliner, wisata kesehatan, wisata sejarah, dan wisata minat khusus. Jenis- jenis wisata tersebut merupakan jenis wisata yang sudah tersebar di seluruh kota dan kabupaten di Provinsi Jawa Barat. Kota Bandung menjadi salah satu kota yang terkenal dengan keberagaman jenis parawisatanya.

Kota Bandung memiliki julukan yaitu sebagai Kota Kembang yang mempunyai deretan taman bunga dengan nuansa wisata alam yang segar dan mengusung konsep tematik seperti Taman Pustaka Bunga, Taman Vanda, Taman Lansia, dan juga Taman Superhero. Selain wisata yang berfokus pada satu jenis wisata, juga terdapat destinasi wisata yang mengkolaborasikan antara wisata alam, wisata edukasi, dan wisata rekreasi. Salah satunya adalah Taman wisata edukasi Taman Ade Irma Nasution atau lebih dikenal Taman Lalu Lintas Bandung yang terletak di Jalan Belitung No.1, Merdeka, Kec. Sumur, Kota Bandung.

Kawasan taman rekreasi Taman Lalu Lintas Bandung memiliki lahan yang seluas sekitar 3,5 hektare merupakan pusat komandi pertahanan Hindia-Belanda di Nusantara pada jaman dahulunya. Pertama kali dibangun oleh Belanda dengan nama Taman *Insulindepark* yang biasa digelar pasar malam atau pameran yang dikunjungi banyak none atau Indonesia-Belanda. Dari masa ke masa telah berlalu, *Insulindepark* diubah menjadi Taman Lalu – Lintas Ade Irma Suryani Nasution. Nama Ade Irma Suryani Nasution tersebut diambil dari nama putri sulung Jenderal A.H. Nasution yang merupakan salah satu jenderal yang lolos dari peristiwa kelabu G30S tahun 1965. Taman Lalu Lintas Bandung memiliki fasilitas wisata sebagai taman lingkungan, sebagai taman belajar, dan sebagai taman

rekreasi yang mengusung konsep tematik yaitu belajar sambil bermain diantaranya terdapat fasilitas wisata Air (kolam renang), Zona Kota (sarana edukasi belalu lintas seperti terminal bus, amfiteater, stasiun kereta api, permainan lalu lintas, dan kantor pengelola), Zona Gunung (area *playground*, area piknik, rumah pohon).

Berdirinya Taman Ade Irma Suryani Nasution atau Taman Lalu Lintas Bandung sudah ada Sejak pada tanggal 1 Maret 1958 sampai saat ini dan tidak banyak mengalami perubahan. Menurut data wawancara yang diperoleh dari Kepala Sarana dan Prasarana Taman Lalu Lintas Bandung bapak Asep Dzulfikar bahwa Taman Lalu Lintas Bandung pada saat ini sudah memiliki identitas visual/logo yang berada dibawah yayasan Ade Irma Suryani Nasution. Tetapi pihak pengelola menyarankan untuk penambahan identias visual/logo untuk Taman Ade Irma Nasution/ Lalu Lintas Bandung ini dikarenakan identitas visual yang digunakan oleh Ade Irma Suryani Nasution saat ini terlalu baku dan membutuhkan identitas visual yang lebih merepresentasikan karena seiring dengan berjalannyanya zaman dan waktu maka perlu adanya perubahan yang sesuai dengan *trend* desain pada masyarakat. Terkait dengan pemasaran/pengenalan promosi, Taman Lalu Lintas Bandung belum melakukan perencanaan pada media promosi yang meluas. Selama ini penggunaan media promosi hanya mengandalkan website, Instagram, Facebook, merchandise dengan informasi dan desain yang kurang menarik, lalu dengan pemaparan pengalaman/ ajakan berwisata dari *word of mouth*. Maka dari itu dengan pembuatan perancangan identitas visual dan mengimplementasikannya pada media promosi lebih terstruktur dari segi desain maupun informasinya bagi Taman Lalu Lintas Bandung.

Usaha menaikkan kunjungan wisatawan, Taman Lalu Lintas Bandung hanya mengandalkan promosi di media sosial terutama *Instagram* dan dikemas secara kurang menarik dari segi visual. Melihat dari data kunjungan wisatawan selama 5 tahun terakhir pada tahun 2020 dan 2021, Taman Lalu Lintas Bandung mengalami penurunan hingga 1,5% akibat situasi pandemi yang masih terus berjalan sampai saat ini. Pada tahun 2018 dan 2019 jumlah kunjungan wisata Taman Lalu Lintas

masing-masing menyentuh 37% dan 31,1% karena adanya pembaharuan revitalisasi sarana dan prasarana sehingga banyak pengunjung yang tertarik untuk datang ke Taman Lalu Lintas Bandung.

Promosi pada *destination branding* merupakan sebuah kegiatan yang berisi paket informasi tentang keberadaan elemen atraksi dan elemen sarana prasana yang tersedia di suatu tempat. Kegiatan promosi bertujuan untuk mengunjungi destinasi yang dipromosikan pada suatu waktu dengan sejumlah biaya tertentu (Judisseno, 2019:118).

Dalam fenomena promosi wisata perlu adanya pengemasan visual yang dapat mempresentasikan potensi dari Kawasan wisata tersebut disertai dengan media promosi yang tepat. Dengan adanya visi Taman Lalu Lintas Bandung sebagai taman lingkungan, sebagai taman belajar, dan sebagai taman rekreasi, identitas visual yang dimiliki sekarang belum merepresentasikan hal tersebut. Maka dari itu perlu adanya perancangan identitas visual Taman Ade Irma Suryani Nasution atau Taman Lalu Lintas sebagai bagian dari perancangan *branding* agar memiliki fondasi merek yang kuat dan terstruktur. Dengan adanya identitas visual dan media promosi diharapkan kebutuhan informasi mengenai Taman Lalu Lintas Bandung bisa tersampaikan kepada publik dengan cara yang menarik dan kreatif, agar mempermudah dan menarik minat perhatian wisatawan untuk mengunjungi Taman Lalu Lintas Bandung terutama anak-anak.

1.2. Permasalahan

1.2.1. Identifikasi Masalah

Dari latar belakang yang dijelaskan, dapat diidentifikasi beberapa permasalahan, sebagai berikut:

1. Taman Lalu Lintas Bandung belum memiliki identitas visual yang merepresentasikan target audiens yaitu anak-anak usia 6-12 tahun
2. Taman Lalu Lintas Bandung belum maksimal dalam pengelolaan promosi
3. Adanya penurunan angka tingkat kunjungan di masa pandemi

1.3. Rumusan Masalah

Sejalan dengan identifikasi permasalahan yang di atas, maka rumusan masalah yang akan dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Bagaimana rancangan identitas visual dan implementasi media promosi Taman Lalu Lintas Bandung agar dapat menarik minat perhatian wisatawan untuk berkunjung ke Taman Lalu Lintas Bandung?

1.4. Ruang Lingkup

Agar penelitian tidak terlalu luas dalam pembahasaanya, maka penulis memfokusasi batas ruang sebagai berikut:

- a) Apa
Perancangan identitas visual dan implementasinya pada media promosi Taman Lalu Lintas Bandung.
- b) Siapa
Diperuntukan untuk wisatawan daerah maupun nasional yang sudah memiliki keluarga dengan rentang usia 28-41 tahun.
- c) Dimana
Perancangan, pengumpulan data dan analisis dilakukan di Kota Bandung
- d) Kapan
Perncangan ini dilakukan dengan jangka waktu Maret 2022 hingga Agustus 2022
- e) Kenapa
Perancangan ini dibuat untuk menyelesaikan permasalahan identitas visual dan promosi bagi wisata edukasi Taman Lalu Lintas karena penyampaianya kepada masyarakat masih belum maksimal, terstruktur, menarik, dan kreatif.

- f) Bagaimana Merancang pembuatan identitas visual seperti logo, maskot, supergrafis, *signage* dan media promosi seperti *merchandise*, *media sosial Instagram*, *placemaking* Taman Lalu Lintas dengan menonjolkan karataresitik Taman Lalu Lintas sebagai Taman Lingkungan, Edukasi, dan Rekreasi

1.5. Tujuan Perancangan

Berdasarkan uraian permasalahan di atas, maka tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini adalah merancang identitas visual dan implementasinya pada media promosi wisata Taman Lalu Lintas agar memiliki identitas yang kuat sehingga dapat menyampaikan informasi kepada masyarakat secara terstruktur, menarik, dan kreatif.

1.6. Cara Pengumpulan

Pengumpulan data dilakukan dengan metode campuran atau kombinasi antara kuantitatif dan kualitatif. Metode penelitian kombinasi merupakan suatu metode penelitian antara kuantitatif dan kualitatif secara bersamaan, sehingga data yang diperoleh dapat lebih komprehensif, valid, *reliable* dan objektif. (Sugiyono, 2012: 404).

1.6.1. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang dilakukan pada perancangan tugas akhir ini yaitu:

1. Studi Pustaka

Studi kepustakaan adalah teknik pengumpulan data dengan mengadakan studi penelaahan terhadap buku referensi atau sumber -sumber lain yang berkaitan dengan antar masalah dan penelitian yang ingin dipecahkan sebagai landasan teori. (Zed, 2014: 1-5).

Berbagai referensi dari buku, *e-book*, maupun situs internet yang masih memiliki relevansi dengan perancangan identitas visual dan media promosi untuk kebutuhan penyusunan laporan.

2. Observasi

Observasi pada bidang penelitian visual adalah mengamati dan mencatat unsur-unsur yang terdapat pada imaji atau gambar. Gambar dilihat dengan teliti yang kemudian diolah menjadi bentuk informasi.

Pada penelitian visual data gambar harus ada dan disertakan sehingga menjadi modal pertama dan utama, karena dari data gambar tersebut akan mendapatkan pertanyaan-pertanyaan kritis (Soewardikoen. 2019: 49).

Berdasarkan teori tersebut, kegiatan observasi yang dilakukan yaitu dengan melakukan pengamatan terhadap data-data seperti logo, media sosial dan pengamatan langsung ke Taman Lalu Lintas Bandung untuk mengetahui kondisi dan potensi wisata.

3. Wawancara

Wawancara adalah percakapan yang bertujuan untuk penggalian pemikiran, konsep, pengalaman pribadi, pendirian, atau pandangan dari narasumber, atau untuk memperoleh informasi dari narasumber tentang kejadian yang tidak dapat diamati sendiri secara langsung oleh peneliti, atau tentang peristiwa yang terjadi di masa lampau (Soewardikoen 2019: 53).

Pada penelitian ini wawancara dilakukan kepada pengelola Taman Lalu Lintas Bandung, yaitu Bapak Asep Dzulfikar selaku Kepala Sarana dan Prasarana Taman Lalu Lintas Bandung. Wawancara dilakukan secara langsung.

4. Kuesioner

Kuesioner atau angket adalah suatu daftar pertanyaan yang di dalamnya terdapat pertanyaan-pertanyaan mengenai suatu hal yang harus diisi oleh responden. Cara tersebut digunakan untuk memperoleh data dalam waktu yang

relatif singkat karena dapat mencapai banyak orang untuk dihubungi sekaligus (Soewardikoen 2019: 60).

Kuesioner disusun dan diedarkan secara digital yaitu dengan menggunakan *google form* dan menyalin alamat *url* lalu disebarikan melalui *Whatsapp*, *LINE*, dan media sosial lainnya. Target responden pada penelitian ini yaitu sebanyak 100 responden dengan rentang usia 28-41 tahun yang sudah memiliki keluarga.

1.7. Analisis

Metode analisis yang digunakan pada penelitian yaitu:

1. Analisis Data Kuesioner

Pada data kuesioner ini, poin-poin variabel akan menjadi hasil dari perhitungan objek penelitian. Dari hasil tersebut, setiap unsur yang diberikan kepada responden dapat diketahui terdapat unsur yang signifikan tinggi dan unsur yang lemah (Soewardikoen 2019:99).

Pada penelitian ini, yaitu dengan menyimpulkan dan menghubungkan hasil kuesioner dengan pendapat Responden yang dikemas dalam bentuk bagan atau *charts* sehingga dapat membuat sajian yang informatif serta jelas unsur gambar dan keterangannya pada perancangan.

2. Analisis Matriks

Analisis matriks pada prinsipnya adalah membandingkan suatu objek visual dengan cara dijabarkan dalam sebuah matriks yang terdiri dari kolom dan baris. Masing-masing kolom dan baris menjajarkan objek visual berupa gambar maupun tulisan yang berbeda dan dapat berupa konsep atau kumpulan informasi (Soewardikoen 2019: 104).

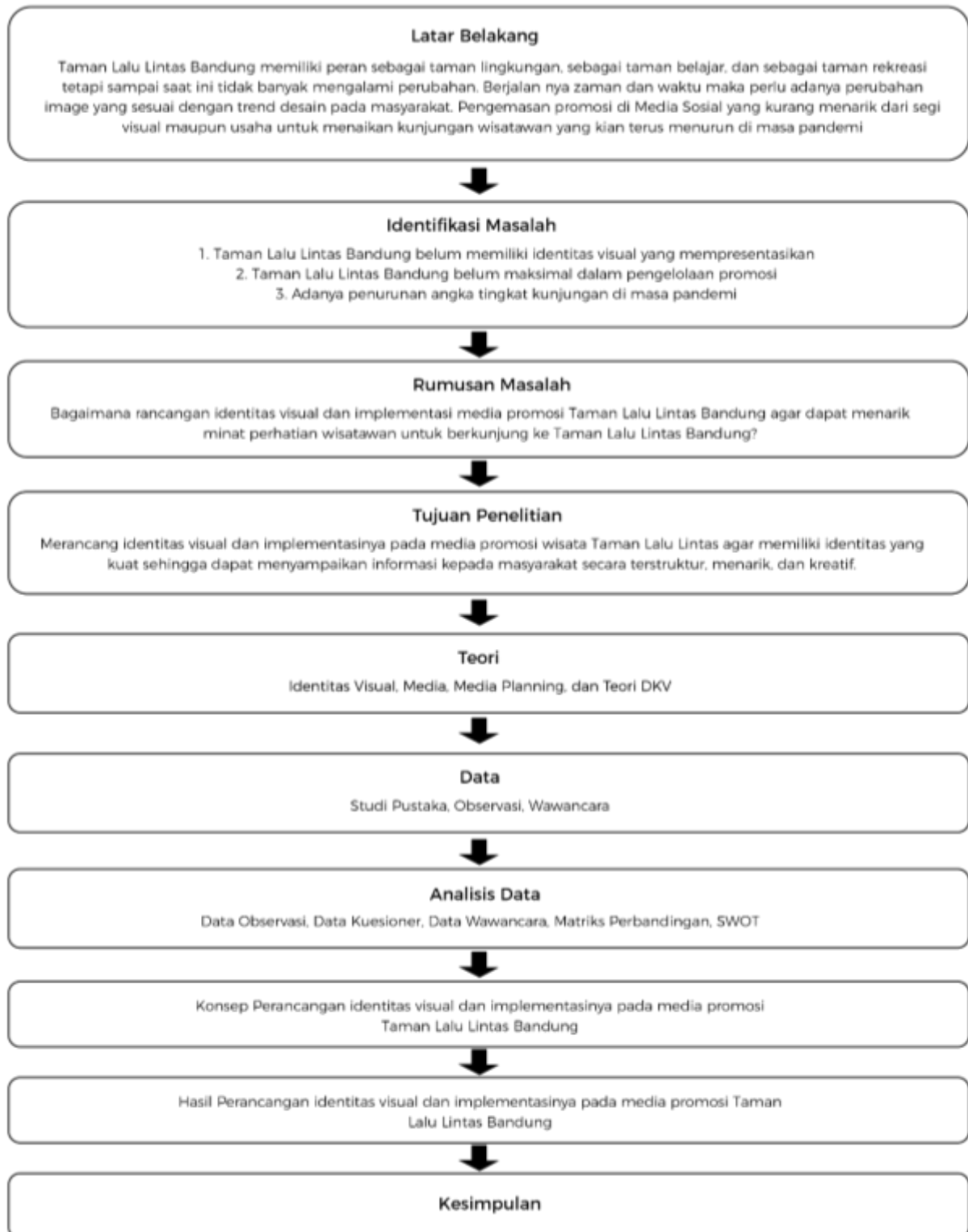
Pada penelitian ini, yaitu dengan dilakukan membandingkan rangkuman-rangkuman dari beberapa analisis matriks sehingga dapat menarik kesimpulan yang efektif dan efisien untuk perancangan.

3. Analisis SWOT

Menganalisis SWOT yaitu dengan membuat matriks antara faktor luar di sisi vertikal yaitu *opportunity* dan *threat* lalu faktor dalam di sisi horizontal yaitu *strength* dan *weakness*, kemudian memilih satu kotak yang akan dijadikan sebagai penentuan strategi perancangan (Soewardikoen 2019: 108).

Pada penelitian ini, matriks SWOT akan dibuat berdasarkan observasi Taman Lalu Lintas Bandung yang kemudian memilih satu kotak hasil penggabungan sehingga dapat menghasilkan konsep maupun ide besar untuk strategi perancangan.

1.8. Kerangka Penelitian



Gambar 2. 1 Kerangka Penelitian

Sumber: Arsip Pribadi

1.9. Pembabakan

Bab I: Pendahuluan

Pada bab pembabakan ini akan menjelaskan latar belakang dari perancangan strategi desain untuk Taman Lalu Lintas Bandung, identifikasi masalah yang dimiliki oleh Taman Lalu Lintas Bandung, rumusan masalah, ruang lingkup, tujuan penelitian dari perancangan strategi desain Taman Lalu Lintas Bandung, metode pengumpulan data, kerangka pemikiran, serta pembabakan dalam menyusun perancangan ini

Bab II: Landasan Teori

Pada Bab ini berisi dasar pemikiran dari teori – teori yang relevan dengan topik permasalahan dengan membuat kerangka teori sebagai pijakan untuk perancangan Taman Lalu Lintas Bandung agar menghindari kesesatan dalam proses analisis.

Bab III: Data dan Analisis Masalah

Pada bab ini berisikan data-data yang dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dan studi Pustaka. Dilanjutkan dengan analisis data yang berkaitan dengan perancangan identitas visual Taman Lalu Lintas Bandung.

Bab IV: Konsep dan Hasil Perancangan

Pada bab ini akan membahas konsep perancangan dan hasil perancangan identitas visual Taman Lalu Lintas Bandung beserta implementasinya pada media promosi.

Bab V: Penutup

Pada bab ini akan memuat kesimpulan dari seluruh bab penelitian dan saran bagi perancangan identitas visual Taman Lalu Lintas Bandung dan implementasinya pada media promosi.