

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan negara dengan wilayah yang sangat luas, terdiri dari sekitar 500 kota atau kabupaten yang tersebar di seluruh pulau – pulau yang ada di Indonesia. Kondisi geografis Indonesia menyebabkan adanya keanekaragaman, mulai dari tradisi, budaya, kesenian, kuliner, termasuk hiburan. Ada berbagai macam jenis hiburan di Indonesia, seperti objek – objek wisata, pusat – pusat perbelanjaan, tempat makan atau pusat kuliner, area / wahana bermain, dan sebagainya.

Industri hiburan merupakan salah satu industri yang sedang berkembang saat ini di Indonesia. Perkembangan industri hiburan di Indonesia semakin pesat didukung dengan munculnya berbagai macam media massa, terutama media massa elektronik. Televisi merupakan salah satu media massa elektronik yang paling diminati masyarakat. Berbagai macam program televisi dihadirkan untuk menghibur masyarakat. Pesatnya perkembangan televisi merupakan respon dari meningkatnya kebutuhan masyarakat akan hiburan.

Masyarakat membutuhkan hiburan lebih dari sekedar televisi. Sebagai makhluk sosial, manusia membutuhkan interaksi dengan orang lain, termasuk dalam hal hiburan. Hal tersebut diresponi dengan maraknya pusat – pusat perbelanjaan yang menyuguhkan berbagai macam hiburan. Setiap harinya masyarakat berkunjung ke pusat perbelanjaan bersama dengan keluarga, kerabat, teman, dan sebagainya, untuk memperoleh hiburan bersama, dengan berbelanja, menikmati hidangan,

bermain, menonton di bioskop, karaoke, atau hanya sekedar berkumpul dan melihat – lihat.

Selain pusat perbelanjaan, atau yang lebih dikenal dengan istilah *mall*, ada juga hiburan yang dikenal dengan sebutan pasar malam. Tidak jauh berbeda dengan *mall*, pasar malam juga menyediakan berbagai hiburan bagi masyarakat, khususnya pada malam hari. Pasar malam dapat menjadi alternatif bagi masyarakat yang ingin memperoleh hiburan bersama keluarga, kerabat, atau teman – teman. Biasanya pasar malam menyediakan berbagai macam barang dagangan, seperti produk – produk pakaian, kerajinan tangan, produk jasa, elektronik, dan sebagainya. Selain itu, ada juga berbagai macam jajanan / kuliner, serta hiburan seperti pertunjukan musik, pagelaran seni, dan sebagainya.

Namun saat ini, pasar malam yang lebih dikenal oleh masyarakat adalah pasar malam yang dalam aktivitasnya terdapat wahana permainan, seperti bianglala, kora – kora, ombak banyu, dan sebagainya. Sayangnya, pasar malam tersebut saat ini kurang ideal untuk dijadikan sebagai alternatif hiburan bagi seluruh masyarakat. Saat ini, hanya sebagian kecil masyarakat yang masih tertarik untuk berkunjung ke pasar malam guna memperoleh hiburan. Pasar malam ini dianggap kurang layak bagi masyarakat kelas menengah dan menengah ke atas, karena beberapa faktor diantaranya, masalah keamanan dan kelayakan permainan, rawan kriminalitas, masalah kebersihan, ketertiban, dan isu – isu sosial lainnya.

Jika dilihat dari latar belakang sejarah, pasar malam yang awalnya muncul di Indonesia bukanlah yang demikian. Pasar malam merupakan acara tahunan yang digelar untuk pameran dan promosi produk – produk kerajinan, perkebunan, industri, dan sebagainya. Pasar malam tersebut pada masa kolonial Belanda

dikenal dengan istilah *jaarbeurs*. Mungkin tidak jauh berbeda dengan Pekan Raya Jakarta (PRJ) sekarang. Selain itu, ada juga berbagai atraksi dan perlombaan yang diadakan selama pasar malam *jaarbeurs* berlangsung. Pasar malam yang demikian lebih memiliki banyak dampak positif, dan sedikit dampak negatif, dibanding dengan pasar malam berpindah – pindah yang memiliki wahana permainan. Oleh karena itu, masyarakat perlu untuk lebih memahami bahwa pasar malam yang sesungguhnya menurut sejarah di Indonesia adalah pasar malam yang merupakan acara bursa tahunan, bukan lagi pasar malam yang memiliki wahana permainan. Dengan demikian, diharapkan dapat meningkatkan ketertarikan masyarakat untuk berkunjung ke pasar malam, karena selama ini alasan mengapa masyarakat, khususnya masyarakat menengah dan menengah ke atas cenderung enggan untuk berkunjung ke pasar malam adalah karena citra negatif yang ditimbulkan pasar malam yang memiliki wahana permainan.

Permasalahan mengenai bagaimana mengembalikan citra pasar malam, dari citra negatif mengenai pasar malam dengan wahana permainannya, menjadi citra positif dari pasar malam *Jaarbeurs*, menjadi dasar diperlukannya perancangan *brand* dan media promosi untuk *repositioning* pasar malam *jaarbeurs* di kota Bandung. Oleh karena itu, dengan adanya perancangan *brand* dan media promosi untuk *repositioning* pasar malam *jaarbeurs* di kota Bandung, diharapkan dapat membangkitkan kembali pasar malam *jaarbeurs* yang dulu pernah ada di kota Bandung, menjadi salah satu hiburan pilihan masyarakat khususnya masyarakat kota Bandung.

1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup

1.2.1 Rumusan Masalah

Dari pemaparan latar belakang masalah yang telah dikemukakan di atas, berikut ini akan dirumuskan pokok – pokok persoalan yang akan dibahas, dianalisis, dan dipecahkan dalam perancangan ini, yaitu sebagai berikut.

- (1) Bagaimana pemahaman masyarakat mengenai pasar malam yang ada di Indonesia ?
- (2) Bagaimana merancang sebuah *brand* untuk *repositioning* pasar malam menjadi pasar malam *jaarbeurs* ?
- (3) Bagaimana merancang sebuah media komunikasi visual yang tepat untuk mempromosikan pasar malam *jaarbeurs* sebagai hiburan yang menarik bagi masyarakat ?

1.2.2 Ruang Lingkup

Pembahasan masalah dibatasi pada permasalahan upaya menciptakan citra masyarakat tentang pasar malam yang sebelumnya mengenai wahana permainan menjadi kegiatan pameran industri, khususnya masyarakat yang berasal dari kalangan menengah dan menengah ke atas di wilayah Jawa Barat, rentang usia 13 – 30 tahun, dengan dewasa awal sebagai target *primer*, dan anak muda sebagai target *sekunder*. Waktu penelitian dan perancangan dilakukan dari Agustus – Desember 2013.

1.3 Tujuan Perancangan

Berdasarkan permasalahan yang telah dirumuskan dalam rumusan masalah di atas, berikut ini merupakan hasil yang ingin diperoleh yaitu sebagai berikut :

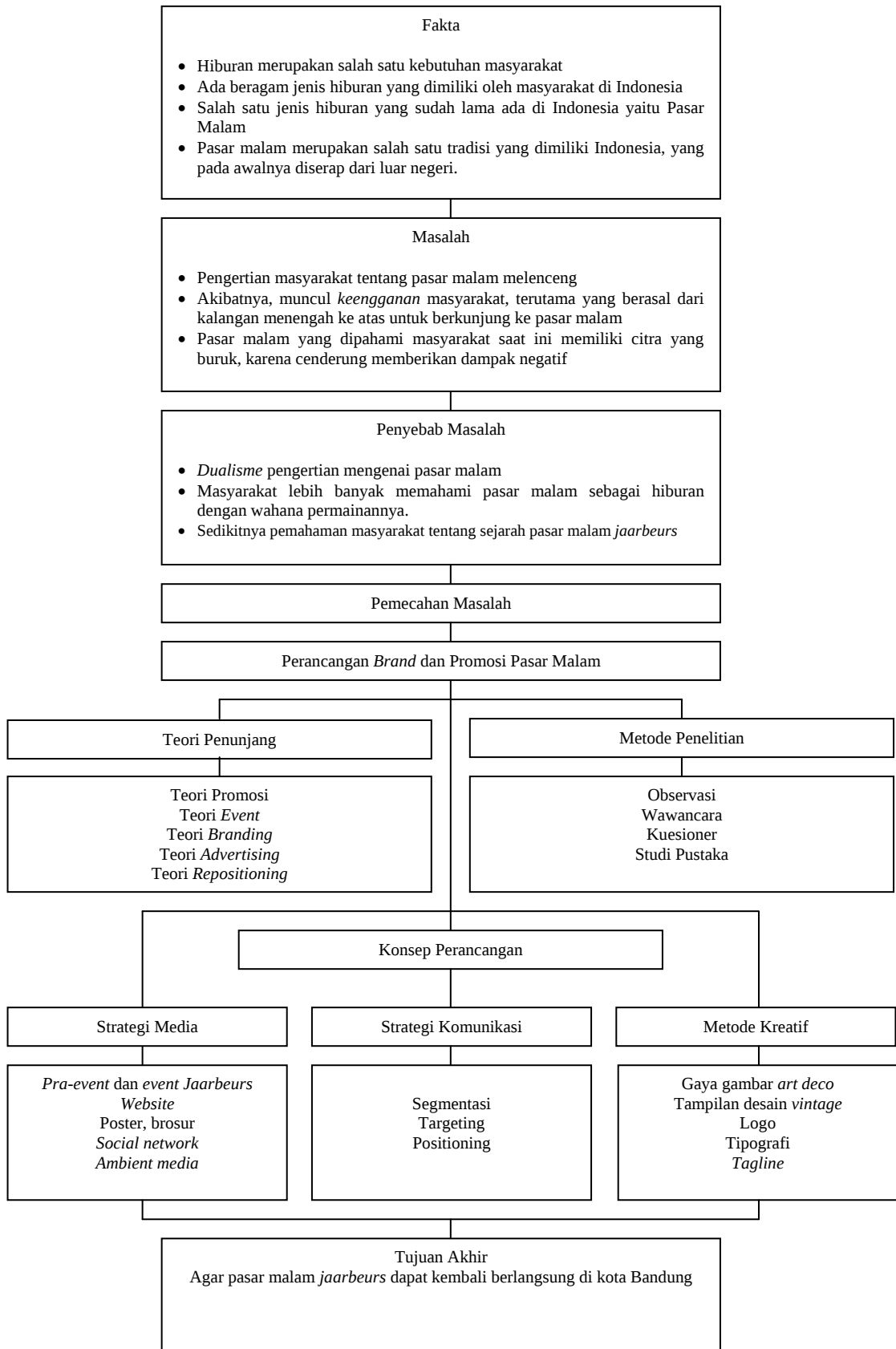
- (1) Menginformasikan kepada masyarakat mengenai pasar malam di Indonesia ditinjau dari sejarahnya.
- (2) Merancang sebuah *brand* untuk *repositioning* pasar malam menjadi pasar malam *jaarbeurs*.
- (3) Merancang sebuah media komunikasi visual yang tepat untuk mempromosikan pasar malam *jaarbeurs* sebagai hiburan yang menarik bagi masyarakat.

1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, digunakan data – data yang diperoleh dari berbagai sumber, antara lain sebagai berikut.

- (1) Wawancara dengan narasumber yang berkaitan dengan permasalahan yang akan dipecahkan.
- (2) Observasi secara langsung ke lokasi pasar malam untuk melakukan pendekatan kepada subjek ataupun objek yang diteliti, dengan tujuan untuk mengamati secara langsung kondisi di lapangan.
- (3) Kuesioner yang dibagikan kepada target dari perancangan ini untuk memperoleh data mengenai apa yang diketahui oleh responden perihal pasar malam, dan bagaimana ketertarikan responden terhadap pasar malam.
- (4) Studi pustaka sebagai metode untuk memperoleh berbagai informasi maupun referensi yang dibutuhkan, melalui buku, majalah, artikel, jurnal, dan sebagainya.

1.5 Skema Perancangan



1.6 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, fokus penelitian yang terdiri dari ruang lingkup serta batasan masalah, teknik pengumpulan data, skema perancangan, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Merupakan teori – teori yang digunakan sebagai acuan dalam menganalisis masalah dan dalam perancangan.

BAB III DATA DAN ANALISIS

Berisi data – data mengenai instansi / lembaga yang terkait dengan perancangan, masyarakat yang menjadi target, data dari narasumber yang melalui wawancara, kuesioner dan sebagainya, data mengenai proyek sejenis, analisis data, dan SWOT.

BAB IV PEMECAHAN MASALAH

Strategi yang digunakan dalam perancangan untuk memecahkan permasalahan, meliputi konsep komunikasi, konsep kreatif, konsep media, konsep visual, serta hasil perancangan.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Berisi tentang kesimpulan dari penelitian yang terdiri dari jawaban, solusi, kelebihan, serta saran dari sidang, rekomendasi, dan arahan pengembangan.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN