

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Bandung merupakan kota wisata yang banyak diminati oleh para wisatawan baik domestik, maupun internasional. Banyaknya tempat wisata dan hiburan yang ditawarkan kota Bandung membuat kota Bandung menjadi salah satu kota di Indonesia yang menarik perhatian untuk dikunjungi. (Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung)

Banyaknya tempat wisata baik tempat wisata komersial, wisata budaya, wisata industri, wisata pendidikan, dll di kota Bandung membuat kota Bandung sebagai salah tujuan wisata yang banyak diminati baik oleh wisatawan domestik maupun mancanegara. Tempat wisata yang terdapat di Kota Bandung yang menarik perhatian para wisatawan baik lokal maupun mancanegara salah satunya adalah Pasar Baru *Trade Centre*. Pasar Baru dengan 400 pengunjung setiap harinya membuat kawasan ini ramai dikunjungi para wisatawan. (<http://www.tourismmonitor.com/>) Pasar baru yang termasuk dalam kawasan pecinan Bandung jarang diketahui oleh para wisatawan maupun masyarakat Bandung itu sendiri.

Haryoto Kunto, dalam *Wajah Bandoeng Tempo Doeloe* (Granesia, 1984), menuturkan bahwa sebagian warga Tionghoa di Pulau Jawa pindah ke Bandung ketika terjadi perang Diponegoro (1825). Setiba di Bandung, sebagian besar dari mereka tinggal di kampung Suniaraja dan sekitar Jalan Pecinan Lama. Mereka kemudian menetap dan mencari nafkah disana. Pecinan itu sendiri adalah sebuah wilayah yang mayoritas penghuninya adalah orang Tionghoa. Pecinan banyak terdapat di kota-kota besar di berbagai negara di mana orang Tionghoa merantau dan kemudian menetap. Pecinan biasanya ditandai dengan toko yang berderet sepanjang jalan. Saat ini, daerah Pecinan di Bandung semakin luas meliputi Jalan Pasar Baru, Jalan ABC, Jalan Banceuy, Jalan Gardu Jati, Jalan Cibadak, dan Jalan Pecinan Bandung.

Desain Komunikasi Visual sedang berkembang pesat pada dewasa ini baik di dunia, maupun di Indonesia. Masyarakat mulai menyadari pentingnya penggunaan Desain

Komunikasi Visual khususnya dalam membantu proses *branding*, *marketing* dan promosi. Desain Komunikasi Visual sangat dibutuhkan untuk membantu membuat citra yang baru dan menarik bagi kalangan keluarga kota Bandung agar mereka tertarik dan menyadari keberadaan Pecinan Bandung.

Penulis mengajukan topik “Pecinan Bandung” dikarenakan penulis melihat bahwa pecinan Bandung merupakan tempat wisata potensial yang menarik wisatawan. Bisa terlihat dari banyaknya toko – toko yang berada di daerah pecinan Bandung yang dari dulu hingga sekarang masih berdiri namun kurang banyak peminatnya dikarenakan Bandung sekarang lebih terkenal dengan *cafe – cafe* modern juga *factory outlet*. Selain itu banyaknya toko – toko yang berada di pecinan Bandung tutup dan banyak bangunan yang sudah dirombak di sekitar daerah pecinan Bandung, khususnya Jalan Pecinan Lama. Hal ini membuat penulis ini mengangkat pecinan Bandung sebagai salah satu tempat wisata yang menarik dan bisa menjadi pembelajaran sejarah bagi para wisatawan.

1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup

Banyak masyarakat mengetahui bahwa pecinan Bandung merupakan daerah Pasar Baru. Padahal apabila kita telusuri, masih banyak jalan lain yang merupakan pecinan kota Bandung, juga banyaknya toko maupun tempat wisata yang menarik untuk dikunjungi. Dari latar belakang tersebut penulis merumuskan masalah sebagai berikut :

- a. Bagaimana memperkenalkan pecinan Bandung sebagai objek wisata yang menarik pada kalangan keluarga di Kota Bandung?
- b. Bagaimana membuat media promosi untuk memperkenalkan pecinan Bandung pada kalangan keluarga di Kota Bandung?

1.3 Tujuan Perancangan

- a. Dengan membuat suatu citra dan *brand* yang baru dan membuat pengenalan yang baik mengenai Pecinan Bandung
- b. Mengadakan *event – event* maupun pemasangan *signage* yang terdapat di jalan – jalan yang termasuk pecinan Bandung untuk menarik perhatian kalangan keluarga di kota Bandung. Juga adanya booklet yang memuat informasi mengenai sejarah, cerita dan keberadaan pecinan Bandung.

1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

1.4.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang sedang dilakukan adalah penelitian deskriptif. Dengan penelitian deskriptif pecinan Bandung dapat lebih dibahas secara mendetail dan informatif.

1.4.2 Tipe Penelitian

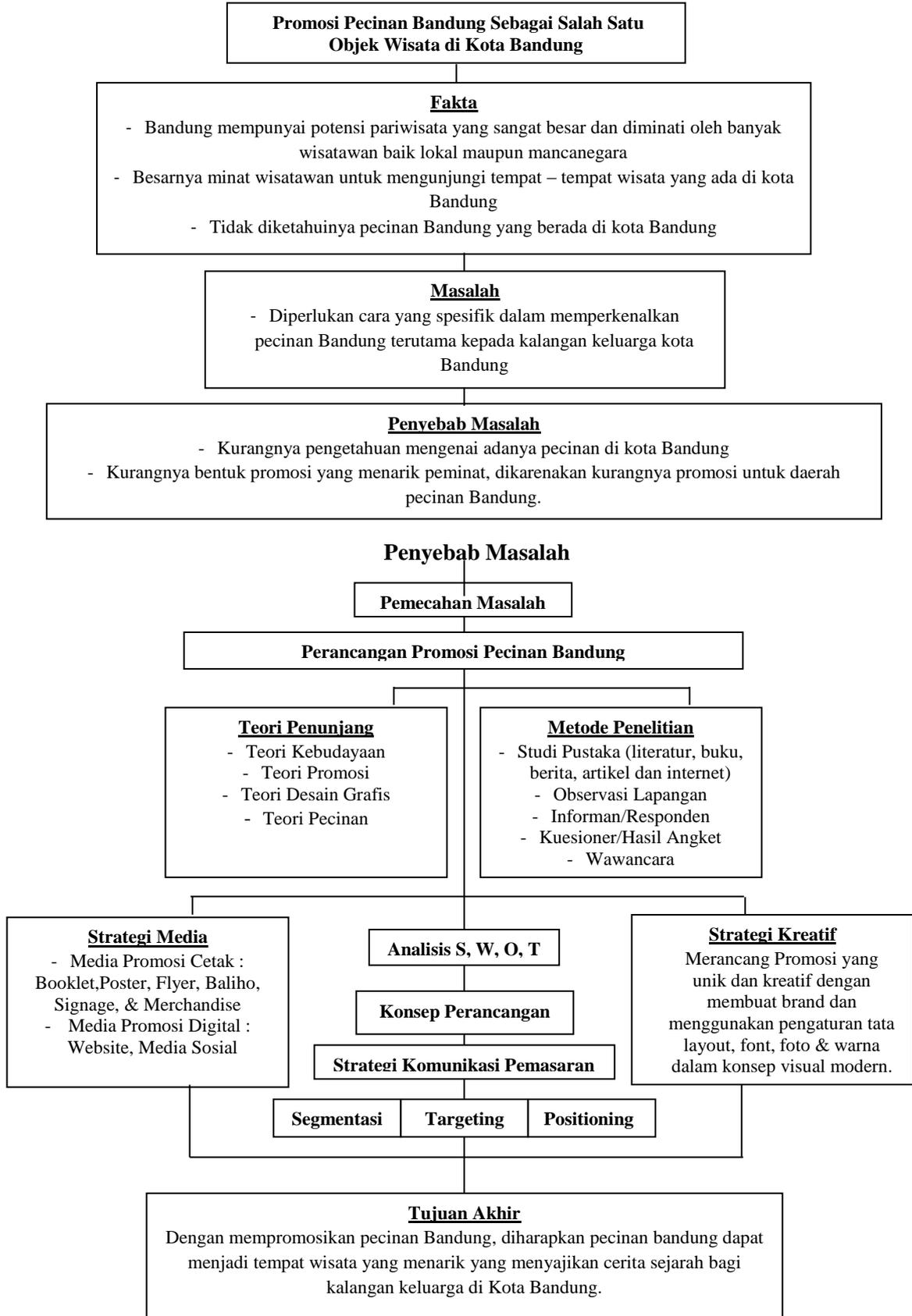
Tipe penelitian yang dilakukan adalah penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah tipe penelitian yang tepat untuk membaha Metode ini tepat untuk menggambarkan dan menceritakan pecinan Bandung.

1.4.3 Cara Pengumpulan Data

Cara pengumpulan data yang akan digunakan adalah :

- a. Observasi aktif yang dilakukan untuk mengunjungi tempat dan melihat keadaan sekitar pecinan Bandung sebagai acuan untuk mengumpulkan informasi mengenai pecinan Bandung.
- b. Wawancara kepada beberapa nara sumber yang berhubungan dengan pecinan Bandung, seperti pemilik toko yang sudah lama berada di kawasan tersebut.
- c. Studi pustaka dan literatur untuk mendapatkan data dan informasi yang tepat yang berhubungan dengan materi yang diambil.
- d. Kuesioner yang disebarakan kepada target market untuk validitas pernyataan yang dibuat oleh penulis dan tanggapan dari target market.

1.5 Skema Perancangan



Tabel 1.1 Skema Perancangan

