

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Bandung, merupakan ibukota Propinsi Jawa Barat. Awalnya Kota Bandung berslogan “Berhiber”, yaitu Bersih, Hijau, Berbunga lalu sekarang berubah slogan menjadi "Bermartabat" (Bersih, Makmur, Taat dan Bersahabat). Ditinjau dari sejarahnya, sejak jaman kolonial Belanda, Bandung menjadi pusat rekreasi, budaya dan keindahan karena orang-orang Belanda menyukai kebersihan, keindahan dan kerapihan sehingga Bandung menjadi indah, hijau dan berbunga. Dan Bandung pun menjadi sejuk dan kaya akan bunga-bunga dan pohon-pohon, oleh sebab itu Bandung mendapat julukan kota kembang. Seiring perkembangan jaman, sekarang Bandung menjadi kota wisata yang banyak dikunjungi oleh wisatawan, terutama pada hari libur. Banyaknya tempat kuliner, *factory outlet*, bangunan bersejarah dan kesenian menarik wisatawan untuk mengunjungi kota Bandung. Setiap malam minggu banyak orang berdatangan dari luar kota hanya untuk mengunjungi tempat-tempat kuliner terkenal di Bandung.

Dengan melihat perkembangan Kota Bandung sekarang dan juga dalam rangka merayakan ulang tahun kota Bandung yang ke-200, alangkah baiknya apabila diadakan promosi Kota Bandung ke seluruh Indonesia, serta tidak menutup kemungkinan juga ke seluruh Asia. Kekayaan Kota Bandung yang beraneka ragam seperti tempat wisata, tempat kuliner, pusat perbelanjaan,

kebudayaan dan bangunan bersejarah menarik untuk dipromosikan ke seluruh Indonesia dan mancanegara.

Diadakannya promosi Kota Bandung pada saat ulang tahun kota Bandung yang ke-200 merupakan solusi yang efektif untuk memperkenalkan kota Bandung kepada dunia luar dan juga untuk mengajak para wisatawan agar mengunjungi kota Bandung. Selain itu juga, menguntungkan PAD (Pendapatan Asli Daerah) sehingga Bandung dapat semakin berkembang dan bertambah baik.

## **1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup**

Rumusan masalah yang akan diteliti adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana merancang grafis untuk mempromosikan Kota Bandung?
2. Apa media yang cocok untuk mempromosikan Kota Bandung kepada target market?

## **1.3 Tujuan Perancangan**

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Merancang grafis untuk mempromosikan kota Bandung
2. Membuat media yang cocok untuk mempromosikan kota Bandung kepada target market

## **1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data**

### **1.4.1 Sumber Data**

Sumber data yang digunakan penulis:

#### **a. Data Primer**

Data primer adalah data yang diambil dari sumber data secara langsung oleh penulis atau yang mewakilinya.

#### **b. Data Sekunder**

Data Sekunder adalah data yang diperoleh dari buku, dokumen, majalah, dan internet yang telah dilakukan oleh peneliti lain. Penulis menggunakan media internet, buku, koran.

### **1.4.2 Teknik Pengumpulan Data**

Beberapa teknik pengumpulan data yang dilakukan penulis:

#### **a. Observasi**

Penulis melakukan teknik observasi dengan terjun langsung ke lapangan melihat secara langsung obyek yang akan dipromosikan.

#### **b. Studi Pustaka**

Penulis melakukan teknik studi pustaka dengan menggunakan buku sebagai referensi dan melalui media elektronik yaitu internet untuk

melengkapi data yang dibutuhkan dan fakta yang ada.