

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Bus sebagai sarana transportasi masal masih digunakan di kota-kota besar. Masyarakat dari kalangan pelajar, guru, karyawan, pegawai negeri masih sangat bergantung pada sarana transportasi ini. Alasannya selain karena harganya yang relatif lebih murah, tempat duduknya juga lebih nyaman dibandingkan dengan Angkutan kota (Angkot).

Dikota Bandung DAMRI adalah sarana transportasi berupa bus yang telah dikenal masyarakat luas. Sedikit tentang asal-usulnya, DAMRI berasal dari 2 perusahaan angkutan umum yang melayani angkutan penumpang dan barang. Kedua perusahaan ini milik pemerintah yang telah ada sejak tahun 1982. Digabungkan oleh pemerintah, serta merubah bentuk perusahaan menjadi perum dan tetap dikelola oleh pemerintah. Jadi sebenarnya DAMRI telah melayani transportasi publik sejak lama. Namun akhir-akhir ini citra DAMRI mulai berkurang karena dikaitkan dengan isu, penuh sesak, copet, bus yang tidak terawat, pengamen, dll.

Sebenarnya Perum DAMRI telah menyediakan solusi untuk orang yang menginginkan kenyamanan serta keamanan, dengan membayar lebih mahal sedikit. Masyarakat dapat menggunakan pelayanan Bus DAMRI AC. Dimana penumpang dengan jumlah dibatasi hanya memenuhi kursi saja, juga larangan bagi pengamen untuk menaiki bus. Walaupun sudah ada tetapi masih kurang banyak masyarakat yang belum mengetahui informasi tentang Bus DAMRI AC. Selain itu Pihak interen Perum DAMRI sendiri belum sepenuhnya mendukung pelayanan informasi tentang Bus DAMRI AC.

Disini penulis sebagai Design Komunikasi Visual dapat memberikan solusi dalam bentuk repositioning identitas visual untuk Bus DAMRI AC, sehingga dapat membentuk citra positif kedalam maupun keluar dari DAMRI AC. Sehingga masyarakat kembali menggunakan sarana transportasi masal Bus DAMRI AC kembali.

1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup

1.2.1 Permasalahan

DAMRI AC mendapat citra yang kurang baik karena merupakan 2nd brand dari DAMRI ekonomi, sehingga memiliki citra buruk yang tidak lepas dari kurangnya rasa aman dan nyaman pada saat menaiki kendaraan umum. Dan banyak orang yang tidak pernah naik bus, tidak memiliki informasi yang jelas mengenai keadaan sebenarnya di dalam bus ac. Sehingga mereka cenderung dengan menggunakan bus ac. (kurangnya sosialisasi bus ac)

Banyak orang yang memilih menggunakan kendaraan pribadi, karena lebih praktis dan lebih murah, pada kenyataannya tidak. Selain itu banyak fasilitas penunjang bus yang disalah gunakan bahkan rusak.

1.2.2 Perumusan Masalah

- Bagaimana me-repositioningkan DAMRI AC agar masyarakat kembali menggunakannya ?
- Bagaimanakah cara menciptakan identitas visual yang mendukung repositioning DAMRI AC?

1.2.3 Ruang lingkup

1.2.3.1 Sasaran

Segmen sasaran dari repositioning Bus DAMRI AC adalah golongan menengah yang mementingkan efisiensi dalam penggunaan transportasi, tetapi juga menuntut keamanan dan kenyamanan dari transportasi tersebut.

1.2.3.2 Gaya hidup

Transportasi umum sebenarnya bukan hanya milik kelas ekonomi lemah, tetapi juga milik kelas ekonomi mapan (menengah). Biasanya kelas ekonomi mapan masih mempertimbangkan biaya transportasi mereka. Sehingga gaya hidup mereka lebih sesuai dengan transportasi umum khusus. Maksudnya adalah bus ac merupakan jenis transportasi yang lebih sesuai untuk golongan mapan yang masih memikirkan efisiensi penggunaan biaya transportasi.

1.2.3.3 Batasan Repositioning

Repositioning dibatasi pada bus DAMRI AC saja. Karena BUS DAMRI AC sudah memiliki peraturan yang jelas. Juga segment pengguna BUS DAMRI AC adalah orang yang berpendidikan dan mau mengeluarkan biaya lebih untuk kenyamanan.

1.3 Tujuan Perancangan

Penulis merencanakan dengan perubahan yang dilakukan pada DAMRI AC maka penggunaan transportasi umum kembali dilakukan oleh golongan menengah sehingga berkurangnya macet di jalan, dan juga dengan cara ini secara tidak langsung menghidupkan kembali fungsi dan eksistensi dari Bus DAMRI itu sendiri.

1.3.1 Tujuan Perencanaan Umum

Memberikan image baru yang positif terhadap bus DAMRI AC yang menunjang fungsi DAMRI sebagai sarana transportasi masal publik. Juga menjalankan kewajiban pemerintah yang diamanatkan kepada Perum

DAMRI untuk menyediakan layanan transportasi. Yang didukung dengan penjabarannya pada tujuan khusus.

1.3.2 Tujuan khusus

1. Memberikan citra yang baru terhadap bus DAMRI AC.
2. Meningkatkan mutu pelayanan DAMRI AC dengan informasi dan penyuluhan yang tepat.
3. Memberikan solusi untuk mengurangi kemacetan yang disebabkan penambahan jumlah kendaraan oleh warga Jakarta yang berwisata ke Bandung.

1.4 Sumber Pengumpulan Data

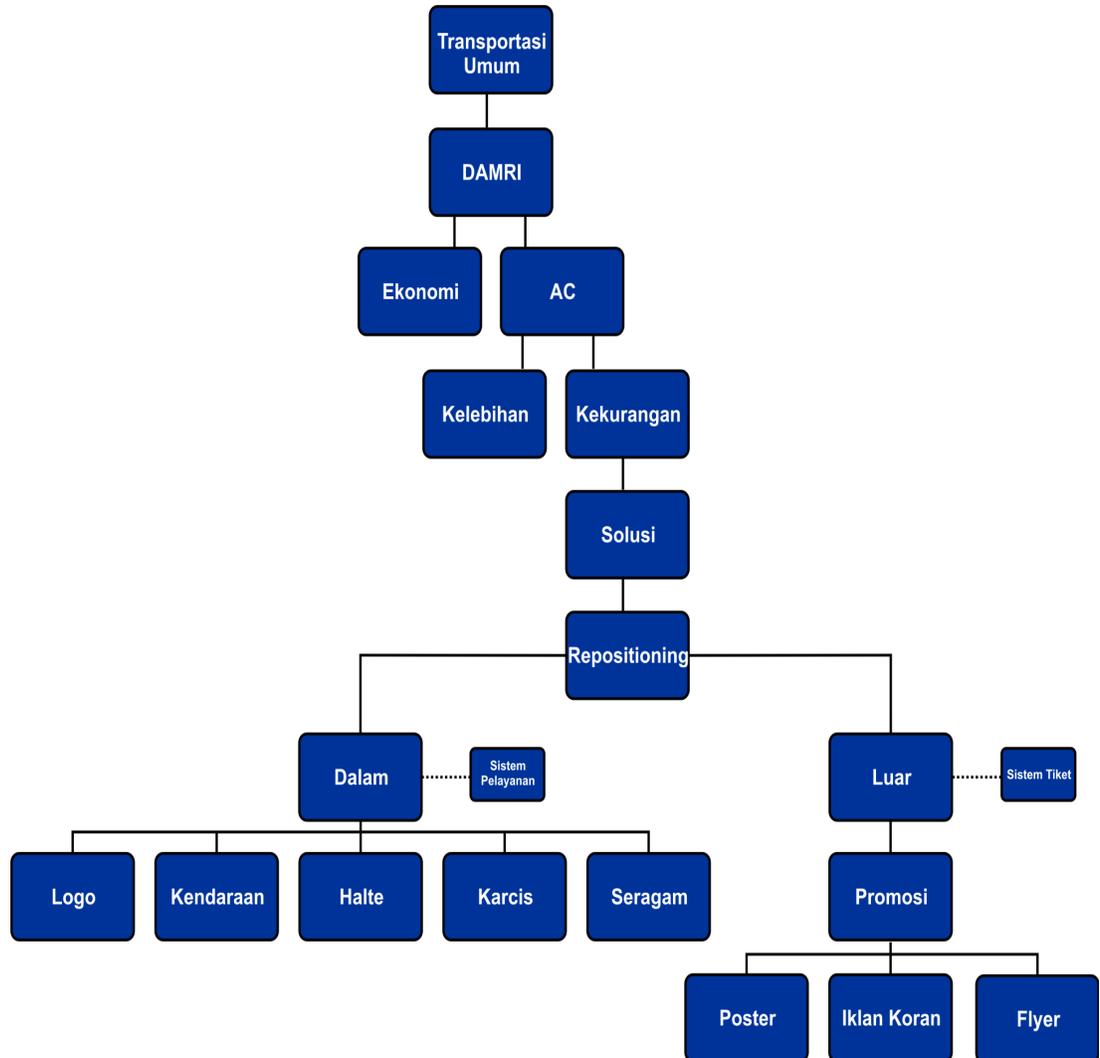
1.4.1 Data Primer

- Melakukan studi literatur/pustaka mengenai repositioning dan transportasi umum terutama bus
- Wawancara kepada pengguna dan pegawai DAMRI AC
- Observasi terhadap DAMRI AC, serta DAMRI ekonomi. Dan beberapa alat transportasi umum sejenis (bus dalam kota), Trans Jakarta, Trans Metro Bandung.

1.4.2 Data sekunder

- Internet
- Artikel Koran

1.5 Skema Perancangan



Gamabar 1. Skema Perancangan