

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Kota Bandung sejak tempo dulu terkenal dengan julukan Kota Jajan dan Kota Belanja. Kota ini sekarang dikenal dengan sebutan Kota Outlet dan Kota Super Mall karena begitu banyak outlet pakaian, dan mall-mall didirikan terutama di Kawasan Bandung Tua. Memang sejak tempo dulu, pertokoan mashyur Bandung menjadikannya kota tujuan berbelanja dan jajan,

Bandung, yang dahulu dikenal akan kesejukannya, terletak pada dataran tinggi yang subur berkontur dan dikelilingi oleh bukit serta pegunungan. Dengan kekayaan alam beberapa situ dan sungai, lembah serta taman yang memperindah kota, serta berbagai macam bangunan dan perumahan modern yang dibangun antara kedua Perang Dunia. Oleh karena itu kota Bandung dikenal sebagai kota `Eropa di daerah tropis` (*Europa in de Tropen*).

Bandung memiliki banyak sekali wisata warisan budaya. Bangunan tempo dulu sebagai salah satu kekayaan budaya yang bersifat *tangible* yang ada di kota Bandung adalah salah satu kekayaan yang dapat mengisahkan perjalanan kota ini sejak tempo dulu. Sejarah Kota Bandung tidak dapat dipisahkan dari ekspedisi dan kolonisasi bangsa-bangsa Eropa.

Para pakar dari Paguyuban Bandung Heritage mengungkapkan keperhatinannya mengenai bangunan yang berarsitektur indah dan tata ruangnya yang nampak tidak terawat. Para pakar dan profesional baik bidang teknik maupun non-teknik mulai memperoleh kesepakatan pendapat, yaitu bagaimana melestarikan berbagai warisan budaya dan alam lingkungannya.

Rumah-rumah yang berarsitektur kuno, yang tersebar di setiap kota-kota yang ada di Jawa Barat, baik itu pedesaan, kota kecamatan, kota kabupaten, maupun di kota propinsi, dapat dilihat dari perjalanan sejarah arsitekturnya. Sehingga bangunan-bangunan yang berarsitektur kuno itu dapat diklasifikasikan ke dalam beberapa tahun periode.

Bangunan-bangunan berarsitektur tersebut dapat mencerminkan sebuah perjalanan sejarah bagi daerah setempat yang dapat dilihat dari berbagai sudut pandang, seperti perjalanan budaya dan sejarahnya, sehingga dalam kenyataannya, sebuah rumah dapat dimanfaatkan oleh berbagai aspek disiplin ilmu pengetahuan.

Bangunan tempo dulu sesungguhnya bukan saja harus dilindungi, tetapi juga harus bisa dijamin kelestariannya. Tetapi, alih-alih menjaga eksistensi warisan budaya agar tidak musnah digerus perubahan, dan yang terjadi justru sebaliknya. Tidak sedikit benda dan Bangunan tempo dulu yang ditelantarkan, dan bahkan yang ironis satu per satu Bangunan tempo dulu mulai hilang, diganti bangunan komersial baru yang modern dan megah.

Pelan namun pasti, benda-benda warisan budaya yang semestinya dilindungi mulai tergusur, dan kawasan yang seharusnya dipertahankan peruntukannya sebagai kawasan budaya, itu pun tak lagi steril dari pengaruh kekuatan komersial. Gejala tergusurnya benda-benda warisan budaya akibat perubahan kota yang terlalu cepat, sudah tentu bukan hanya monopoli Kota Bandung. Di ibu kota negara, Jakarta, keberadaan benda-benda warisan budaya juga memprihatinkan.

Banyak gedung bersejarah yang tergusur oleh bangunan komersial sehingga hal ini dinilai para pengamat budaya sebagai pertanda buruk. Satu per satu gedung bersejarah yang termasuk benda warisan budaya hilang dan berubah fungsi. Ada yang berubah menjadi kompleks pertokoan, mal, bahkan kondominium. Pelestarian bangunan tempo dulu di Bandung terkendala kepentingan ekonomi. Banyak bangunan tempo dulu sengaja dihancurkan guna menyesuaikan dengan kebutuhan bisnis dan investasi ekonomi.

Sumber ( <http://www.bandungheritage.org> )

## **1.2 Rumusan Masalah**

Bangunan-bangunan tempo dulu dan bersejarah khususnya di Bandung mengalami penurunan kualitas dan jumlahnya. Padahal bangunan-bangunan tersebut merupakan saksi sejarah dan identitas atau ciri dari sebuah kota. Agar Bangunan tempo dulu tetap ada dan dapat dihargai, maka kesadaran masyarakat untuk mengenal dan memelihara. Dari latar belakang yang telah dijabarkan, maka permasalahan yang timbul adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana merancang kampanye tentang pelestarian Bandung Tempo Dulu melalui Restoran Nostalgia?
2. Bagaimana merancang konsep komunikasi dan konsep kreatif agar masyarakat peduli terhadap Kota Bandung khususnya Bangunan Bandung Tempo Dulu?
3. Bagaimana memanfaatkan nilai historis Bandung Tempo Dulu dalam promosi Restoran Nostalgia?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan yang hendak dicapai melalui penelitian ini adalah :

1. Merancang kampanye yang menarik sehingga efektif untuk mengajak masyarakat ikut serta dalam pelestarian Bandung Tempo Dulu melalui Restoran Nostalgia.
2. Merancang konsep kreatif yang menarik dan juga konsep komunikasi yang sesuai dengan target komunikasi agar timbul rasa kepedulian akan Kota Bandung khususnya Bangunan Tempo Dulu.
3. Merancang informasi dengan media promosi yang inovatif agar menarik minat masyarakat akan nilai historis dari Restoran Nostalgia di Kota Bandung.

## 1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat bagi banyak pihak, diantaranya adalah :

1. Bagi masyarakat kota Bandung, dapat meningkatkan kebanggaan terhadap nilai-nilai sejarah, sosial, budaya, dan ilmu pengetahuan yang terkandung dalam Bangunan tempo dulu.
2. Bagi kota Bandung, bangunan bersejarah dapat dijadikan sebagai identitas kota Bandung.
3. Bagi pariwisata Bandung, bangunan bersejarah dapat dijadikan alternatif objek wisata bagi para wisatawan baik dalam kota maupun luar kota.
4. Bagi bangunan bersejarah, dapat tetap dipertahankan sebagai objek penelitian dalam bidang arsitektur, sosial, dan budaya.
5. Bagi penulis, mendapatkan ilmu pengetahuan akan sejarah yang berguna dalam pola berpikir dan berkarya.

## 1.5 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

Data-data untuk mendukung proyek Tugas Akhir ini diperoleh dari sumber-sumber sebagai berikut :

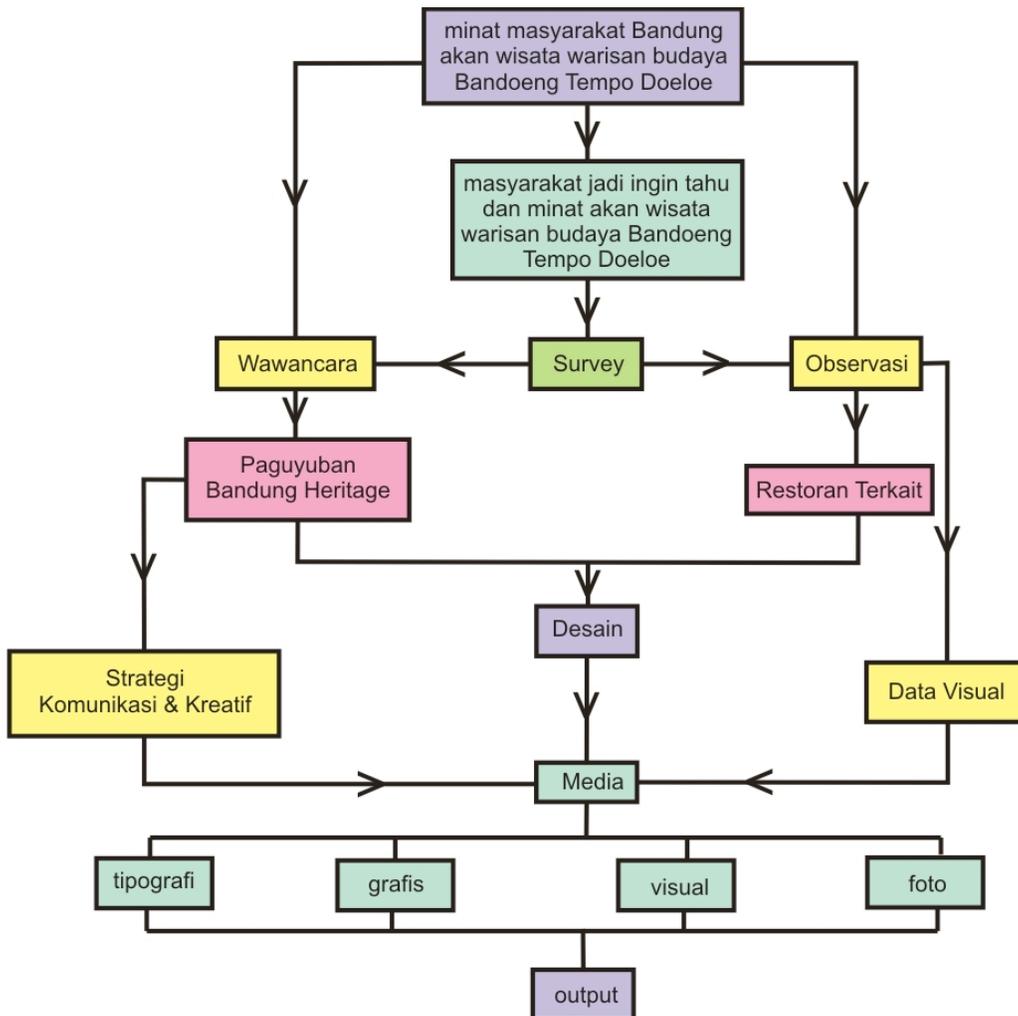
- Pencarian data literatur melalui buku, artikel, dan *website* yang ada hubungannya dengan restoran nostalgia sebagai Bangunan warisan budaya Bandung.
- Kuesioner kepada masyarakat Kota Bandung.
- Foto sebagai sumber sejarah yang kuat, juga dapat mendukung dari sisi historis dan nuansa tempo dulu.

- Observasi langsung ke restoran terkait seperti:

1. BMC (Jl. Aceh)
2. Sumber Hidangan (Jl. Braga)
3. Toko Kopi Purnama (Jl. Alketeri)
4. Braga Permai (Jl. Braga)
5. Rasa Bakery & Café (Jl. Tamblong)

Setelah data-data tersebut dikumpulkan dan diolah. Maka diperoleh hal-hal yang dapat dijadikan informasi untuk membantu perancangan identitas visual.

### 1.6 Skema Perancangan



## **1.7 Sistematika Pembahasan**

Bab I, berisikan pendahuluan yang membahas latar belakang sejarah Bandung, tujuan dan manfaat penelitian, lingkup penelitian, tujuan penelitian dan skema perancangan.

Bab II, berisikan uraian teori-teori yang relevan mengenai permasalahan sejarah Bandung dan bangunan warisan budaya.

Bab III, berisikan penjelasan data dan fakta. Menganalisis data melalui fakta yang ada dari Paguyuban Bandung Heritage serta meneliti data mengenai permasalahan yang dihadapi yang berupa hasil wawancara, kuesioner, dan sebagainya.

Bab IV, berisikan pemecahan masalah melalui gambaran ide yang hendak dikomunikasikan (konsep komunikasi), pendekatan kreatif (konsep kreatif), media rancangan karya (konsep media).

Bab V, berisikan kesimpulan dari bab-bab yang ada dan saran dari penulis.