

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Bandung merupakan salah satu pusat pendidikan maupun tempat berkembangnya seni rupa modern di Indonesia. Melihat potensi yang dimiliki oleh Kota Bandung dalam bidang seni rupa modern, seharusnya pengelola pariwisata di kota ini dapat memanfaatkan potensi tersebut. Memanfaatkan seni rupa modern sebagai daya tarik bagi wisatawan modern bukan hal yang baru bagi negara-negara di Eropa. Salah satu contoh adalah Belanda. Pada perayaan 100 tahun wafatnya pelukis Belanda ternama, Vincent van Gogh, pemerintah Belanda mengadakan proyek wisata besar-besaran untuk mengenangnya. Selama empat bulan di negara itu diputar film, pentas sandiwara, seminar, serta dijual berbagai cenderamata yang berkaitan dengan pelukis tersebut.

Wisatawan dapat berkunjung ke bengkel kerja para seniman merupakan salah satu pilihan yang menarik karena selain melihat hasil akhir dari sebuah karya seni, wisatawan dapat mengetahui bagaimana proses pembuatan sebuah karya seni tersebut. Perjalanan wisata ini dapat dilengkapi dengan mengunjungi pusat pendidikan seni rupa yang ada di Kota Bandung. Sehingga wisata seni ini dapat pula bermanfaat bagi siswa-siswa sekolah lanjutan yang berminat melanjutkan pendidikan dalam bidang seni rupa. Mereka dapat memperoleh gambaran tentang pendidikan seni maupun gambaran dunia seni yang sesungguhnya.

Kerjasama antara pihak pengelola galeri dan seniman dapat mendorong galeri maupun seniman untuk senantiasa meningkatkan kualitas karya mereka. Selain itu bagi masyarakat yang belum mengetahui tentang seni rupa modern dapat memperluas pengetahuannya, dengan kata lain apresiasi mereka tentang seni rupa modern meningkat. Bila pada awalnya orang Indonesia merasa asing dengan perkembangan karya seni rupa modern, dengan adanya wisata seni ini mereka mungkin akan tertarik untuk turut berkarya pula. Membuat karya seni sebenarnya merupakan salah satu cara untuk menyalurkan ekspresi dan pemikiran seseorang terhadap suatu hal yang dialami dirasakan, dilihat, dipikirkan, atau dikhayalkan. Bagi wisatawan mancanegara hal ini dapat membuka wawasan mereka bahwa disamping

seni tradisi yang mengagumkan, di Indonesia berkembang pula seni rupa modern seperti yang berkembang di seluruh belahan dunia.

Dalam kaitannya dengan Desain komunikasi visual, dapat berperan untuk menyampaikan perancangan promosi galeri Nu Art sebagai ikon seni di Bandung dengan cara visual yang kreatif, sederhana, dan estetis agar dapat mudah di mengerti dan dapat menarik perhatian masyarakat dan memberikan salah satu wisata baru yaitu dengan berwisata seni di galeri Nu Art di kota Bandung. Keseluruhan Strategi promosi diharapkan akan mampu meningkatkan para peminat seni dan wisatawan untuk lebih mengenal galeri khususnya Nu art sebagai ikon seni di kota Bandung dan tentunya mampu menjadikan Bandung sebagai salah satu kota wisata seni di Indonesia serta mensosialisasikan potensi potensi wisata seni di kota Bandung kepada masyarakat.

1.2 Rumusan Masalah dan Ruang lingkup

1.2.1 Rumusan Masalah

- Bagaimana membuat perancangan promosi yang mampu meningkatkan wisata seni khususnya pada galeri Nu Art sebagai ikon seni di kota Bandung ?
- Bagaimana mengangkat potensi galeri Nu Art di kota Bandung kepada masyarakat?

1.2.2 Ruang lingkup

- Batasan/ ruang lingkup masalah yang dipakai adalah perancangan desain komunikasi visual yaitu *Promosi* wisata galeri Nu Art sebagai ikon seni di kota Bandung upaya meningkatkan apresiasi seni di kota Bandung dengan target remaja yang berumur 19 tahun ke bawah .

1.3 Tujuan dan Manfaat Perancangan

- Menciptakan strategi promosi desain komunikasi visual yang mampu meningkatkan wisata seni khususnya pada galeri Nu Art sebagai ikon seni di kota Bandung
- Mensosialisasikan potensi wisata galeri Nu Art sebagai ikon seni di kota Bandung kepada masyarakat .

1.4 Sumber dan Teknik Pengolahan Data

Proses awal sumber data, dilakukan dengan cara wawancara dengan pengamat seni dan pelaku seni sehingga data yang ditampilkan dapat dipertanggung jawabkan. Proses pengumpulan data dilakukan dengan cara :

- Studi literatur.

Kegiatan yang dilakukan dalam studi literatur adalah merangkum data-data dari berbagai literatur yang berhubungan dengan topik penelitian untuk memperoleh landasan teori yang dapat digunakan sebagai bahan skema perancangan dan perbandingan kenyataan yang ada di lokasi penelitian. Dalam pembuatan perancangan promosi, penulis akan melakukan beberapa tahap, yaitu: Mencari dan mengumpulkan data tentang galeri seni yaitu galeri Nu Art di kota Bandung, menentukan target sasaran agar penyampaian perancangan promosi tersebut dapat terlaksana dengan baik, menentukan konsep dan media yang sesuai yang akan dipakai dalam pembuatan perancangan promosi.

- Studi Lapangan.

Kegiatan yang dilakukan adalah mengumpulkan data primer dan sekunder dengan cara penelitian, langsung mengunjungi galeri Nu Art. Teknik yang digunakan adalah:

- *Observasi*

Observasi adalah kegiatan melakukan pengamatan langsung guna memperoleh data.

- Wawancara

Wawancara adalah kegiatan yang dilakukan dengan melakukan tanya jawab secara langsung kepada pihak yang memiliki informasi tentang objek yang diteliti. Wawancara dilakukan kepada pihak galeri seni di Bandung yaitu Nu Art.

- *Kuisisioner*

Kuisisioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan guna mengetahui variable - variabel apa saja yang dianggap oleh responden sebagai hal yang penting. *Kuisisioner* akan dilakukan pada 100 orang responden guna mengetahui reaksi masyarakat terhadap wisata seni ini.

- Studi Pustaka dan Digital

Studi pustaka adalah teknik pengumpulan data yang berasal dari data sekunder, seperti buku-buku seni di Bandung, majalah Seni , buku panduan desain grafis terpadu, Internet, karya – karya seni dan profil seniman, dan Galeri Nu Art.

1.5 Skema Perancangan

