

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Saat ini, di Bandung semakin marak bermunculan tempat-tempat hiburan dan rekreasi. Kota Bandung sudah menjadi kota wisatawan lokal maupun luar negeri. Hal ini dikarenakan kota Bandung memiliki udara yang sejuk dan memiliki banyak tempat hiburan yang beragam. Salah satu tempat hiburan yang dapat dijumpai adalah Karang Setra Wisata Air Bandung yang merupakan wisata kolam air pertama dan terbesar yang ada di Bandung sejak tahun 1954. Namun sangat disayangkan karena wisata kolam air ini mulai ditinggalkan karena persepsi masyarakat Bandung yang beranggapan bahwa wisata kolam air ini kalah menarik dibanding dengan tempat wisata belanja dan kuliner yang memiliki visual sangat menarik dan beragam.

Sejak diresmikan tahun 1954 Karang Setra dikenal sebagai kawasan wisata olah raga dengan sebuah kolam renang dengan ukuran paling besar se-Asia Tenggara. Namun, selepas tahun 1980-an konsepnya berubah total. Namanya juga berubah total menjadi Karang Setra Wisata Air dengan ditambahkan banyak fasilitas. Bila dibandingkan dengan tempat wisata belanja dan kuliner Bandung lainnya yang beragam dan menarik secara visual menjadikan Karang Setra Wisata Air ini kurang diminati sebagai salah satu tempat wisata saat ini karena keadaannya yang memprihatinkan.

Kurangnya perawatan kebersihan sarana penunjang yang ada di Karang Setra Wisata Air membuat para pengunjung yang sudah pernah kesana tidak sering kembali ke Karang Setra Wisata Air lagi. Berdasarkan hasil survey dan observasi, persepsi masyarakat saat ini terhadap Karang Setra Wisata Air adalah tempat wisata yang kuno dan menengah ke bawah, begitu juga dengan papan-papan informasi yang tersedia selain tidak menarik secara visual, juga tidak dapat menyampaikan informasi tentang sarana prasarana yang ada di sana dengan baik kepada para pengunjung.

Kini Karang Setra Wisata Air hanya diminati pada hari biasa saat kegiatan sekolah saja, sedangkan pada hari libur terlihat sangat sepi. Masyarakat kota Bandung saat ini pun lebih memilih tempat wisata belanja, kuliner dan jalan-jalan ke *mall* untuk

wisata bersama keluarga maupun berkumpul bersama teman-teman dibandingkan berwisata ke Karang Setra Wisata Air yang sebenarnya selain menghibur dan ekonomis.

Sampai saat ini, Pihak pengelola Karang Setra Wisata Air selalu mencoba mempromosikan tempat wisatanya, namun hal ini pun belum cukup untuk membuat Karang Setra untuk dapat menjadi sebuah rekreasi pilihan bagi warga Bandung. Masih diperlukan suatu cara untuk memperbaiki citra, mengangkat kembali dan memperkenalkan kepada masyarakat Bandung bahwa ada sebuah tempat rekreasi kolam air yang bernama Karang Setra yang dapat menjadi pilihan berekreasi yang menghibur dan ekonomis saat libur. Hampir sebagian penduduk kota Bandung baik pendatang maupun penduduk asli belum pernah mengunjungi Karang Setra ini karena penampilan visual yang kurang menarik.

Penulis mengambil masalah perancangan *re-branding* Karang Setra Wisata Air Bandung, karena tema tugas akhir yang ditentukan jurusan ialah “kontribusi desain komunikasi visual terhadap kota Bandung”. Permasalahan tersebut juga diteliti karena penampilan visual yang kurang menarik dan persepsi masyarakat yang kurang tertarik terhadap tempat rekreasi ini karena tidak digarap dengan maksimal. Maka untuk memaksimalkannya, penampilan visual perlu dibuat lebih menarik dan didukung oleh konsep yang kuat, sehingga persepsi masyarakat saat ini yang menganggap Karang Setra sebagai tempat wisata yang tidak menarik dan tidak dikenal lagi bisa diperbaiki dan meningkatkan pengunjung. Diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat membantu *maintenance* secara visual yaitu melalui *re-branding*. Selain ini juga dapat memajukan kembali potensi Karang Setra sebagai salah satu tempat rekreasi yang menarik di kota Bandung.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka penulis mendapatkan permasalahan sebagai berikut :

Bagaimana merancang *re-branding* Karang Setra Wisata Air

Bandung agar memiliki *image* yang kuat sebagai wahana rekreasi yang menarik di benak masyarakat khususnya untuk keluarga?

1.2.1 Ruang Lingkup

Ruang lingkup perancangan dapat dikategorikan seperti berikut:

- Proses *rebranding*
Proses dimana bagaimana menciptakan dan memvisualisasikan identitas dan citra baru dari desain Karang Setra yang sudah ada sebelumnya seperti membuat logo, maskot, penerapan pada papan informasi untuk setiap wahana bermain.
- Proses promosi yang meliputi promosi seperti seragam pegawai, tiket masuk, *merchandise*, serta elemen-elemen pendukung lainnya seperti *web design*, brosur, iklan di koran.
- Area penelitian Bandung, kepada masyarakat pendatang maupun yang telah lama tinggal di Bandung.
- Waktu promosi
Dimulai dari awal Mei 2012, mengingat pada bulan ini merupakan bulan dimana anak sekolah mulai berlibur sekolah.
- Sasaran
Keluarga, dengan target primer anak dengan umur 5-12 tahun, dengan status ekonomi golongan menengah, menengah bawah.

1.3 Tujuan Perancangan

Berdasarkan pokok-pokok permasalahan yang telah dirumuskan dalam rumusan masalah di atas, berikut ini akan dikemukakan garis besar hasil yang ingin diperoleh setelah masalah dibahas, diselidiki, dijawab dan dipecahkan dalam penelitian, yaitu sebagai berikut.

merancang *re-branding* Karang Setra Wisata Air Bandung agar memiliki kesan yang kuat dibenak masyarakat khususnya bagi keluarga sebagai wahana rekreasi yang menarik adalah dengan membuat desain yang konsisten, *eyecatching*, menarik, mudah diingat, juga memiliki kesan tersendiri dan sesuai dengan konsep Karang Setra. Contohnya dengan membuat media yang menarik sesuai target segmentasi.

1.4 Manfaat Perancangan

Adapun manfaat yang diharapkan oleh penulis yaitu menjadikan Karang Setra Wisata Air Bandung mampu bersaing dengan tempat wisata dan rekreasi lainnya . Serta memperkenalkan kembali serta meningkatkan minat masyarakat untuk mengunjungi Karang Setra sebagai salah satu tempat hiburan yang menarik untuk keluarga.

1.5 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

Dalam proses pembuatan tugas akhir ini penulis melakukan penelitian dengan beberapa metode yaitu :

- Observasi dilakukan melalui pengamatan langsung di lapangan juga pengumpulan data dari Karang Setra
- Studi pustaka merupakan pengumpulan data dari beberapa literatur yang ada dan berhubungan masalah yang akan diteliti. Informasi yang diperoleh didapat dari berbagai media, baik cetak maupun elektronik.
- Wawancara dilakukan untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan dengan interaksi langsung kepada nara sumber dari Karang Setra Wisata Air.
- Kuesioner disebarakan kepada masyarakat untuk mengetahui seberapa banyak masyarakat yang gemar berekreasi bersama keluarga.

1.6 Skema Perancangan

Dalam penelitian ini tahap-tahap yang dilakukan mulai dari awal penelitian sampai ditemukannya temuan ilmiah berupa perancangan hasil karya yang sistematis. Akan dikemukakan dalam bagan / skema / alur proses / pemetaan dibawah ini.

