

## BAB 1

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

Kota Bandung mempunyai potensi yang tinggi di bidang hiburan. Ada beragam tempat yang mempunyai daya tarik bagi masyarakat lokal maupun internasional, misalnya ada banyak tempat makan, taman bermain, *outlet* dan juga mall membuat Bandung dipenuhi dengan aktivitas. Walaupun ada banyak hiburan di kota Bandung, tetapi tempat tersebut jarang memperkenalkan kota Bandung. Salah satu budaya luar yang sedang berkembang adalah trend hip hop yang salah satunya adalah tariannya.

Tari hip hop merupakan salah satu tarian mancanegara yang sangat diminati untuk dipelajari oleh berbagai kalangan. “Tarian yang berasal dan dikembangkan pada tahun 1970-an oleh masyarakat Afro-Amerika dan Amerika Latin ini merupakan tarian yang bersahabat dengan kaum muda pada masa sekarang (Toop, 1991: 113).

Disayangkan bahwa di Indonesia, trend hip hop tertinggal 20 tahun dari negara lain. Hip hop baru masuk dan dikenal dengan nama *street dance* pada tahun 1990 dan bermula dengan *breaking*. Perbedaan waktu yang begitu jauh membuat banyak masyarakat di Indonesia sulit untuk menerima hip hop sebagai suatu budaya baru. Walaupun begitu, trend hip hop mudah diterima oleh kaum muda. Sebuah trend hip hop seakan-akan menjadi primadona ditengah-tengah mereka. Hal ini terlihat banyaknya perkumpulan hip hop yang didirikan kaum muda.

Salah satu bagian yang menarik dari hip hop adalah tariannya. Seni tari ini memberikan rasa mencintai kebebasan, penuh aktivitas dan dinamis. Rasa inilah yang sangat dibutuhkan oleh kaum muda, di mana mereka sedang mencari jati diri dan membutuhkan kebebasan. Tari hip hop seakan-akan menjadi penyalur inspirasi mereka.

Yang diminati oleh kaum muda tidak hanya tarian hip hop, tetapi juga *rapping* dan *beat box*. Salah satu bukti yang kuat untuk ketiga hal ini adalah di mana mulai banyaknya kru tari hip hop, *beat box*, dan *rapping*. Bahkan media iklan TV banyak menggunakan nuansa hip hop sebagai bagian dari iklan mereka. Banyak lomba tari diadakan di kota Bandung yang peminatnya banyak. Padahal dengan trend lomba tari, gaya hidup hip hop dapat menjadi salah satu bidang hiburan yang dapat memperkenalkan kota Bandung sebagai kota yang penuh dengan gairah anak muda.

Hip hop saja tidak cukup untuk merangkul seluruh kalangan yang ada walaupun peminatnya sudah banyak. Tarian hip hop merupakan tarian yang berasal dari kultur yang keras karena berkaitan dengan *drugs*, *free sex*, kata-kata kasar. Sebab itu untuk menarik minat masyarakat awam dibutuhkan budaya asli. Indonesia merupakan negara yang mempunyai banyak budaya, salah satu daerahnya yaitu Jawa Barat. Jawa Barat merupakan salah satu propinsi yang mempunyai beragam budaya asli. Batik, tarian daerah, alat musik, lagu daerah dan masih banyak lagi yang merupakan ciri khas dari Jawa Barat.

Bedasarkan fenomena yang sudah dijelaskan di atas, maka perencanaan *event* dan promosi yang tepat dapat membangun hiburan yang lebih baik untuk kota Bandung. Dengan dukungan pemerintah setempat dan promosi yang berjalan dengan baik, bukan tidak mungkin kota Bandung menjadi topik utama hiburan khususnya para anak muda lokal maupun internasional dan masyarakat pada umumnya untuk kembali menjadikan kota ini sebagai kota yang penuh dengan hiburan di dalamnya. Penggunaan ilmu DKV (Desain Komunikasi Visual) dibutuhkan untuk membuat promosi *event* yang efektif dan tepat sasaran.

## **1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup**

Kota Bandung banyak diminati oleh turis lokal maupun internasional tetapi disayangkan bahwa tidak ada tempat hiburan (mall, kuliner, taman bermain, *outlet*) yang mengangkat nama Bandung. Hip hop merupakan budaya yang digemari oleh kaum muda saat ini dan dapat digunakan untuk menarik perhatian masyarakat.

Penggabungan budaya yang ada yaitu budaya lokal dan hip hop akan membuat suatu gaya baru yang dapat menarik masyarakat lokal dan internasional.

### **1.2.1 Permasalahan**

Dalam penyusunan penulisan ini, mengidentifikasi masalah, yaitu sebagai berikut:

1. Bagaimana mempromosikan kota Bandung dengan menggunakan hip hop agar lebih menarik minat masyarakat khususnya kaum muda?
2. Bagaimana menginformasikan acara hip hop di kota Bandung agar tersampaikan kepada anak muda yang berada di Jawa Barat?

### **1.2.2 Ruang Lingkup**

Sasaran dari promosi adalah kaum muda yang berumur sekitar 14-25 tahun dan berada di kota Bandung. Anak muda yang menyukai tarian dan suka *hang-out* serta aktif dalam kegiatan sehari-hari.

### **1.3 Tujuan Perancangan**

1. Membuat promosi *event* hip hop dengan budaya lokal yang modern agar dapat menarik minat masyarakat khususnya kaum muda.
2. Membuat desain dengan menggunakan media-media yang akrab dengan anak muda pada zaman ini khususnya di kota Bandung dan sekitarnya.

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

Dalam proses pengumpulan data, digunakan teknik observasi, wawancara terstruktur, kuesioner, dan studi pustaka.

## 1. Observasi

Observasi merupakan pengamatan langsung, berikut lingkungan fisiknya dan pengamatan terhadap suatu kegiatan yang sedang berjalan di area kota Bandung. Dalam tahap ini penulis juga melakukan pengambilan dokumentasi lokasi sebagai data untuk membantu penulis dalam perancangan promosi kota Bandung dengan *event* hip hop.

Seperti yang pernah dilakukan di kota Bandung yaitu *event* yang diadakan oleh Gatsby yaitu *Gatsby Dance Competition*. Lomba diadakan di Ciwalk (Cihampelas Walk) mall. *Event* ini membuat lomba tari hip hop dengan gaya rambut yang unik. Sasaran *event* ini adalah anak muda yang menyukai tarian hip hop serta penampilan. *Event* ini sukses dan memberikan kesan yang menarik bagi setiap orang baik yang mengikuti *event* tersebut atau hanya sekedar penonton.

## 2. Wawancara

Wawancara terstruktur merupakan kegiatan tanya jawab yang dilakukan dengan pihak yang dianggap kompeten dalam bidang permasalahan guna mendapatkan data yang akurat. Menggunakan daftar pertanyaan yang sudah disiapkan sebelumnya.

Disini penulis akan mewawancarai sejumlah komunitas hip hop dan orang-orang Bandung yang bidangnya dalam trend hip hop sendiri guna untuk mengetahui seberapa besar dampak yang dihasilkan hip hop bagi Indonesia khususnya Bandung.

## 3. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data dengan cara memberikan daftar pertanyaan tertulis kepada responden yang menjadi anggota sampel. Kuesioner dibagikan kepada responden untuk mengetahui seberapa pentingnya perancangan desain *branding* dan promosi untuk Kota Bandung dalam bidang hiburan.

Angket berupa beberapa pertanyaan seputar minat kaum muda kepada trend hip hop yang berada di sekitar Bandung dan disebarkan kepada pelajar SMP, SMA, mahasiswa dan para eksekutif muda sebanyak 100 orang.

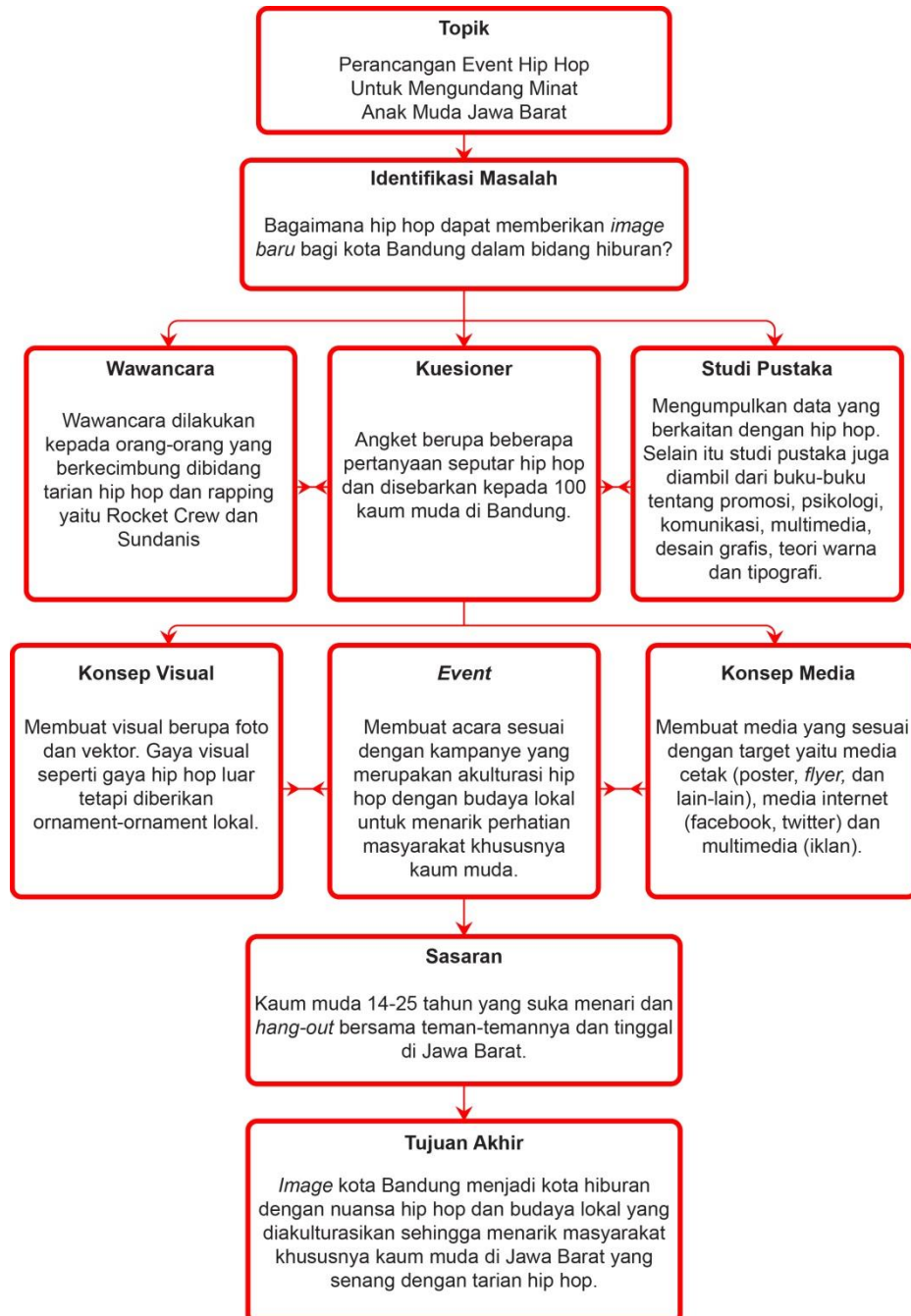
#### 4. Studi Pustaka

Studi pustaka merupakan pengumpulan data yang dilakukan dengan mempelajari buku-buku ataupun literatur seperti buku-buku pedoman yang sudah ada, koran, media lainnya yang berhubungan dengan permasalahan perancangan. Data didapatkan juga melalui literatur dari internet yang benar, terpadu, dan referensi yang tepat yang dapat mendukung data.

Penulis mengumpulkan data yang berkaitan dengan hip hop, budaya lokal Bandung dan kota Bandung. Selain itu studi pustaka juga diambil dari buku-buku tentang promosi, psikologi, komunikasi, multimedia, desain grafis, teori warna dan tipografi.

### 1.5 Skema Perancangan

Skema dan pemetaan diperlukan untuk perancangan dan penulisan tugas akhir agar dapat berjalan teratur dan terorganisir. Berikut merupakan skema pemikiran dan analisis dari perancangan kampanye ini



Tabel 1.1 Skema perancangan