

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Pada era pemerintahan Belanda, Bandung dijuluki sebagai “Tuinstad” atau Kota Taman. Berbagai macam taman dibuat di Kota Bandung. Kala itu, Bandung pun disebut “Parijs Van Java” karena kesejukan kotanya dan keanekaragaman bunga yang tumbuh di taman. Beragam taman kota gencar dibuat pada masa kolonial Belanda. Taman tersebut tidak hanya dijadikan sebagai sarana rekreasi dan sarana berolahraga, namun dijadikan pula sebagai perpustakaan botani. Setiap botani dilengkapi dengan keterangan berbahasa Latin dan Bahasa Indonesia.

Beberapa taman kota peninggalan kolonial yang hingga kini masih bertahan diantaranya Taman Lalu Lintas Ade Irma S dan Taman Maluku. Sayangnya, seiring berjalannya waktu, paru-paru kota tidak lagi terawat. Beberapa taman bahkan diidentikan sebagai tempat negatif seperti tempat berkumpul para waria.

Namun, sejak tahun 2013, Walikota Bandung, Ridwan Kamil, melakukan terobosan dengan merevitalisasi hampir seluruh taman kota dan tempat terbengkalai yang dijadikan taman tematik guna menunjang aktifitas masyarakat dan menjadi wadah untuk menyalurkan kreatifitas masyarakat di ruang publik. Revitalisasi yang dilakukan juga merupakan upaya pemerintah Kota Bandung untuk mengembalikan karakter Bandung Berhiber (Bersih Hijau Berbunga). Taman-taman kota yang direvitalisasi bukan hanya sekedar menambah jumlah pohon atau kursi taman, namun juga diberi fasilitas tambahan yang dapat mendukung aktifitas masyarakat seperti *jogging track*, jalur batu untuk refleksi kaki, dan lainnya. Taman tematik yang telah diresmikan diharapkan dapat menjadi ruang terbuka hijau yang asri dan nyaman bagi masyarakat.

Namun, seiring berjalannya waktu dan perubahan gaya hidup masyarakat yang semakin modern menjadikan taman bukan lagi menjadi pilihan tempat berkumpul maupun menghabiskan waktu. Masyarakat lebih senang menghabiskan waktunya di pusat perbelanjaan. Teknologi yang semakin canggih pun membuat generasi muda semakin malas untuk beraktifitas di ruang terbuka, mereka pun lebih memilih olahraga berbayar seperti *gym* untuk melakukan aktifitas olahraga. Padahal menurut penelitian para ahli, melakukan aktivitas di ruang terbuka dan berinteraksi dengan banyak orang di ruang terbuka dapat mempengaruhi kualitas hidup, meningkatkan kreativitas dan kadar kesehatan manusia.

Gaya hidup serba modern tentu membawa pengaruh terhadap lingkungan sekitarnya. Kurangnya kepedulian masyarakat terhadap taman kota yang telah direvitalisasi oleh pemerintah tentu saja menjadi masalah cukup serius, baik untuk lingkungan maupun diri sendiri. Untuk itu, diperlukan adanya upaya untuk mensosialisasikan eksistensi beragam Taman tematik yang terletak di Kota Bandung kepada masyarakat luas guna menarik minat masyarakat agar tertarik untuk berkunjung dan mengisi waktunya dengan berkunjung ke taman tematik. Melalui strategi kampanye yang kreatif, menarik, dan tepat sasaran, pesan yang ingin disampaikan dirasa dapat merubah pola pikir dan menarik minat masyarakat.

Permasalahan jelajah taman yang dikaitkan dengan indeks kesehatan merupakan topik yang menarik untuk diangkat menjadi topik Tugas Akhir. Penulis yakin, dengan strategi yang tepat dan menarik, taman kota yang jumlahnya sangat beragam dapat dikembalikan manfaatnya sebagaimana dahulu kala, sebagai pusat rekreasi keluarga, tempat melepas penat, dan tentunya sebagai paru-paru kota.

## **1.2 Pemasalahan dan Ruang Lingkup**

### **1.2.1 Permasalahan**

Rumusan masalah mengenai perancangan kampanye ini ialah :

- a. Bagaimana merancang strategi kampanye yang efektif guna menjaring masyarakat muda agar lebih tertarik untuk berkunjung ke Taman Tematik ?

- b. Bagaimana cara mengkampanyekan eksistensi taman tematik menjadi salah satu pilihan wisata dan pusat kegiatan ruang terbuka namun tetap terjaga kelestariannya yang dapat meningkatkan indeks kesehatan masyarakat di Kota Bandung?

### 1.2.2 Ruang Lingkup

Berdasarkan permasalahan yang dirumuskan diatas, berikut ini diuraikan ruang lingkup dan batasan permasalahan :

- a. Mengingat jumlah taman tematik yang semakin banyak jumlahnya dari waktu ke waktu, maka perancangan kampanye Taman Tematik dibatasi pada 10 Taman Tematik saja.
- b. Pembahasan masalah dibatasi pada perancangan kampanye berupa aplikasi mobile (*mobile apps*) jelajah taman yang ditujukan untuk masyarakat muda usia 18-28 tahun dari kalangan menengah dan menengah keatas yang tinggal di perkotaan di Jawa Barat.

### 1.3 Tujuan Perancangan

Setelah mengetahui dan mempelajari rumusan masalah, penulis menyimpulkan tujuan perancangan kampanye sebagai berikut :

- a. Memperkenalkan alternatif wisata alam di Kota Bandung yakni taman tematik yang jumlahnya beragam serta menyadarkan masyarakat mengenai pentingnya keberadaan taman kota yang dapat berpengaruh pada tingkat kesehatan masyarakat modern.

### 1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

Dalam perancangan kampanye, sumber data yang diperlukan berasal dari instansi terkait, yakni Dinas Pemakaman dan Pertamanan (DisKamTan) Kota Bandung.

Teknik pengumpulan data yang akan dilakukan oleh penulis ialah sebagai berikut :

a. Wawancara

Metode wawancara dilakukan oleh penulis guna mengetahui data statistik yang dapat mendukung perancangan kampanye. Informan dari wawancara ialah Dinas Pemakaman dan Pertamanan sehubungan dengan lokasi, fungsi, dan fasilitas sehubungan dengan Taman Tematik. Wawancara juga dilakukan kepada masyarakat dengan target usia yang direncanakan mengenai aktifitas olahraga yang biasa dilakukan dan alasan berkunjung ke Taman Tematik.

b. Observasi

Teknik observasi dilakukan dengan langsung mengunjungi Taman Tematik guna menyamakan data yang didapat dari dinas terkait dengan yang ada di lapangan. Hal ini dilakukan guna mendapatkan data yang lebih jelas dan akurat mengenai Taman Tematik.

c. Studi Pustaka

Metode ini digunakan untuk mencari data dan fakta dari buku serta situs yang dibutuhkan oleh penulis. Studi pustaka juga dilakukan guna memudahkan penulis untuk mendapatkan teori-teori yang digunakan dalam penulisan Bab II.

d. Kuesioner

Penggunaan kuesioner digunakan untuk mengetahui respon, opini dan minat publik mengenai perancangan yang akan dibuat. Kuesioner disebar kepada 100 orang responden.

## 1.5 Skema Perancangan

