

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kota Bandung memiliki banyak orang kreatif yang bergerak dalam bidang musik, tarian dan *street art*. Saat ini *street art* di Kota Bandung mulai marak, seperti seni mural dan *graffiti* yang sering terlihat dipinggiran jalan Kota Bandung. Seni mural di Kota Bandung banyak yang terlihat baik kualitas visualnya dibandingkan dengan *graffiti*. *Graffiti* di Kota Bandung masih banyak yang kualitas visualnya buruk dan cenderung masuk ke dalam kategori vandalisme karena tidak bertema dan tidak tepat lokasinya.

Belakangan ini aksi vandalisme pada fasilitas umum di Kota Bandung semakin marak. Sasarannya tidak lagi pada tembok-tembok di pinggir jalan, tetapi juga di fasilitas umum seperti taman-taman di Kota Bandung. Selain merusak taman-taman di kota, aksi vandalisme juga mulai merusak monumen dan patung-patung yang berada di Kota Bandung. Banyaknya aksi vandalisme ini, membuat kotor beberapa fasilitas umum yang ada di Kota Bandung dan sekitarnya (sumber: <http://www.pikiran-rakyat.com/node/188280>).

Keberadaan *graffiti* di Kota Bandung sebagian besar tergolong dan dianggap sebagai vandalisme daripada sebagai karya seni yang layak untuk dinikmati. Namun, beberapa *graffiti* dengan lokasi yang tepat, memiliki visual dan tema yang menarik menjadi salah satu daya tarik yang dapat dinikmati oleh beberapa kalangan masyarakat, seperti yang berada di Jalan Viaduct dan sekitar Jalan Braga. *Graffiti* yang terdapat di jalan-jalan tersebut dapat berfungsi untuk mempercantik kota. Selain itu *graffiti* yang menarik juga mampu menarik perhatian para wisatawan yang berkunjung ke Kota Bandung.

Graffiti dapat dimanfaatkan sebagai sarana komunikasi oleh beberapa kalangan masyarakat di Kota Bandung, khususnya para remaja. Dengan adanya *graffiti*, remaja di Kota Bandung dapat berekspresi dan menunjukkan keahlian dalam bidang seni dan eksistensi di masyarakat. Dengan demikian juga *graffiti* adalah seni yang tidak dapat dipandang sebelah mata, karena dapat memiliki peranan penting dimasyarakat sebagai karya seni dan wujud ekspresi dari para pelaku *graffiti*.

Oleh karena itu, Kota Bandung membutuhkan suatu upaya yang dapat mengurangi aksi vandalisme merusak keindahan kota, agar Kota Bandung dapat menjadi kota yang bersih, makmur, taat, bersahabat sesuai dengan visi Kota Bandung.

Berdasarkan permasalahan di atas, maka dibutuhkan sebuah kampanye yang dapat mengurangi kegiatan vandalisme di Kota Bandung, melalui desain komunikasi visual yang baik didukung media yang tepat.

1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup

Seperti yang telah dipaparkan di atas, aksi vandalisme sangat marak di Kota Bandung. Untuk mewujudkan Kota Bandung yang bersih, makmur, taat, bersahabat dan tetap memiliki *street art* menarik, maka dibutuhkan sebuah kampanye sosial untuk mengurangi aksi vandalisme dan mendukung kreativitas para remaja melalui seni *graffiti*.

Oleh karena itu, dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

Bagaimanakah cara yang tepat untuk mengurangi *vandalisme* di Kota Bandung?

Ruang lingkup perancangan dalam proyek ini mengarah pada solusi alternatif mengenai kampanye *anti* vandalisme. Target pelaksanaan kegiatan ini dimulai pada tahun 2016. *Target audience* untuk proyek ini adalah remaja usia 16-22 tahun, melalui penyuluhan, pemahaman, dan informasi dari media sosial seperti: Instagram, Facebook, Path, *Website* dan media cetak.

1.3 Tujuan Perancangan

Maksud dan tujuan yang hendak dicapai dari perancangan ini adalah dengan memberi pengarahan, wawasan, dan pembelajaran kepada para remaja mengenai *graffiti* agar dapat membedakan antara *graffiti* dan vandalisme serta tidak melakukan kegiatan vandalisme lagi.

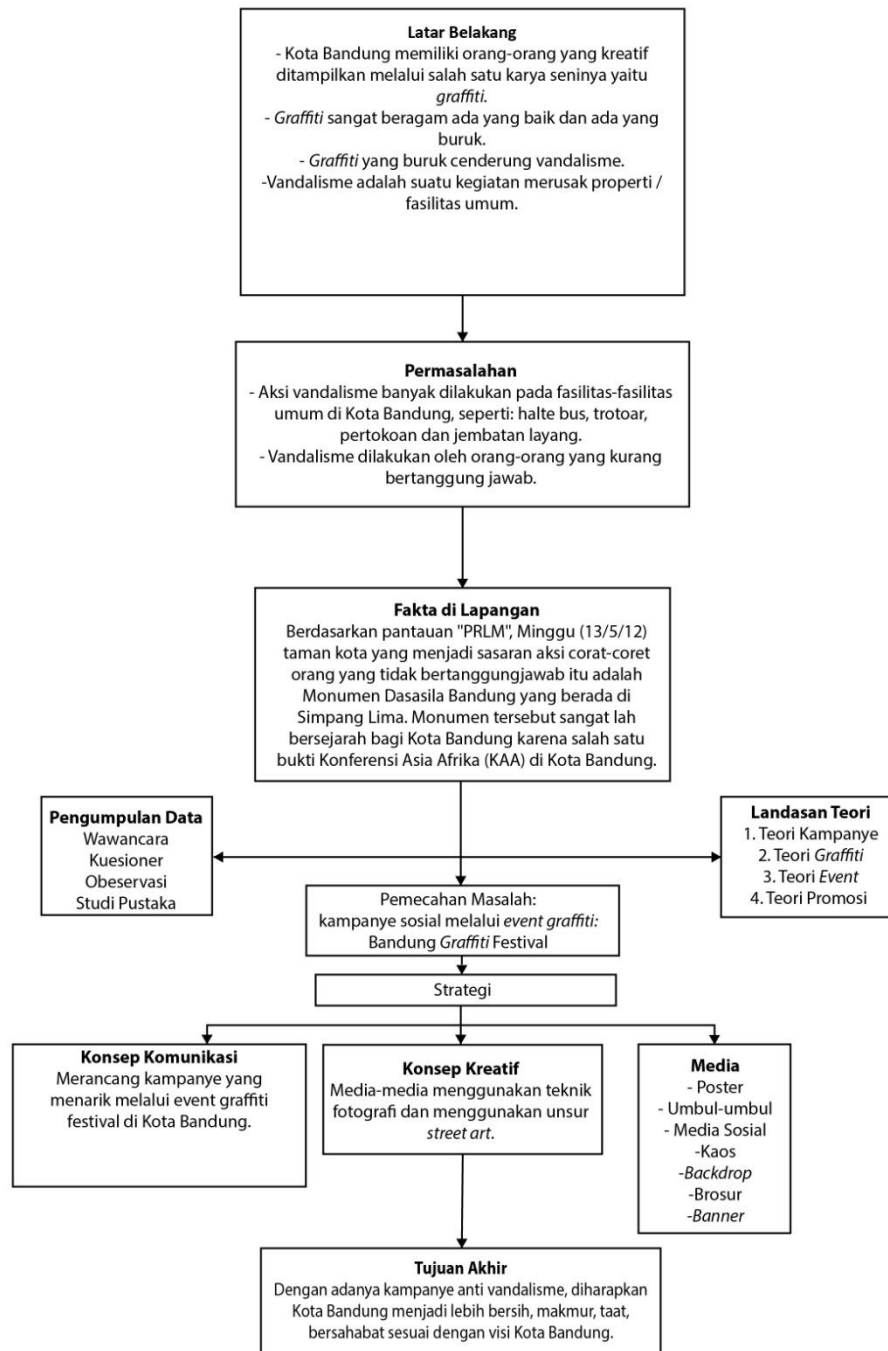
1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

Menurut Dinas Pertamanan dan Pemakaman Kota Bandung, kampanye anti vandalisme sangat dibutuhkan, karena semakin banyaknya coretan tidak jelas yang merusak taman-taman dan fasilitas-fasilitas umum di Kota Bandung.

Data yang diperoleh untuk perancangan ini adalah:

1. Wawancara dilakukan kepada Dinas Pertamanan dan Pemakaman Kota Bandung dan *graffiti artist* yang ada di Kota Bandung.
2. Penulis menyebarkan kuesioner kepada para remaja dan orang dewasa sebanyak 100 responden untuk mendapatkan data yang cukup tentang *graffiti* di Kota Bandung.
3. Studi pustaka yang diperlukan adalah mengenai teori-teori yang dibutuhkan untuk strategi kampanye anti vandalisme.

1.5 Skema Perancangan



Gambar 1.1 Skema Perancangan

(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2015)