Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

Team project ©2017
Dony Pratidana S. Hum | Bima Agus Setyawan S. IIP

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Menurut Peraturan Walikota Bogor No. 17 Tahun 2015 tentang Penyelenggaraan Kota Bogor Sebagai Kota Pusaka mengatakan bahwa Kota Bogor berada pada wilayah permukiman dengan sejarah peradaban yang panjang telah meninggalkan jejak-jejak kebudayaan yang menjadi pusaka kota (*city heritage*) sebagai pembentuk identitas sekaligus sumber daya kota di masa kini. Kota Pusaka juga merupakan kota yang memiliki kualitas dan nilai budaya, kekentalan sejarah dan alam yang terkait erat dengan proses pembentukan kota atau bagian-bagian dari kota, berupa aset pusaka alam, budaya, saujana, serta rajutan berbagai pusaka tersebut secara utuh yang berpijak kepada kearifan lokal yang mendorong kreativitas, inovasi, produktivitas, dan kualitas kotanya untuk kesejahteraan masyarakat. Berdasarkan wawancara kepada Naufal Isnaeni, tanggal 23 Februari 2017 selaku Penata Badan Perencanaan dan Pembangunan Daerah Kota Bogor, mengatakan bahwa terdapat enam Kawasan Pusaka Kota di Kota Bogor. Enam Kawasan Pusaka tersebut adalah Kebun Raya Bogor, Jalan Suryakencana, Perumahan Taman Kencana, Pemukiman Eropa, Empang dan Kota Paris.

Kedatangan Etnis Tionghoa di Kota Bogor membawa serta budaya leluhur dan politik *Zooning Etnis*. Melihat kekayaan budaya tersebut pemerintah kolonial Belanda membentuk suatu kawasan etnik yang sangat kaya akan warisan budaya di Jalan Suryakencana. Pada masa kolonial Belanda Jalan Suryakencana bernama

Perancangan Identitas Visual..., Gabriella Lotus Buntaro, FSD UMN, 2018

Handelstratt yang artinya jalan perniagaan. Menurut Pemerintah Kota Bogor kawasan kota pusaka yang terdiri dari Etnis Tionghoa yang mewarnai keanekaragaman budaya di Kota Bogor salah satunya adalah daerah Pecinan. Daerah Pecinan meliputi rumah-rumah pemukiman Etnis Tionghoa disepanjang Jalan Suryakencana, Jalan Roda dan sekitarnya.

Berdasarkan wawancara kepada Mardi Lim, tanggal 18 Februari 2017 selaku anggota Tim Kota Pusaka Bogor dan juga salah satu pedagang di kawasan Pecinan Kota Bogor, mengatakan bahwa kawasan Pecinan Kota Bogor sedang dalam tahap revitalisasi. Revitalisasi ini dijalankan untuk meningkatkan kesejahteraan hidup masyarakat setempat karena semakin lama kawasan Pecinan Kota Bogor ini semakin sepi. Seharusnya tempat yang yang dilabeli oleh istilah Pecinan buka 24 jam layaknya Pecinan negara tetangga. Namun pada kenyataannya memasuki pukul tujuh malam Pecinan Kota Bogor sudah nampak sangat sepi layaknya kota tak berpenghuni. Namun proyek revitalisasi ini sudah mulai terlihat dengan dibangunnya Lawang Suryakencana sebagai gerbang masuk Pecinan Kota Bogor.

Kemudian berdasarkan wawancara kepada Naufal Isnaeni, tanggal 23 Februari 2017 selaku Penata Badan Perencanaan dan Pembangunan Daerah Kota Bogor, mengatakan memang benar Pecinan Kota Bogor sekarang masih dalam tahap revitalisasi. Hal ini dibuktikan melalui hadirnya rencana tata bangunan dan lingkungan Pecinan Kota Bogor. Pemerintah sudah menyiapkan beberapa konsep yang nantinya akan diterapkan di Pecinan Kota Bogor ini. Konsep-konsep tersebut adalah gang tematik, koridor 'hujan tetap jajan', wajah bangunan, *information*

Perancangan Identitas Visual..., Gabriella Lotus Buntaro, FSD UMN, 2018

center dan *street furniture*. Naufal Isnaeni juga berpendapat bahwa salah satu cara menjaga Kota Pusaka adalah dengan merevitalisasi kawasan tersebut, revitalisasi yang dilakukan tidak hanya digunakan untuk melestarikan tempat tersebut melainkan untuk menaikkan perekonomian masyarakat setempat juga.

Kawasan Pecinan Kota Bogor ini ramai dikunjungi oleh wisatawan. Hal ini dibuktikan dengan padatnya Kawasan Jalan Suryakencana dengan mobil-mobil luar kota hingga menimbulkan kemacetan yang tiada akhir. Tidak hanya itu, mobil yang terparkir disepanjang Jalan Suryakencana juga bukan mobil ber-plat F melainkan mobil ber-plat B. Namun sesuai dengan hasil penelitian penulis ditemukan adanya sebuah masalah yaitu masyarakat tidak tahu bahwa Jalan Suryakencana merupakan Pecinan Kota Bogor. Penulis membagikan kuesioner *online* kepada 120 orang yang tersebar di wilayah Jakarta, Depok, Tangerang dan Bekasi. Dari 120 responden yang ada, 63% diantaranya tidak tahu bahwa di Kota Bogor terdapat Pecinan. Dan dari 120 responden yang ada, 84% diantaranya tidak tahu bahwa Jalan Suryakencana merupakan Pecinan Kota Bogor. Apabila masyarakat tidak mengenal Jalan Suryakencana dan Pecinan Kota Bogor maka tujuan Kota Pusaka untuk mensejahterakan masyarakat yang tinggal didalamnya gagal.

Place Branding merupakan kegiatan mem-*branding* suatu tempat yang nantinya akan diterapkan disebuah wilayah, kota maupun negara. *Place Branding* mampu memberikan wajah baru yang sesuai dengan karakter wilayah tersebut. Wajah baru yang ditampilkan akan berperan sebagai pembeda antara wilayah satu dengan wilayah lainnya. Menurut Anholt dalam Clifton (2009) bila *Place Branding* dilakukan secara tepat maka perekonomian diwilayah tersebut akan meningkat

Perancangan Identitas Visual..., Gabriella Lotus Buntaro, FSD UMN, 2018

(hlm. 206-207). *Place Branding* dapat diterapkan di Kawasan Jalan Suryakencana sebagai alat pembentuk wajah baru Pecinan Kota Bogor. Wajah baru yang ditampilkan akan menjadi keunikan tersendiri bagi Pecinan Kota Bogor yang diusung sebagai salah satu Kawasan Pusaka. Selain itu menurut Wheeler (2013) *branding* berbicara tentang bagaimana seseorang harus memilih sebuah merek tertentu dibandingkan merek-merek lainnya. Tidak hanya itu, *branding* juga dapat dijadikan sebuah senjata pamungkas yang digunakan untuk menarik perhatian pelanggan dalam memilih sebuah merek (hlm. 6). Jadi *Place Branding* ini juga dilakukan demi menarik perhatian wisawatan untuk berkunjung ke Kawasan Jalan Suryakencana yang merupakan Pecinan Kota Bogor sebagai Kawasan Pusaka. Jika semakin banyak para wisatawan yang berkunjung ke Pecinan Kota Bogor maka secara tidak langsung perkenomian tempat tersebut akan naik dan berkembang. Dan jika perekonomian Jalan Suryakencana yang merupakan salah satu Kawasan Pusaka dapat berkembang, maka tujuan Kota Pusaka untuk mensejahterakan masyarakatnya didalamnya akan berhasil.

1.2. Rumusan Masalah

Untuk memperjelas masalah yang ada dalam perancangan ini, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana merancang identitas visual Pecinan Kota Bogor sebagai Kawasan Pusaka?

2. Bagaimana merancang *brand guidelines* identitas visual Pecinan Kota Bogor sebagai Kawasan Pusaka?

Perancangan Identitas Visual..., Gabriella Lotus Buntaro, FSD UMN, 2018

1.3. Batasan Masalah

Ruang lingkup pembahasan Tugas Akhir ini akan dibatasi pada:

1. Geografis
   - Kota/Kabupaten : Jakarta, Depok, Tangerang & Bekasi
   - Provinsi : DKI Jakarta & Jawa Barat
2. Demografis
   - Usia : 15-64 tahun
   - Gender : Laki-laki & perempuan
   - Kebangsaan : WNI
   - Etnis : Semua etnis
   - Bahasa : Indonesia
   - Agama : Semua agama
   - Pendidikan : Minimal SMA
   - Pekerjaan : Karyawan & ibu rumah tangga
   - Pendapatan : Diatas UMR
   - Kelas Ekonomi : Menengah atas
   - Status Pernikahan : Belum/sudah menikah
   - Tipe Keluarga : Orangtua dengan 2 anak
3. Psikografis
   - Gaya Hidup : Perkotaan
   - Aktifitas : Bekerja & mengurus rumah tangga
   - Ketertarikan : Berjalan-jalan
   - Kepribadian : Rasa ingin tahu

Perancangan Identitas Visual..., Gabriella Lotus Buntaro, FSD UMN, 2018

- Sikap/*Attitudes* : Menghargai budaya

4. Geodemografis

- Hunian : Perumahan di perkotaan

1.4. Tujuan Tugas Akhir

Membuat identitas visual Pecinan Kota Bogor sebagai Kawasan Pusaka menggunakan *Place Branding*. Pemerintah Kota Bogor merevitalisasi Jalan Suryakencana sebagai Kawasan Pusaka melalui proyek tata bangunan dan lingkungan, sedangkan penulis 'merevitalisasi' Jalan Suryakencana sebagai Kawasan Pusaka dengan membuat identitas visual. Membangun identitas visual dengan teori *Branding* serta *Place Bbranding* untuk memberikan wajah yang baru dan memperkenalkan Kawasan Jalan Suryakencana yang merupakan Pecinan Kota Bogor sebagai salah satu Kawasan Pusaka dihadapan masyarakat. Ini semua dilakukan demi menarik perhatian wisawatan untuk berkunjung ke Kawasan Jalan Suryakencana yang merupakan Pecinan Kota Bogor. Dengan bertambah banyaknya wisatawan yang berkunjung ke Kawasan Jalan Suryakencana ini akan berdampak baik bagi perekonomian masyarakat setempat. Dengan begitu tujuan Kawasan Pusaka untuk mensejahterakan masyarakat yang tinggal didalamnya akan berhasil. Selain itu penulis juga akan membuat sebuah *brand guidelines* sebagai acuan penggunaan identitas visual yang penulis buat secara baik dan benar. *Brand guidelines* ini dibuat agar konsistensi identitas visual yang telah penulis buat dapat terjaga dengan baik dan benar pula. *Brand guidelines* ini berisi konfigurasi logo dan *supegraphic* yang akan penulis buat dalam perancangan Tugas Akhir ini.

Perancangan Identitas Visual..., Gabriella Lotus Buntaro, FSD UMN, 2018

1.5. Manfaat Tugas Akhir

1. Bagi Penulis

- Membuat sesuatu yang sangat berguna untuk orang banyak merupakan sebuah kepuasan batin tersendiri bagi penulis.
- Memperluas pengetahuan penulis dalam mencari masalah serta menemukan solusi yang tepat untuk masalah tersebut.
- Penulis mengaplikasikan ilmu yang telah penulis dapatkan selama menempuh pendidikan di Universitas Multimedia Nusntara.
- Tugas Akhir (TA) merupakan salah satu syarat akademik yang harus dipenuhi oleh penulis untuk memperoleh gelar sarjana desain (S.Ds.) di Universitas Multimedia Nusantara.

2. Bagi Orang Lain

- Membantu Pemerintah Kota Bogor dalam hal 'merevitalisasi' Pecinan Kota Bogor sebagai Kawasan Pusaka dalam konteks desain grafis.
- Memberikan informasi kepada masyarakat maupun wisatawan bahwa Jalan Suryakencana merupakan Pecinan Kota Bogor yang merupakan salah satu Kawasan Pusaka di Kota Bogor.
- Diharapkan dapat bermanfaat untuk menaikkan perekonomian masyarakat Pecinan Kota Bogor sebagai Kawasan Pusaka.

3. Bagi Universitas

- Penulis harap, laporan tugas akhir penulis dapat menjadi referensi bagi semua kalangan civitas Universitas Multimedia Nusantara.

Perancangan Identitas Visual..., Gabriella Lotus Buntaro, FSD UMN, 2018