



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.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Dewasa ini perkembangan sebuah kota khususnya kota Tangerang telah menjadi sebuah kota yang berkembang secara infrastruktur maupun tingkat penduduk yang meningkat. Berdasarkan data BPS Tangerang yang di kutip berdasarkan website resmi Badan Pusat Statistik Tangerang (<https://tangerangkota.bps.go.id/dynamictable/2018/03/26/96/jumlah-penduduk-kota-tangerang-2005-2016.html>) sekitar 2 juta penduduk yang tinggal di kota Tangerang pada 2016. Salah satu infrastruktur yang sedang dikembangkan saat ini adalah taman tematik di kota Tangerang. Menurut Tihar Sopian selaku Kepala Bidang pertamanan dan Dekorasi Kota Tangerang menyatakan bahwa pemerintah Kota Tangerang terus berupaya melakukan pembenahan disegala sektor dan salah satunya adalah taman tematik, kebutuhan Ruang Terbuka Hijau (RTH) diperlukan sebanyak 20 persen dari luas kota.

Masyarakat Kota Tangerang memiliki tempat rekreasi untuk berkumpul bersama keluarga maupun teman tanpa harus mengeluarkan biaya yang besar. Salah satu pilihan tempat rekreasi yang dapat di pilih oleh masyarakat kota Tangerang adalah taman – taman tematik yang telah di sediakan oleh pemerintah maupun pihak swasta. Kota Tangerang mempunyai beberapa taman rekreasi yang tepat untuk masyarakat menghabiskan waktu berlibur tanpa harus mengganggu jam kerja dan pengeluaran biaya yang besar. Namun masih banyak masyarakat

yang belum tahu khususnya warga Kota Tangerang mengenai keberadaan beberapa taman – taman tematik di Kota Tangerang yang dapat di kunjungi, bahkan beberapa taman dapat di nikmati tanpa harus mengeluarkan biaya untuk masuk.

Menurut salah satu data kuantitatif yaitu kuesioner yakni masalah yang dihadapi saat ini adalah masih banyak masyarakat Kota Tangerang yang belum mengetahui informasi tentang taman tematik di Kota Tangerang. Penyebab terjadinya fenomena ini di karenakan kurangnya informasi tentang adanya taman – taman tematik di Kota Tangerang. Penulis melakukan survey dan melakukan wawancara terhadap beberapa narasumber yang berada di salah satu taman di Kota Tangerang yaitu taman potret. Beliau merupakan petugas yang bekerja di sebuah taman potret Tangerang.

Menurut Hambali selaku petugas taman potret berpendapat bahwa taman potret merupakan taman yang cocok dikunjungi oleh masyarakat karena semua fasilitas sudah tersedia. Beliau berharap bahwa masyarakat juga dapat bermain ke taman walaupun disekitar taman banyak Mall yang cukup besar. Selain itu terdapat juga beberapa pedagang yang berjualan di dalam taman potret tersebut. Penulis melakukan sedikit wawancara kepada salah satu pedagang di taman tersebut.

Menurut Yayan selaku salah satu pedagang di taman potret berpendapat bahwa taman tematik di Kota Tangerang sudah cukup memadai untuk dikunjungi. Selain hanya untuk berkumpul bersama keluarga atau teman, ada benefit lain yang bisa

didapat ketika berkunjung ke taman seperti menyegarkan pikiran, olahraga, baca buku, dll.

Setelah mendengar beberapa narasumber dan hasil data riset kualitatif & kuantitatif yang telah dilakukan oleh penulis maka dari itu taman – taman tematik di Kota Tangerang membutuhkan sebuah kampanye dengan tujuan mengajak serta memberikan informasi tentang taman – taman tematik di Kota Tangerang serta juga memberikan informasi benefit apa saja yang didapatkan ketika berkunjung ke taman.

Melihat fenomena ini, maka penulis membuat Perancangan Kampanye Sosial Tentang Keunikan Taman Tematik di Kota Tangerang. Target yang dituju yaitu lebih mengacu kepada masyarakat Kota Tangerang namun informasi yang akan diberikan juga berguna bagi masyarakat di luar Tangerang yang ingin juga menikmati taman rekreasi di Tangerang. Perancangan kampanye sosial bertujuan untuk mengajak serta memberikan informasi detail tentang taman – taman tematik yang sudah sangat layak dikunjungi. Selain itu penulis juga akan memberikan informasi tentang apa saja benefit – benefit yang didapatkan ketika berkunjung ke taman tematik.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan di atas, maka penulis dapat menarik adanya permasalahan sebagai berikut: Bagaimana perancangan kampanye sosial yang tepat sasaran untuk mengajak masyarakat sekitar agar dapat berkunjung ke taman tematik terdekat?

1.3. Batasan Masalah

Perancangan kampanye sosial tentang keunikan taman tematik di Kota Tangerang untuk masyarakat sekitar Kota Tangerang.

Target audiens perancangan kampanye sosial antara lain:

1. Demografis

- a. Primer : laki – laki dan wanita berusia 17-24 tahun masyarakat Kota Tangerang
- b. Pekerjaan : Pelajar, Mahasiswa, Wiraswasta, Wirausaha
- c. SES : Masyarakat kelas C & B

2. Geografis

- a. Primer : Tangerang Kota.

3. Psikografis

- a. Menyukai hal - hal yang berhubungan dengan rekreasi.
- b. Ingin berlibur namun terhalang waktu atau keterbatasan ekonomi.

1.4. Tujuan Tugas Akhir

Adapun tujuan penelitian adalah perancangan kampanye sosial tentang keunikan taman tematik di Kota Tangerang untuk masyarakat sekitar. Memberikan informasi tentang keunikan taman tematik di Kota Tangerang serta mengajak kepada masyarakat sekitar usia 17-24 tahun untuk berkunjung ke taman karena benefit ketika berkunjung ke taman cukup banyak.

1.5. Manfaat Tugas Akhir

Manfaat tugas akhir dari perancangan kampanye sosial tentang keunikan taman tematik di Kota Tangerang bagi penulis, orang lain dan universitas:

1. Manfaat tugas akhir bagi penulis yaitu penulis mempunyai pengalaman baru dalam hal melakukan sebuah riset secara mendalam. Dalam konteks judul yang penulis jalankan saat ini maka penulis mendapatkan sebuah manfaat yaitu berupa informasi tentang seluk beluk taman tematik di Kota Tangerang serta respon dari pada pengunjung taman tematik maupun yang belum pernah berkunjung ke taman tematik di Kota Tangerang.
2. Manfaat tugas akhir bagi orang lain yaitu mereka mendapatkan sebuah informasi tentang taman – taman tematik di Kota Tangerang serta mengajak para target audiens untuk berkunjung ke taman tematik terdekat sehingga mendapatkan benefit ketika berkunjung ke taman.
3. Manfaat tugas akhir bagi Universitas Multimedia Nusantara yaitu pihak kampus membantu dalam menjalankan sebuah kampanye sosial yang positif untuk masyarakat Kota Tangerang sehingga masyarakat Kota Tangerang juga dapat mengenal Universitas Multimedia Nusantara sebagai kampus yang mendukung mahasiswanya menjalankan sebuah kampanye positif dan masyarakat pasti akan memberikan sebuah pandangan yang baik serta apresiasi terhadap Universitas Multimedia Nusantara.