

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Ruang publik merupakan suatu unit perkotaan yang mempunyai peranan yang penting. Peranan ini adalah selaku tempat untuk berinteraksi dan berkomunikasi bagi masyarakat, baik individu ataupun kelompok. Pengertian ruang publik itu sendiri yaitu suatu elemen di perkotaan yang mempunyai karakter berbeda dan memiliki fungsi interaksi sosial bagi masyarakat serta sebagai sarana kegiatan ekonomi. [1]. Secara umum ruang terbuka dibagi menjadi dua jenis yaitu ruang terbuka privat dan ruang terbuka publik, sementara itu di perkotaan itu sendiri, ruang terbuka publik terdiri dari ruang terbuka hijau dan ruang terbuka non-hijau.

Ruang Terbuka Hijau (RTH) perkotaan merupakan bagian dari ruang terbuka pada suatu kawasan perkotaan yang di dalamnya terdapat tumbuhan untuk mendukung manfaat lingkungan, sosial budaya, dan arsitektural yang dapat membawa manfaat ekonomi bagi masyarakat [2]. Salah satu contoh ruang terbuka hijau publik yang mempunyai aktifitas yang cukup kompleks adalah taman kota. Taman kota itu sendiri memiliki ciri yang di mana berada pada suatu kawasan pusat kota, yang memiliki ciri-ciri berbentuk lapangan hijau dengan berbagai pepohonan yang berfungsi untuk berteduh atau berupa hutan kota dengan pengembangan desain baru.

Dalam UU No 26 Tahun 2007 mengenai Penyusunan Ruang, disebutkan kalau perencanaan tata ruang daerah kota wajib muat rencana penyediaan serta pemanfaatan ruang terbuka hijau yang luas minimalnya sebesar 30% dari luas daerah kota. Bersumber pada Peraturan Menteri Pekerjaan Umum No.05/PRT/M/2008 tentang Penyediaan serta Pemanfaatan Ruang Terbuka Hijau di Kawasan Perkotaan. Penyediaan RTH bersumber pada luas daerah di perkotaan merupakan sebesar 30% yang terdiri dari 20% RTH publik serta 10% RTH non publik [1]. Maka dari itu keberadaan suatu taman kota atau RTH harus mempertimbangkan dari segala aspek kebutuhan yang ada untuk masyarakat. Maka keberadaan suatu taman kota merupakan keharusan dan harus ada karena

Pemda Kota harus mengikuti aturan yang telah ditetapkan oleh pemerintah pusat atau Pemerintah Indonesia.

Taman Kota Andhang Pangrenan ialah suatu tempat ruang terbuka hijau yang berada di sisi selatan Purwokerto, Jawa Tengah. Taman rekreasi ini berdiri di bekas terminal bus lama Purwokerto, dan diresmikan pada 13 April 2011 oleh Bupati Banyumas yaitu Drs. Mardjoko dan dikelola langsung oleh Dinas Kepemudaan, Olah Raga, Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyumas. Banyak warga sekitar yang memanfaatkan taman kota ini sebagai tempat rekreasi. Dua patung Bawor, yang merupakan maskot dari Kabupaten Banyumas, akan menyambut pengunjung saat memasuki area taman ini. Setelahnya terdapat lorong dengan lampion warna-warni. Di sisi lain terdapat juga berbagai macam patung dan hiasan lainnya yang bisa dijadikan *spot* foto *instagramable*. Selain itu terdapat taman bermain anak untuk si kecil serta terdapat tanaman unik yang tidak ada pada taman rekreasi lainnya di wilayah Purwokerto.

Namun sangat disayangkan, Taman Andhang Pangrenan memiliki beberapa citra buruk dibenak masyarakat. Taman Andhang Pangrenan menjadi kawasan berkumpulnya preman dan menjadi tempat transaksi prostitusi. Stigma buruk tersebut sudah menyebar dikalangan masyarakat asli maupun pendatang di Purwokerto karena hal tersebut berlangsung cukup lama bahkan sebelum Taman Andhang Pangrenan berdiri seperti saat ini. Maka dari itu, dengan *brand image* yang cukup jelek di benak masyarakat dibuatlah perancangan kali ini yang bertujuan untuk memperbaiki citra pada Taman Andhang Pangrenan menjadi taman yang memiliki *image* yang ramah anak dan keluarga melalui identitas visual yang baik dan dibantu dengan beberapa media pendukung. Tentunya hal tersebut tidak bisa direalisasikan tanpa adanya bantuan dari pemerintah setempat yang mengelola Taman Andhang Pangrenan yaitu DINPORABUDPAR.

Berdasarkan hasil wawancara bersama Bapak Farid AUFAR Ma'ruf dari UPTD Lokawisata Purwomas DINPORABUDPAR serta observasi lapangan secara langsung, identitas visual yang dimiliki Taman Andhang Pangrenan Purwokerto ini masih belum terbentuk. Kekurangan ini dilihat dari logo Taman Andhang Pangrenan Purwokerto itu sendiri yang belum terbentuk, padahal Taman

ini sudah lama berdiri dan diresmikan pada tanggal 13 April 2011. Lalu tidak adanya sumber daya manusia yang mampu merancang identitas tiap objek wisata di Purwokerto khususnya Taman Andhang Pangrenan itu sendiri, sehingga Taman Andhang Pangrenan hanya menggunakan logo dari Dinas Kepemudaan, Olahraga, Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyumas (DINPORABUDPAR).

Menurut penelitian pendahulu pada perancangan *Brand Identity* Objek Wisata Waduk Darma Kabupaten Kuningan” [3]. Penelitian tersebut disusun oleh Citra Anggunawati Yustikasari dan tim dari Universitas Telkom Bandung pada tahun 2020. Hasil dari perancangan tersebut yaitu memperbaiki citra *brand* pada Waduk Darma. Karena identitas yang baik dapat membuat citra yang baik dan profesional bagi masyarakat, hal ini untuk meningkatkan suatu *brand awareness* bagi masyarakat.

Sebuah identitas visual harus dapat diidentifikasi, dibedakan, eksistensi yang bertahan lama, serta memberikan rasa percaya kepada konsumen [4]. Dengan identitas visual yang dapat bertahan lama, citra Taman Andhang Pangrenan juga diharapkan dapat membaik dengan seiringnya waktu, tentunya dengan bantuan pengelola setempat. Citra tersebut disebut juga dengan *brand awareness*. Semakin banyak calon pengunjung yang mampu mengenali *brand* maka artinya konsumen menyadari keberadaan *brand* [5].

Oleh karena itu, pembentukan identitas visual berupa logo, serta media pendukung lainnya seperti media instagram, *banner* dan *merchandise* sebagai *souvenir* agar Taman Andhang menempel di benak masyarakat, karena dengan identitas visual yang terkonsep akan jauh lebih baik dan tentunya akan memperbaiki stigma buruk di masyarakat.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

- 1.1.1 Bagaimana merancang identitas visual pada Objek Wisata Taman Andhang Pangrenan untuk meningkatkan *brand awareness*?
- 1.1.2. Bagaimana merancang media pendukung yang efektif untuk membantu meningkatkan *brand awareness*?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

- 1.3.1 Merancang identitas visual pada Objek Wisata Taman Andhang Pangrenan Purwokerto untuk meningkatkan *brand awareness*.
- 1.3.2. Merancang media pendukung pada Objek Wisata Taman Andhang Pangrenan Purwokerto untuk meningkatkan *brand awareness*.

1.4 Batasan Perancangan

- 1.4.1. Perancangan ini difokuskan pada perancangan identitas visual meliputi logo beserta *Brand Guidelines*. Lalu media pendukung lainnya seperti perlengkapan staff (*T-shirt* dan topi), tiket, brosur, stiker, *x-banner*, serta *feeds Instagram*

1.5 Manfaat Penelitian

Berdasarkan penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat sebagai berikut:

- 1.5.1. Manfaat Bagi Institusi

Dengan adanya penelitian ini diharapkan agar dapat memperkaya karya tulisan ilmiah untuk Institut Teknologi Telkom Purwokerto dan diharapkan penelitian ini dapat dijadikan suatu karya yang membanggakan untuk Institut Teknologi Telkom Purwokerto. Penelitian ini berpartisipasi dalam mewujudkan salah satu misi dari ITTP yaitu HATS (*Healthcare, Agroindustry, Tourism, dan Small*

medium enterprise) yang dimana penelitian ini masuk kedalam segala bidang HATS.

1.5.2. Manfaat Bagi Keilmuan DKV

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi suatu referensi, serta acuan dalam merancang suatu identitas visual bagi mahasiswa Desain Komunikasi Visual dan dapat bermanfaat pada pengembangan akademik terkhusus pada bidang ilmu Desain Komunikasi Visual.

1.5.3 Manfaat Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan saran dan informasi bagi pihak pengelola Destinasi Wisata Taman Andhang Pangrenan untuk meningkatkan citra dan minat masyarakat terhadap wisata.