

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan lokasi wisata di kota Bandung semakin lama semakin pesat dan meluas. Bandung memiliki banyak jenis wisata unik dan menarik yang ditawarkan, mulai dari wisata jajanan, wisata belanja, wisata edukasi hingga wisata alam yang paling menarik wisatawan domestik maupun wisatawan mancanegara.

Pada musim liburan, Bandung merupakan salah satu tujuan wisata yang paling diminati. Wawan, staf bagian Objek Wisata Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung, menyatakan bahwa mayoritas pengunjung pada musim liburan adalah kalangan anak sekolah namun mereka memilih mengunjungi lokasi wisata belanja dan wisata keluarga seperti Trans Studio Bandung dibandingkan mengunjungi wisata edukasi di Kota Bandung. Hal ini dikarenakan kurangnya informasi lokasi wisata edukasi tersebut.

Menurut data dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung terdapat 8 lokasi wisata edukasi di Kota Bandung antara lain, Kebun Binatang, Taman Lalu Lintas, Museum Geologi, Museum Pos Indonesia, Museum KAA, Museum Mandala Siliwangi, Museum Sri Baduga dan Taman Hutan Raya Bandung.

Pemerintah Kota Bandung telah melakukan berbagai cara untuk memperkenalkan lokasi-lokasi wisata di Kota Bandung, salah satunya melalui kegiatan promosi melalui media cetak, mengikuti pameran pariwisata dan budaya serta memasang iklan pada *videotron* pada tahun 2013. Namun belum ada media informasi yang unik dan menarik yang sesuai dengan segmentasi wisata edukasi tersebut, yang berupa animasi *motion graphic*.

Motion Graphic pada umumnya merupakan gabungan dari potongan-potongan desain/animasi yang berbasis media visual yang menggabungkan film dengan desain grafis dengan memasukkan sejumlah elemen yang berbeda seperti

objek 2 dimensi atau 3 dimensi, animasi, video, film, tipografi, ilustrasi, fotografi dan musik (*Motion by Design*, 2010: 7).

Oleh karena itu, perancang ingin merancang sebuah media informasi wisata edukasi berupa animasi *motion graphic* untuk menginformasikan tempat-tempat wisata edukasi yang ada di Kota Bandung guna mempermudah wisatawan yang ingin mengetahui tujuan wisata yang ada di Kota Bandung. Dengan target *audiens* siswa SD dengan rentang usia 10 hingga 12 tahun yang ingin mengunjungi Kota Bandung.

1.2 Permasalahan

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas, perancang mengidentifikasi masalah sebagai berikut :

1. Kurangnya informasi masyarakat tentang lokasi wisata edukasi yang dapat dikunjungi di Kota Bandung.
2. Wisatawan hanya mengunjungi lokasi wisata yang sudah terkenal.
3. Tidak adanya media informasi yang sesuai dengan segmentasi wisata edukasi.
4. Kebutuhan media informasi wisata yang unik untuk menarik wisatawan sekaligus menginformasikan lokasi-lokasi wisata Kota Bandung.

1.2.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah yang di hasilkan adalah :

1. Bagaimana membuat *motion graphic* untuk memberikan referensi lokasi wisata edukasi Kota Bandung?
2. Bagaimana membuat rancangan *motion graphic* sebagai media informasi yang menarik untuk menginformasikan lokasi wisata edukasi di Kota Bandung?

1.3 Ruang Lingkup

Melihat luasnya masalah yang akan dikaji, maka perancang menentukan beberapa batasan masalah agar pembahasan lebih fokus dan tidak keluar dari permasalahan yang akan dipecahkan. Batasan–batasan yang telah ditentukan sebagai berikut :

1. Apa – Media yang akan digunakan untuk memberi referensi sekaligus untuk menginformasikan lokasi wisata edukasi di Kota Bandung adalah animasi *motion graphic* dengan menggunakan sebuah karakter yang akan menjelaskan lokasi–lokasi yang menarik untuk dikunjungi.
2. Siapa – Target *audiens* untuk media ini adalah siswa kelas 4 hingga 6 SD dengan rentang usia 10 hingga 12 tahun yang ingin berwisata ke Kota Bandung.
3. Kapan – Perancangan media ini dilaksanakan saat penyusunan Tugas Akhir.
4. Mengapa – Perancangan ini di buat untuk memberikan referensi dan informasi lokasi wisata edukasi kepada wisatawan yang ingin menjelajahi Kota Bandung
5. Dimana – Lokasi wisata edukasi yang akan bahas hanya pada wilayah Kota Bandung saja.
6. Bagaimana – Media ini akan di sampaikan pada masyarakat dengan ditayangkan di media sosial yang ada di Kota Bandung.

1.4 Tujuan

Dari pemaparan latar belakang diatas, tujuan yang ingin dicapai oleh perancang antara lain :

1. Merancang animasi *motion graphic* untuk menginformasikan lokasi–lokasi wisata edukasi yang ada di Kota Bandung.
2. Menggunakan animasi *motion graphic* sebagai media informasi wisata edukasi yang sesuai dengan segmentasi lokasi wisata edukasi yang ada di Kota Bandung.

1.5 Manfaat

Perancangan ini diharapkan dapat bermanfaat untuk berbagai pihak, antara lain :

1.5.1 Manfaat bagi masyarakat

Perancangan ini diharapkan bermanfaat sebagai referensi tujuan wisata edukasi yang menyenangkan untuk dikunjungi, agar mempermudah masyarakat yang ingin berwisata ke Kota Bandung.

1.5.2 Manfaat bagi perancang

Proses dari perancangan ini sangat bermanfaat bagi perancang karena memberi pengetahuan dan pengalaman melakukan observasi ke tempat wisata yang belum pernah dikunjungi sebelumnya serta menjadi media untuk mempelajari jalanan Kota Bandung.

1.5.3 Manfaat bagi Kota Bandung

Sebagai media promosi lokasi-lokasi wisata edukasi di kawasan Kota Bandung.

1.6 Metode Perancangan

Dalam perancangan *motion graphic* ini melalui beberapa metode, antara lain studi literature, observasi dan wawancara. Perancang melakukan penelitian ke beberapa lokasi wisata dan berkunjung ke Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung guna mencari data yang dibutuhkan.

1.6.1 Studi Literatur

Studi literatur merupakan metode pengumpulan data dengan cara mengkaji buku, jurnal, artikel dan media acuan yang lain yang berhubungan dengan perancangan *motion graphic* ini.

1.6.2 Observasi

Observasi dilakukan untuk meneliti dan mengamati pengunjung lokasi wisata guna menentukan target *audiens* dari media informasi yang akan dirancang sehingga sesuai dengan segmentasi lokasi wisata edukasi tersebut.

1.6.3 Wawancara

Setelah melakukan observasi, perancang melakukan wawancara pada narasumber ahli untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan dan relevan dengan penelitian yang sedang dilakukan. Perancang melakukan wawancara kepada staf bagian Objek Wisata dan bagian Pemasaran Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung.

1.7 Pembabakan

Pembabakan di susun untuk memberikan gambaran singkat tentang isi dari permasalahan dalam perancangan *motion graphic* ini. Pembabakan perancangan ini dibagi menjadi empat bab, yaitu :

BAB I – Pendahuluan

Bab ini berisi latar belakang masalah, batasan masalah, tujuan dan manfaat, metode perancangan serta kerangka berpikir.

BAB II – Dasar Pemikiran

Bab ini berisi tentang dasar pemikiran, yaitu kumpulan landasan teori yang berkaitan dengan perancangan animasi *motion graphic* ini. Pada bab ini, perancang memaparkan teori animasi *motion graphic*.

BAB III – Data dan Analisis

Pada bab ini, perancang memaparkan data-data yang telah diperoleh dari hasil observasi, wawancara dan hasil analisis yang telah dilakukan.

BAB IV – Konsep dan Hasil Perancangan

Pada bab ini berisi tentang pembuatan konsep pesan, konsep kreatif dan konsep media, serta hasil dari perancangan yang dilakukan.

BAB V – Kesimpulan dan Saran

Bab ini berisi uraian bab-bab sebelumnya yang berbentuk kesimpulan dan saran seputar proses produksi perancangan.

1.8 Kerangka Berpikir

Tabel 1.1: Kerangka Berpikir

