

## **BAB 1**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Transportasi umum merupakan penyedia jasa moda transportasi yang memberikan pelayanan kenyamanan, keamanan, serta ketepatan waktu bagi para pelanggannya untuk berpindah dari satu tempat ke tempat lainnya. Transportasi umum pada umumnya termasuk kereta api dan bis, namun juga termasuk pelayanan maskapai penerbangan, feri, taksi, dan lain-lain. Dalam Pasal 1 angka (3) Undang-Undang Nomor 22 Tahun 2009 tentang Lalu Lintas dan Angkutan Jalan dinyatakan bahwa yang dimaksud angkutan ialah pemindahan orang dan/atau barang dari suatu tempat ke tempat lain dengan menggunakan kendaraan. Salah satu kendaraan yang dimaksud adalah otobis atau biasa disebut bis. Bis, menurut kamus besar Bahasa Indonesia merupakan kendaraan yang dapat memuat banyak penumpang.

Bis menjadi salah satu moda transportasi utama bagi masyarakat Indonesia untuk berpindah dari satu tempat ke tempat lain. Seiring berjalannya waktu, bis menjadi semakin populer dan menjadi pilihan utama bagi masyarakat untuk melakukan perjalanan jarak jauh. Pada tahun 1970-an, pemerintah Indonesia mulai mempromosikan pengembangan industri bis nasional dan memperkenalkan bis-bis produksi dalam negeri. Saat ini, bis masih menjadi moda transportasi yang penting dan digunakan oleh masyarakat di seluruh Indonesia.

Saat ini, ada banyak sekali perusahaan otobis yang ada di Indonesia yang menjadi tombak penghubung antara satu kota, ke kota lainnya. Salah satu perusahaan bis yang menjadi tombak dalam dunia transportasi bis di Indonesia adalah bis DAMRI.

Bis DAMRI adalah sebuah perusahaan transportasi di Indonesia yang mengoperasikan layanan bis antarkota dan bis antarprovinsi. DAMRI adalah singkatan dari Djawatan Angkoetan Motor Repoeblik Indonesia, yang awalnya didirikan pada

tahun 1946 sebagai bagian dari Badan Pengangkutan Motor Repoeblik Indonesia (BPMRI) setelah kemerdekaan Indonesia.

Sejarah bis DAMRI didirikan pada 1946 dan pada awalnya merupakan bagian dari BPMRI (Badan Pengangkutan Motor Repoeblik Indonesia) yang bertugas mengoperasikan armada bis untuk memenuhi kebutuhan transportasi di Indonesia. Seiring berjalannya waktu, DAMRI mengembangkan layanan bisnya dan saat ini telah menjadi salah satu perusahaan transportasi terkemuka di Indonesia.

Kota Bandung merupakan salah satu kota yang jadi titik pusat untuk industri bis DAMRI. Bandung, merupakan salah satu pusat kegiatan ekonomi, pendidikan, dan pariwisata di Indonesia. Bertepatan dengan perkembangan dan pertumbuhan kota, kebutuhan hendak transportasi yang handal dan efisien pula meningkat. Salah satu industri transportasi yang memainkan peran berarti dalam memenuhi kebutuhan tersebut adalah Bis DAMRI di Bandung.

Kala DAMRI (Djawatan Angkoetan Motor Repoeblik Indonesia) memperluas operasinya ke kota ini pada tahun 1978, Bis DAMRI di Bandung mengawali sejarahnya. DAMRI yang berdiri setelah Indonesia merdeka pada tahun 1946 dipercaya untuk mengoperasikan armada angkutan untuk mengatasi masalah transportasi di seluruh Indonesia. Kehadiran transportasi DAMRI di Bandung merupakan jawaban untuk masyarakat yang membutuhkan moda transportasi yang wajar, nyaman dan solid.

Awal mulanya, Bis DAMRI di Bandung hanya mengoperasikan layanan bis kota dengan rute yang mencakup wilayah perkotaan dan pinggiran Bandung. Armada bis DAMRI yang terpelihara dengan baik dan sopir yang berpengalaman jadi daya tarik untuk penumpang. Dalam waktu singkat, Bis DAMRI berhasil memperoleh kepercayaan masyarakat dan jadi salah satu opsi utama dalam berpergian di dalam kota.

Bertepatan dengan perkembangan dan pertumbuhan Bandung, Bis DAMRI menghadapi perkembangan yang signifikan. Industri ini memperluas jaringan layanan dengan mengoperasikan bis antarkota dan bis antarprovinsi. Rute ekspedisi bis DAMRI meliputi tidak hanya destinasi dalam provinsi Jawa Barat, namun pula mencakup kota-kota di sekitarnya semacam Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, dan Bekasi( Jabodetabek).

Dalam melayani penumpang, Bis DAMRI di Bandung menempatkan pelayanan yang prima sebagai prioritas utama. Sopir dan kru bis dilatih buat memberikan pengalaman ekspedisi yang aman, nyaman, dan ramah kepada penumpang. Armada bis DAMRI dilengkapi dengan fasilitas yang memadai, semacam AC, kursi yang ergonomis, dan penyediaan fasilitas pendukung yang lain buat tingkatkan kenyamanan penumpang.

Tidak hanya pelayanan yang baik, Bis DAMRI di Bandung populer dengan harga tiket yang terjangkau. Dengan harga tiket yang bersaing, warga bisa menikmati ekspedisi dengan biaya yang murah. Perihal ini jadi salah satu alasan kenapa Bis DAMRI terus jadi opsi transportasi yang diminati oleh banyak orang di Bandung.

Namun, banyak sekali yang tidak menetahui tentang sejarah bis DAMRI di Bandung sendiri, yang apabila dikulik lebih dalam, banyak nilai – nilai sejarah dari kehadiran bis DAMRI itu sendiri, terutama di kota Bandung. Sehingga banyak mispersepsi tentang kehadiran bis DAMRI yang merupakan salah satu tombak transportasi di Bandung. Sehingga diharapkan, dengan adanya tugas akhir ini, masyarakat Bandung dapat mengetahui tentang sejarah bis DAMRI di Bandung dan menghargai jasa bis DAMRI di Bandung.

## **1.2 Permasalahan**

### **1.2.1 Identifikasi Masalah**

Dengan melihat dan menganalisa permasalahan pada latar belakang masalah diatas, diidentifikasi masalah tersebut sebagai berikut:

1. Kurang informasinya tentang sejarah bis DAMRI di Bandung, sehingga banyak orang mengalami misinformasi tentang hal tersebut.
2. Kurangnya masifnya pengenalan tentang dunia bis kepada masyarakat, terutama pada masyarakat Bandung itu sendiri.

### 1.2.2 Rumusan Masalah

Dari identifikasi masalah yang telah diuraikan diatas, dapat dirumuskan kedalam perumusan masalah, yaitu : Bagaimana cara merancang media *informasi* mengenai sejarah bis DAMRI di Bandung pada era tahun 1990 sehingga masyarakat Bandung tidak mengalami misinformasi tentang dunia bis di Bandung.

### 1.3 Ruang Lingkup

Agar titik masalah tidak melebar, penulis membatasi ruang lingkup permasalahan sebagai berikut:

1. Apa  
Perancangan media informasi tentang sejarah bis DAMRI di Bandung pada era tahun 1990.
2. Bagaimana  
perancangan media informasi yang efektif sesuai dengan keilmuan dibidang desain komunikasi visual.
3. Siapa  
Masyarakat kota Bandung dengan kisaran umur 25 – 40 Tahun dimana karakteristik penumpang yang dimaksud pada kisaran umur tersebut masih tinggi.
4. Dimana  
Daerah kota Bandung yang menjadi pusat perhatian pada tugas akhir ini.
5. Waktu  
Pengumpulan data penelitian : Maret – Mei 2023  
Eksekusi perancangan media : Photobook  
Sosialisasi hasil perancangan : Pameran

## 1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari tugas akhir ini adalah :

Menghasilkan perancangan media informasi pada media komunikasi visual tentang sejarah bis DAMRI di Bandung pada era tahun 1990, guna memberikan informasi yang sesuai kepada masyarakat Bandung.

## 1.5 Metode Pengumpulan Data dan Analisis

- **Metode Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data yang digunakan adalah metode kualitatif deskriptif. Menurut Narbuko (2015, hlm. 44), pengumpulan data deskriptif adalah metode yang berusaha untuk menuturkan pemecahan masalah yang ada sekarang berdasarkan data-data, dengan menyajikan, menganalisis dan menginterpretasikannya.

Teknik yang digunakan dalam pengumpulan data kualitatif adalah :

- **Wawancara**

Dalam metode ini peneliti dan responden secara langsung (tatap muka) untuk memperoleh informasi secara lisan dengan mendapatkan data tujuan yang bisa menjelaskan masalah penelitian (Lexy J. Moleong., 1991:135).

- **Studi Literatur**

Merupakan survei dan pembahasan literatur pada bidang tertentu dari suatu penelitian (Rd. Maryaeni, M.Pd., 2005 : 70). Dalam metode ini, peneliti akan melakukan survey ke masyarakat untuk mendapatkan informasi yang diinginkan.

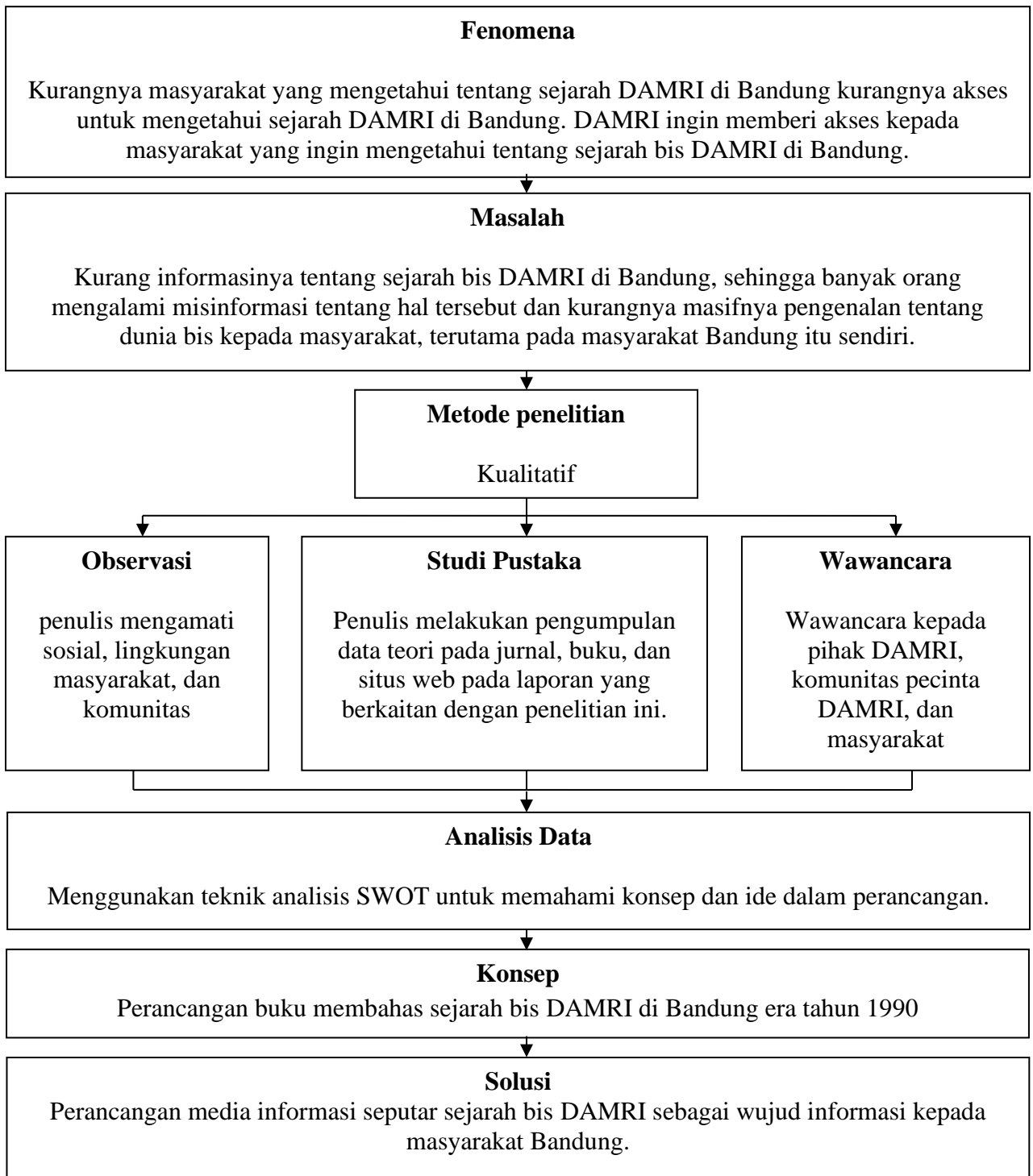
- **Observasi**

Dalam penelitian ini, penulis mengamati perkembangan bis DAMRI di Bandung, dengan melakukan pengamatan langsung ke kawasan garasi milik bis DAMRI. Metode observasi dilakukan penulis dengan cara mengamati unsur- unsur yang sebelumnya sudah diamati.

- **Analisis**

Penelitian ini menggunakan teknik analisis SWOT (Strength, weakness, Opportunities, Threats) atau lebih dikenal dengan cara menganalisis kekuatan, kelemahan, kesempatan dan ancaman. Analisis menggunakan SWOT adalah 10 analisis yang mempertimbangkan faktor luar dan dalam yang dimiliki. Analisis yang akan didapat ini adalah salah satu cara untuk menghasilkan konsep atau ide besar bagi perancangan (Widiatmoko (2013:63)). Penelitian ini juga akan disertakan dengan menggunakan analisis AISAS (Attention, Interest, Search, Action, Share) untuk menyesuaikan hasil perancangan dengan model pemasaran yang akan disesuaikan.

## 1.6 Kerangka Berpikir



Tabel 1.1 Kerangka Pemikiran

## 1.7 Pembabakan

- **BAB I Pendahuluan**

Bab ini menjelaskan tentang latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, ruang lingkup, tujuan perancangan, cara pengumpulan data, kerangka pemikiran dan pembabakan dari setiap bab.

- **BAB II Dasar Pemikiran**

Menguraikan dasar pemikiran dan teori-teori relevan yang dibutuhkan dalam perancangan, laporan penelitian, dan kerangka teori. seperti teori musik, media informasi, layout, tipografi dan lain sebagainya.

- **BAB III Data dan Analisa Masalah**

Dalam bab data dan analisis pemikiran akan mengurai hasil pencarian data secara terstruktur, dari data observasi, studi pustaka, data wawancara, dan analisis mengenai perancangan desain.

- **BAB IV Konsep dan Hasil Perancangan**

Pada bab ini menjelaskan tentang seluruh konsep dari perancangan yang akan dibuat, dimulai dari konsep ide hingga konsep visual yang dipergunakan. Kemudian dilampirkan hasil rancangan berupa sketsa hingga penerapan visual pada media.

- **BAB V Penutup**

Dalam bab penutup akan menjelaskan kesimpulan dari penelitian dan perancangan serta saran yang berkaitan.