

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kota Tangerang, terletak di Provinsi Banten, Indonesia, di sebelah barat DKI Jakarta. Dengan luas wilayah mencapai 17.730 hektar. Kota Tangerang merupakan salah satu kota terbesar di Provinsi Banten dan menjadi kota ketiga terbesar di Kawasan Jabodetabek setelah Jakarta. Lokasi strategis ini memberikan Kota Tangerang berbagai peluang untuk mengembangkan berbagai bidang, termasuk salah satunya pariwisata.

Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 mengenai Kepariwisataaan menyebutkan dalam Pasal 1 ayat 3 bahwa pariwisata mencakup beragam kegiatan wisata yang didukung oleh fasilitas dan layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, serta pemerintah pusat dan daerah. Hal ini mendorong pemerintah kota untuk terus mengembangkan potensi wisata yang ada secara berkelanjutan. (dpr.go.id., 2009).

Tangerang memiliki keragaman daya tarik wisata baik budaya, sejarah, hingga wisata kreatif. Dari peninggalan sejarah Kota Tangerang, ada salah satu yang masih beroperasi dengan baik yaitu Pasar Lama Kota Tangerang. Pasar ini dibangun pada masa Hindia Belanda tahun 1810 dan menjadi salah satu perdagangan tertua di Tangerang, serta sebagai cagar budaya. Pasar Lama Tangerang berlokasi di Pusat Kota Tangerang di dekat Jl. Kisamaun, Kelurahan Sukasari, Kecamatan Tangerang, Kota Tangerang. Sejak tahun 2012, Pemerintah Kota Tangerang telah menginisiasi upaya penataan di Kawasan Pasar Lama, mengubahnya menjadi destinasi wisata kuliner (Pertiwi dkk., 2024). Selain sebagai wisata kuliner, di kawasan tersebut juga terdapat beberapa tempat bersejarah yang bisa dikunjungi oleh wisatawan.

Pemerintah Kota Tangerang (Pemkot) melalui Dinas Kebudayaan dan Pariwisata (Disbudpar) Kota Tangerang terus berupaya mendorong kemajuan pariwisata di Tangerang. Sepanjang tahun 2023, mencatat ada 13.602.628 wisatawan mengunjungi Kota Tangerang. Pasar Lama menjadi salah satu kawasan yang sering dikunjungi wisatawan baik warga sekitar maupun mereka yang di luar Tangerang.

Kawasan Pasar Lama Kota Tangerang memiliki berbagai potensi sebagai pusat pariwisata karena lokasinya strategis, berdekatan dengan Stasiun Tangerang yang memudahkan akses pengunjung dari berbagai daerah. Kawasan ini menjadi tempat berburu kuliner karena menyajikan berbagai pilihan makanan, baik tradisional maupun modern. Selain itu, kawasan ini menjadi bukti akulturasi budaya antara Pribumi dan Tionghoa, memiliki beberapa bangunan tua yang menyimpan nilai sejarah dan budaya tinggi, sehingga wisatawan memiliki kesempatan berkunjung untuk belajar dan merasakan atmosfer masa lalu.



Gambar 1. 1 Peta Kawasan Pasar Lama Tangerang
(Sumber : Diolah dari google maps, Cahya, Ananda Dwi, 2024)

Keberadaan Pasar Lama di Kota Tangerang erat kaitannya dengan komunitas Tionghoa di Tangerang, yang dikenal sebagai Cina Benteng. Kawasan ini menyimpan banyak peninggalan bersejarah yang berhubungan dengan pembentukan Kota Tangerang, mulai dari sejarah panjang sejak abad ke-17 hingga masa kini, dengan berbagai tempat bersejarah yang berdekatan satu sama lain.

Pada daerah Kawasan Pasar lama tepatnya di Kelurahan Sukasari, Kecamatan Tangerang, Kota Tangerang terdapat beberapa tempat yang bisa dikunjungi seperti:

- a. Pasar tradisional yang menjadi pusat perbelanjaan, letaknya disepanjang Jl. Cilame, kurang lebih 200 m. Pasar ini ada di Pagi hingga Siang hari
- b. Kawasan Wisata Kuliner Pasar Lama, letaknya di sepanjang Jl. Kisamaun, kurang lebih 500 m. Kawasan ini beroperasi mulai pukul 15.00 hingga 00.00 WIB
- c. Klenteng Boen Tek Bio, yang merupakan klenteng tertua di Kota Tangerang, didirikan sekitar akhir abad ke-17 atau awal abad ke-18. Tempat ini masih aktif digunakan sebagai pusat peribadatan bagi umat Konghucu di Tangerang.
- d. Museum Benteng Heritage adalah satu-satunya museum yang menampilkan budaya peranakan Cina Benteng di Indonesia, dan bangunannya didirikan pada pertengahan abad ke-17.
- e. Masjid Jami Kalipasir, salah satu masjid tertua di Kota Tangerang yang didirikan pada tahun kurang lebih 1700 oleh bangsawan Kahuripan Bogor dibantu oleh warga sekitar dan warga Tionghoa. Masjid ini menjadi simbol kerukunan antar umat beragama di kawasan Pasar Lama
- f. Dermaga Toa Pe Kong terletak di tepi Sungai Cisadane, tepatnya di Kampung Kalipasir, Kelurahan Sukasari, Kecamatan Tangerang, Kota Tangerang. Dermaga tua ini didirikan beberapa ratus tahun yang lalu, dan di sana terdapat prasasti dengan tulisan aksara Mandarin
- g. Ruang Terbuka seperti taman yang berada pinggir jalan sepanjang sungai Cisadane

Kawasan Pasar Lama yang dikenal juga dengan Pecinan Tangerang ini diakui sebagai Kawasan Budaya (*Urban Heritage*) oleh Kota Tangerang berdasarkan Kajian Lingkungan Hidup Strategis (KLHS) Kota Tangerang tahun 2012–2032. Tangerang memiliki potensi untuk berkembang menjadi pusat wisata budaya karena pelestarian bangunan bersejarah dan landmark lainnya. Meskipun demikian, masih kurangnya pengetahuan mengenai barang-barang tertentu di kawasan Pasar Lama Tangerang karena sebagian besar pengunjung datang ke sana untuk mencari makanan yang disajikan oleh pedagang kaki lima (PKL) daripada untuk wisata budaya di kawasan tersebut. Kebijakan pemerintah yang menetapkan Kawasan Pasar Lama sebagai kawasan budaya tidak diikuti oleh hal ini. Oleh karena itu, perlu wadah informasi yang optimal untuk mempromosikan Kawasan Pasar Lama dan membangun citra yang positif bagi Kota Tangerang.

Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2010 tentang Cagar Budaya pada Pasal 1 ayat 29 menyatakan bahwa pengembangan mencakup peningkatan potensi nilai, informasi, promosi Cagar Budaya, serta pemanfaatannya melalui penelitian, revitalisasi, dan adaptasi yang berkelanjutan, tanpa bertentangan dengan tujuan pelestarian (peraturan.bpk.go.id., 2010).

Kawasan ini semakin ramai, semakin banyak perubahan dari segi bentuk maupun guna. Pengelolaan serta penataan yang tidak maksimal menyebabkan Pasar lama terlihat kotor karena pemandangan sampah yang berserakan sepanjang jalan dan terkesan tidak rapih. Hal tersebut bisa merusak citra Kota Tangerang yang sudah dibangun dengan baik. Selain itu, banyak wisatawan yang hanya fokus pada kulinernya, padahal dikawasan tersebut selain kuliner banyak juga tempat-tempat bersejarah yang bisa dikunjungi.

Berdasarkan permasalahan diatas, penting untuk melakukan kajian lebih mendalam ke perancangan Tugas Akhir. Upaya yang dapat diambil adalah dengan

membuat “Perancangan Identitas Visual dan Buku Panduan Wisata Sebagai Upaya Optimalisasi Media Informasi Kawasan Pasar Lama Kota Tangerang”. Diharapkan dengan penelitian ini bisa mendukung kemajuan pariwisata Tangerang, dan meningkatkan jumlah wisatawan, memperkenalkan budaya di kawasan Pasar Lama Tangerang.

1.2 Permasalahan

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan penjelasan dalam latar belakang, dapat dirumuskan beberapa permasalahan sebagai berikut:

1. Banyaknya wisatawan yang datang ke Kota Tangerang belum mengetahui atau tertarik untuk mengunjungi situs Cagar Budaya yang ada di Kawasan Pasar Lama Tangerang.
2. Masih kurangnya informasi mengenai Kawasan Pasar Lama Tangerang sebagai destinasi wisata bagi para wisatawan.

1.2 2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka perumusan masalah yang diambil adalah:

1. Bagaimana perancangan identitas visual dan buku panduan wisata Kawasan Pasar Lama Kota Tangerang?

1.3 Ruang Lingkup Permasalahan

Sehubungan dengan fokus desain grafis dalam program studi Desain Komunikasi Visual, perancangan Tugas Akhir ini bertujuan untuk membatasi ruang lingkup permasalahan agar pembahasan menjadi lebih terarah. Dalam tugas akhir ini

yang akan dilakukan yaitu “Perancangan Identitas Visual dan Buku Panduan Wisata Dalam Upaya Optimalisasi Media Informasi Kawasan Pasar Lama Kota Tangerang” guna meningkatkan minat kunjungan wisatawan dan memperkenalkan cagar budaya yang ada di Kawasan Pasar Lama Tangerang.

Target utama dari sasaran ini adalah masyarakat Tangerang, yang termasuk dalam kelompok masyarakat urban, yakni mereka yang tinggal di kota atau pindah dari desa ke kota, serta terdiri dari pekerja, pelajar/mahasiswa, dan wisatawan yang datang berkunjung. Sasaran ini mencakup pria dan wanita berusia antara 18-25 Tahun.

Media utama yang dibuat berupa buku panduan wisata sebagai salah satu media informasi untuk mengenalkan wisata Kawasan Pasar Lama Kota Tangerang sehingga memudahkan wisatawan untuk menentukan destinasi yang ingin dikunjungi. Media promosi akan disebarluaskan melalui media sosial, dimana wisatawan yang berkunjung mendapatkan informasi tentang keberadaan Kawasan Pasar Lama. Media pendukungnya yaitu poster, pamphlet, dan media lainnya yang tepat kepada target audience.

Berdasarkan latar belakang yang ditemui, solusi untuk fenomena tersebut adalah dengan dirancangnya identitas visual dan media informasi berupa buku panduan wisata yang membahas mengenai informasi terkait citra, budaya, sejarah di Kawasan Pasar Lama Kota Tangerang.

1.4 Tujuan Perancangan

Pada proses perancangan ada beberapa hal yang ingin dicapai seperti, menghasilkan identitas visual dan buku panduan wisata sebagai media informasi yang dapat meningkatkan *brand awareness* terhadap citra, nilai, budaya Tangerang, khususnya pada Kawasan Pasar Lama dan meningkatkan jumlah wisatawan. Dengan

begitu, hasil proses perancangan diharapkan dapat memberikan manfaat bagi Fakultas Industri Kreatif Universitas Telkom, instansi terkait, serta masyarakat sekitar, terutama di Kawasan Pasar Lama Kota Tangerang.

1.5 Metode Penelitian

Metode yang diterapkan dalam proses perancangan ini adalah metode kualitatif, yang meliatkan prosedur pemecahan masalah melalui pengamatan untuk menggambarkan atau menguraikan kondisi suatu objek saat ini berdasarkan fakta-fakta yang ada. Menurut Sigiyono (2022), penelitian kualitatif digunakan untuk menyelidiki objek yang bersifat alami. Dengan metode ini, diharapkan dapat diperoleh data yang akurat dan bermanfaat untuk perancangan indentitas visual dan buku panduan wisata ini.

1.5.1 Metode Pengumpulan Data

Berikut adalah langkah pengumpulan data yang digunakan:

1. Observasi

Observasi atau pengamatan dengan cara mengamati secara langsung di lokasi Kawasan Pasar Lama Kota Tangerang

2. Wawancara

Tanya jawab secara langsung dengan narasumber yang menghasilkan data seperti, narasumber dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Tangerang, salah satu masyarakat di daerah Kawasan Pasar Lama, dan masyarakat umum

3. Studi Literatur

Mendapatkan informasi dengan cara melakukan studi Pustaka atau literatur berisikan teori-teori yang relevan sebagai landasan dalam melaksanakan perancangan identitas visual ini.

1.5.2 Metode Analisis

Metode analisis yang digunakan dalam perancangan ini adalah analisis SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, Threat). Metode ini bertujuan untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman Kawasan Pasar Lama sebagai destinasi wisata budaya, sehingga dapat menghasilkan perancangan komunikasi visual yang menarik dan efektif, serta memastikan pesan yang diinginkan tersampaikan dengan baik dalam identitas visual dan buku panduan wisata.

Menganalisis target audiens menggunakan metode STP (Segmentation, Targeting, dan Positioning) untuk memahami perilaku target audiens. Selain itu, analisis AOI (Activity, Opinion, dan Interest) digunakan untuk mengevaluasi aktivitas, pendapat, dan minat audiens yang ditargetkan.

1.6 Kerangka Penelitian

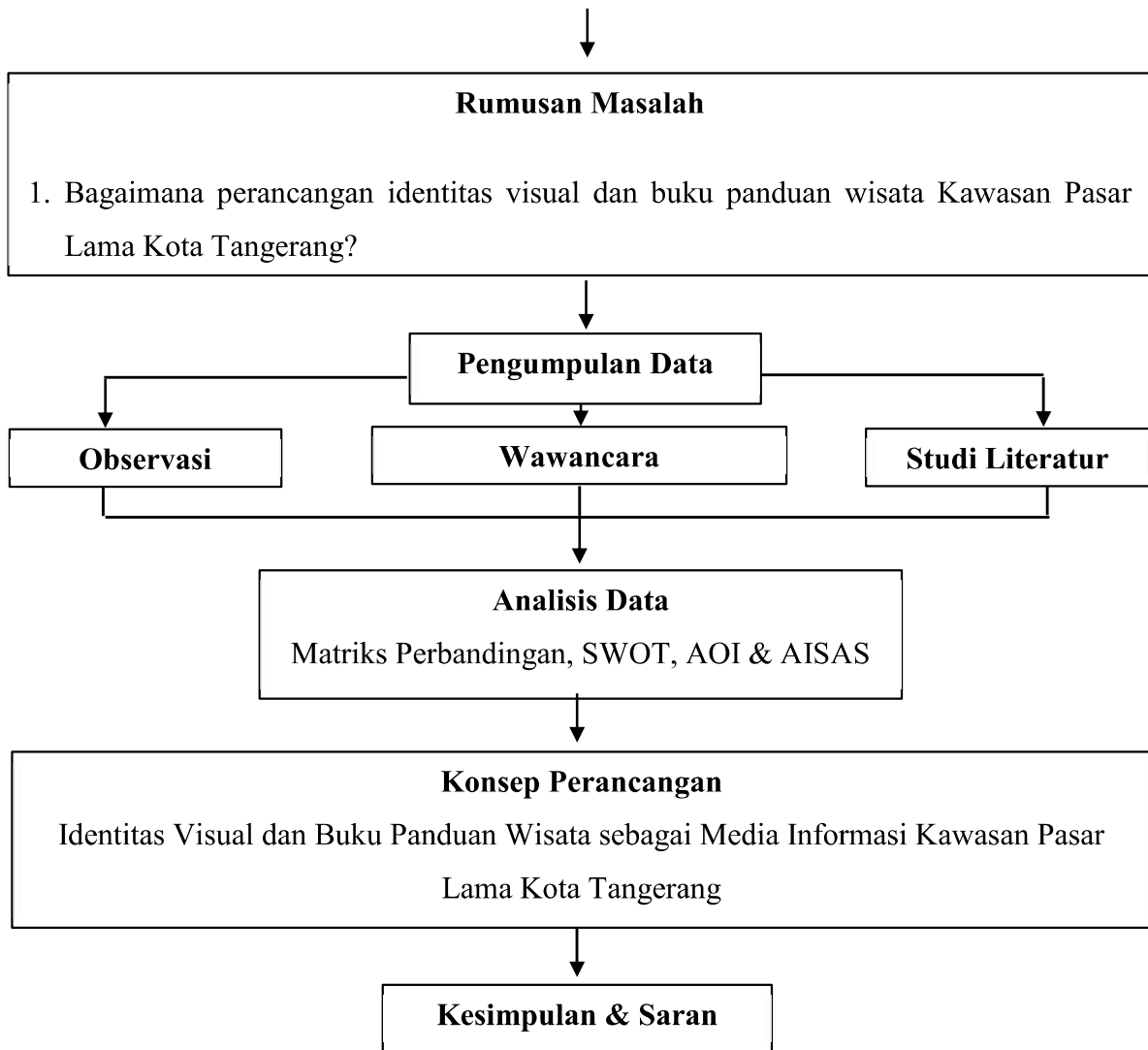
Latar Belakang

Kawasan Pasar Lama/Pecinan Tangerang sebagai kawasan budaya. Pasar Lama sendiri adalah tempat wisata yang sampai saat ini sering dikunjungi wisatawan, di kawasan tersebut ada beberapa tempat yang dikatakan sebagai cagar budaya. Kawasan ini memiliki potensi untuk dikembangkan lebih lanjut menjadi wisata budaya, namun informasi terkait hal mendalam mengenai objek di kawasan ini masih terbilang cukup terbatas. Hal tersebut dilihat dari banyaknya masyarakat yang berkunjung hanya untuk menikmati hidangan kuliner saja



Identifikasi Masalah

1. Banyaknya wisatawan yang datang ke Kota Tangerang belum mengetahui atau tertarik untuk mengunjungi situs Cagar Budaya yang terdapat di Kawasan Pasar Lama Tangerang.
2. Masih kurangnya informasi mengenai Kawasan Pasar Lama Tangerang sebagai destinasi wisata bagi para wisatawan.



Gambar 1. 2 Kerangka Penelitian
(Sumber: Cahya, Ananda Dwi, 2024)

1.7 Pembabakan

Pada penyajian laporan penelitian ini, digunakan sistematika penulisan sebagai berikut:

1. BAB I PENDAHULUAN

Sejarah masalah, konseptualisasi, ruang lingkup, tujuan, teknik pengumpulan data, metodologi penelitian, dan deskripsi dibahas dalam bab ini.

2. BAB II DASAR PEMIKIRAN

Penjelasan kerangka teoritis atau alasan di balik pembuatan laporan. Metode yang digunakan adalah metode kualitatif dan teori-teori untuk merancang media informasi agar membentuk citra dan kesan yang konsisten.

3. BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH

Pada bab ini menjelaskan tentang data institusi/mitra, data obyek penelitian, data khalayak sasaran, data hasil observasi, wawancara, kuesioner, data proyek terdahulu dan proyek sejenis, analisis data serta kesimpulan hasil analisis data.

4. BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN

mencakup keseluruhan ide dan hasil proyek desain kampanye sosial untuk tugas akhir ini.

5. BAB V PENUTUP

Berupa penilaian akhir terhadap hasil perancangan dan analisis data yang telah selesai, beserta rekomendasi tata letak tugas akhir ini.