

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Air merupakan suatu elemen penting dan vital bagi sumber kehidupan manusia, walaupun air merupakan sumber daya alam yang dapat diperbaharui tetapi ada saatnya air sulit didapatkan contohnya saat kemarau, sumber air kering, ataupun titik tersedianya air sulit dijangkau.

Dan Bandung sebagai kota yang dikelilingi beberapa gunung berapi memiliki daya serap air yang yang baik, Bandung memiliki sekitar 160 sumber mata air, namun seiring maraknya pembangunan yang mengakibatkan hanya sekitar 67 mata air yang masih memiliki air, dan juga menyebabkan permukaan air tanah turun setiap tahunnya, selain itu pada mata air yang masih aktif debit mata airnya pun berkurang.

Akibatnya pasokan air bersih ke kota Bandung pun berkurang, seperti di beberapa tempat padat penduduk di Bandung mengalami kesulitan air bersih karena di beberapa sumber mata air tidak lagi mengirim pasokan airnya ke kota Bandung karena debit air yang sudah berkurang sehingga hanya cukup untuk kebutuhan warga sekitar saja, bahkan beberapa masyarakat yang sudah membeli air bulanan dari PDAM kota Bandung juga tak luput dari masalah air bersih karena terkadang air tidak rutin dikirimkan oleh PDAM sehingga menyebabkan warga kesusahan air bersih dan harus mengambil air dari masjid terdekat.

Ini adalah masalah yang harus di pandang serius karna jika terus menerus dibiarkan aka nada kemungkina Mata Air bisa punah dan air bersih tidak akan ditemukan lagi di Kota Bandung. Kita harus bersama menjaga Mata Air yang tersisa agar kehidupan pun bisa terus berlangsung.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka rumusan masalah yang disimpulkan dari penelitian ini adalah :

- a. Bagaimana membuat perancangan media kampanye untuk mengajak masyarakat bersama melestarikan Mata Air serta menerapkan pola hidup hemat air bersih.

1.3 Batasan Masalah

Untuk menghindari perluasan pokok masalah, maka perlu dibatasi sebagai berikut:

1. Subyek penelitian Generasi muda dari umur 20-35 tahun dan warga sekita mata air kota Bandung
2. Obyek penelitian adalah Mata air Kota Bandung

1.4 Lingkungan Perancangan

Berikut adalah ruang lingkup perancangan terkait dengan Tugas Akhir yang bertema “Video dokumenter lestarikan Mata Air yang tersisa di Kota Bandung”

1.4.1. Segmentasi

Berdasarkan rumusan diatas, maka segmentasi yang dipergunakan dalam pembuatan video dokumenter ini adalah:

Demografis

Jenis Ke : Pria dan Wanita

Usia : 20 – 35

Status : Pelaja,pekerja ibu rumah tangga, dan komunitas tertentu

Golongan SES :A dan B

Geografis : Kota Bandung

Psikografis : Warga Bandung yang mengalami kesulitan air dan yang peduli terhadap lingkungan terutama air.

1.5. Manfaat Perancangan

Manfaat yang akan didapatkan dari pembahasan karya tugas akhir ini adalah sebagai berikut.

a) Bagi Mata Air Kota Bandung

Hasil dari proyek tugas akhir ini akan dijadikan sebagai bentuk ajakan untuk melestarikan Mata Air Kota Bandung, dimana dampak positif yang diharapkan adalah target semakin sadar akan pentingnya menjaga kelestarian Mata Air dan pentingnya untuk tidak menghamburkan air bersih yang tersedia.

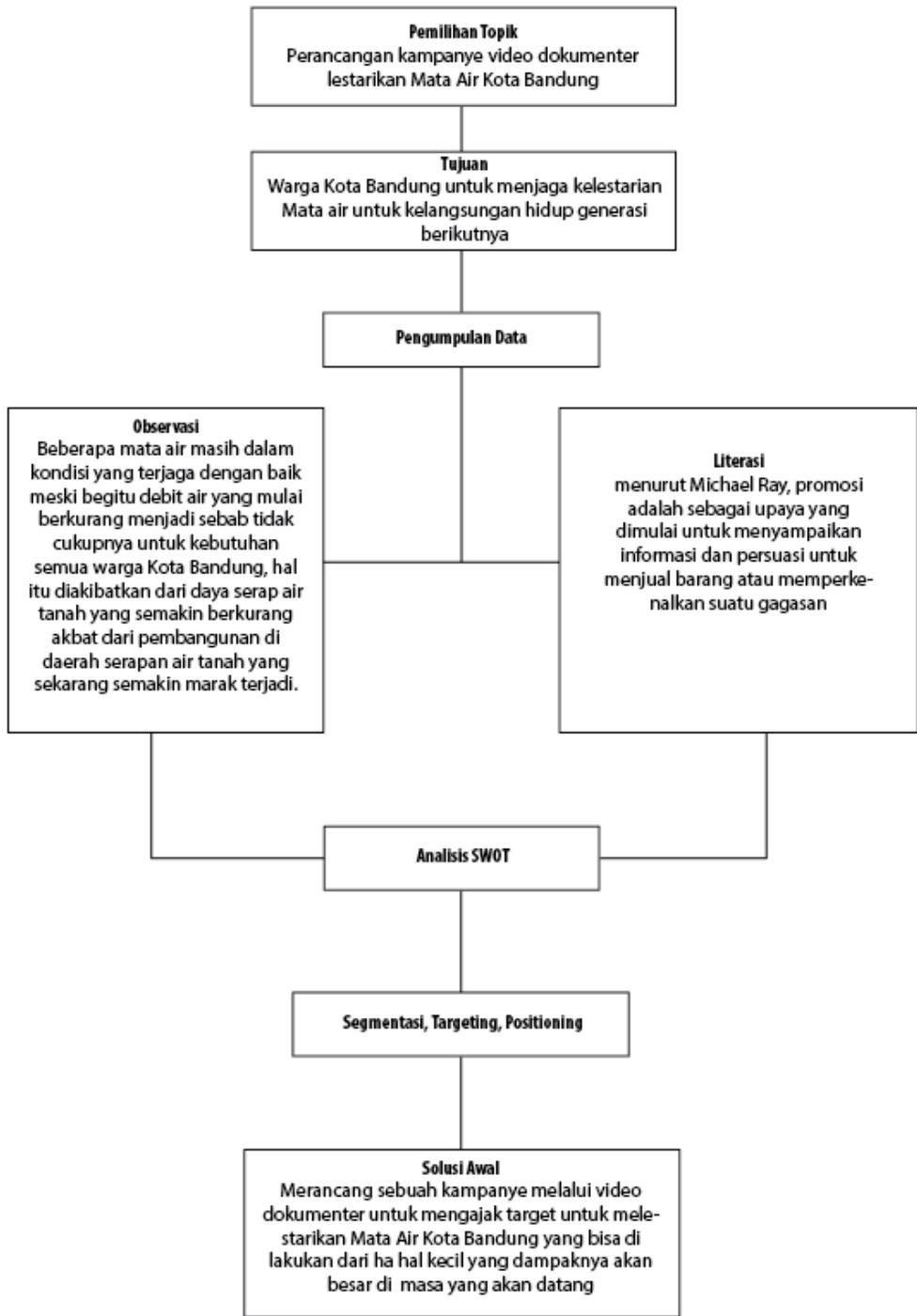
b) Bagi Universitas Pasundan Bandung

Hasil dari proyek tugas akhir ini dapat menjadi referensi perpustakaan dan bahan bacaan yang dapat menambah ilmu bagi mahasiswa pembaca.

c) Bagi penulis

Proyek tugas akhir ini bermanfaat untuk menambah pengalaman penulis dalam menerapkan ilmu dan pengetahuan desain selama perkuliahan yang kemudian dapat diaplikasikan pada dunia kerja

1.6. Skema Perancangan



GAMBAR 1.1. : SKEMA PERANCANGAN

1.7. Metode Perancangan

Dalam perancangan karya ini ada beberapa hal yang dibuat diantaranya, adalah mengumpulkan data baik data primer maupun sekunder untuk mempermudah dalam membuat perancangan media yang akan dibuat nantinya.

1.7.1 Metode Pengumpulan Data

- Data Primer

Jenis penelitian ini digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan dengan cara observasi yang bersifat kualitatif dimana prosedur penelitian ini menghasilkan data deskriptif, dalam penelitian ini berupa segala sesuatu yang berkaitan dengan permasalahan Video dokumenter Lestarikan Mata Air Kota Bandung

-Data Sekunder

Data sekunder diperoleh dengan cara membaca literasi terkait perancangan bauran promosi yang bersifat mendukung dalam penulisan dan merancang konsep kampanye Video dokumenter Lestarikan Mata Air Kota Bandung

1.7.2 Tahap Perancangan

Pada tahapan ini perancangan membuat tahapan strategi komunikasi yang digunakan adalah pendekatan emosional dengan menampilkan potongan hidup yang menampilkan kondisi Mata Air dan keindahan alamnya. Perancangan ini akan dibahas lebih lengkap pada BAB IV.

