

PERANCANGAN VIDEO SOSIALISASI TAMAN-TAMAN TEMATIK DI KOTA BANDUNG  
THE DESIGN OF SOCIALIZATION VIDEO ABOUT THEMATIC PARKS IN BANDUNG

Sheyla Putri Nevertari<sup>1</sup>, Rizki Yantami Arumsari<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Prodi S1 Desain Komunikasi Visual, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom  
<sup>1</sup>[sheylaputnev@gmail.com](mailto:sheylaputnev@gmail.com), <sup>2</sup>[rizkiyantami@gmail.com](mailto:rizkiyantami@gmail.com)

---

Abtrak

Kota Bandung merupakan kota yang dikenal sebagai kota kembang. Pemerintah Kota Bandung sangat peduli dan sangat memperhatikan terhadap perkembangan RTH (Ruang Terbuka Hijau), sehingga pembentukan taman menjadi salah satu program yang sangat diutamakan di Kota Bandung. Taman-taman yang terdapat di Kota Bandung sekarang ini dibangun dengan konsep tema yang bervariasi dan juga memiliki fungsinya masing-masing atau disebut taman tematik. Namun sangat disayangkan jika saat ini masih minimnya pengetahuan masyarakat dengan keberadaan taman-taman tematik yang terdapat di Kota Bandung dikarenakan kurangnya sosialisasi yang dilakukan. Berdasarkan fenomena tersebut melalui metode observasi, studi pustaka, wawancara, dan analisis penulis akan melakukan perancangan video sosialisasi taman-taman tematik di Kota Bandung. Video dipilih sebagai media sosialisasi yang tepat karena dapat menyampaikan informasi melalui gambar dan suara secara bersamaan sehingga dapat mempengaruhi minat masyarakat dalam mencari informasi. Video ini juga diharapkan dapat memberi informasi dan edukasi mengenai profil, fungsi serta fasilitas-fasilitas yang disediakan di taman-taman tematik yang terdapat di kota Bandung.

Kata kunci : Taman Tematik, Sosialisasi, Video, Bandung

---

Abstract

*Bandung is a city that known as a flower city. Government of Bandung is very concerned and attentive to the development of GOS (Green Open Space), so that the development of city parks is a highly preferred program in Bandung. The parks that located in Bandung are being built not only with different and various concepts but also having their respective functions or called thematic parks. Unfortunately, the public knowledge of thematic parks is still lacking. It is commonly caused by the lack of socialization about those parks. According to the phenomena through observation, literature study, interviews and analysis, the author will design a socialization video about thematic parks in Bandung. Video is selected as a proper socialization media because it delivers information by visual and audio simultaneously, as it hopes to affect the public's interest to find information about thematic parks. This kind of video is also expected to provide information and to educate about profile, functions, and facilities that provided by thematic parks that located in the city of Bandung.*

Keywords: *thematic parks, socialization, video, Bandung*

---

1. Pendahuluan

Kota Bandung merupakan kota yang dikenal sebagai kota kembang. Kota Bandung dinilai memiliki keindahan dan kecantikannya tersendiri karena banyak pohon dan bunga yang tumbuh di

kota ini. Bahkan sejak zaman dahulu, Kota Bandung juga sudah dikenal dengan kota yang memiliki banyak taman. Sebelum slogan Kota Bandung yang saat ini dikenal dengan Bermartabat (bersih, makmur, taat, dan bersahabat) terlebih dahulu dikenal dengan slogan Berhiber (bersih, hijau, dan berbunga). Slogan Berhiber itulah yang menggambarkan bahwa kota Bandung adalah kota yang memiliki pemandangan hijau, bersih, serta memiliki banyak taman-taman yang ditumbuhi dengan bunga yang beragam.

Pemerintah Kota Bandung sangat peduli dan sangat memperhatikan terhadap perkembangan RTH (Ruang Terbuka Hijau), sehingga pembentukan taman menjadi salah satu program yang sangat diutamakan di kota Bandung. Taman sendiri terbagi menjadi dua, yaitu taman aktif dan taman pasif. Menurut Scarlet (2008) taman aktif dan pasif memiliki fungsinya masing-masing; taman aktif memiliki fungsi sebagai tempat bermain dengan dilengkapi elemen-elemen pendukung taman bermain, dan taman pasif yang hanya dilengkapi elemen estetis saja sehingga pada umumnya untuk menjaga keindahan taman diberikan pagar sebagai pengaman. Saat ini, yang diutamakan dalam pengembangan taman di kota Bandung adalah taman aktif, dimana taman-taman kota dibangun dan direvitalisasi agar dapat menunjang aktivitas masyarakat. Tidak hanya sebagai ruang hijau tapi taman-taman di Kota Bandung ini memiliki fungsi yang lebih dari itu, seperti sebagai tempat hiburan, rekreasi, tempat penyalur hobi dan bakat, ruang interaksi sosial, dan ruang edukasi publik.

Taman-taman yang terdapat di Kota Bandung sekarang ini dibangun dengan konsep tema yang bervariasi dan juga memiliki fungsinya masing-masing atau disebut taman tematik. Tema dan fasilitas dari setiap taman tematik dibedakan agar memiliki ciri khasnya tersendiri. Taman-taman tematik tersebut ada yang dikelola oleh pihak swasta dan sebagian besar dikelola oleh pemerintah. Rencananya, Pemerintah Kota Bandung akan membuat 30 taman tematik. Taman-taman tersebut sengaja dibuat untuk mewujudkan kembali Kota Bandung yang bersih, hijau, dan berbunga. Hal ini sesuai dengan slogan 'berhiber' (kompas.com, 2015). Setidaknya sudah 24 taman tematik di Kota Bandung yang dibuat oleh Dinas Pemakaman dan Pertamanan (Diskamtam) sebagai program Pemerintah selama kepemimpinan Wali Kota Bandung, Ridwan Kamil diantaranya; Taman Alun-alun kota Bandung, Taman Balai Kota, Taman Gesit, Taman Alun-alun Ujung Berung, Pet Park, Taman Musik, Taman Tongkeng, Taman Film, Taman Lansia, Taman Vanda, Skate Park, Taman Braga, Taman Superhero, Taman Cibeunying, Taman Fitnes, Taman Persib, Taman Jomblo, Taman Pers, Taman Kandaga Puspa, Taman Fotografi, Taman Teras Cikapundung, Taman Cikapayang, Taman Inklusi, dan Taman Sejarah. Nama-nama dari taman tematik ini sebagian didasari oleh fungsi dari taman tersebut. Seperti Taman Musik yang ditujukan bagi para pecinta musik yang ingin berkumpul atau bahkan mengadakan acara musik di taman tersebut. Taman Film yang memiliki fungsi sebagai tempat berkumpulnya para pencinta film dan juga bisa melakukan nonton bersama di layar besar yang ada di taman tersebut. Kemudian ada taman yang dinamakan Pet Park yang dari namanya sudah jelas taman ini ditujukan untuk para pecinta hewan peliharaan yang ingin mengajak hewan peliharaannya bermain atau juga mengikuti kegiatan komunitas pecinta hewan (diskamtam.bandung.go.id, 2017).

Namun, kesadaran masyarakat terhadap kehadiran taman-taman tematik yang ada di Kota Bandung ini masih sangat minim. Setelah penulis membagikan kuesioner yang ditujukan kepada mahasiswa dan warga Bandung terkait pengetahuan masyarakat terhadap keberadaan taman tematik di Kota Bandung, hasilnya adalah sebagian besar dari responden hanya mengetahui beberapa taman dan tidak lebih dari 5 taman tematik yang pernah mereka kunjungi. Selain itu, hasil kuesioner menjelaskan bahwa para responden memiliki keinginan untuk mendatangi seluruh taman tematik yang ada di Kota Bandung, namun mereka juga mengatakan masih perlunya peningkatan sosialisasi mengenai keberadaan taman tematik yang ada.

Maka dari itu, masyarakat perlu diberi sosialisasi yang sesuai dengan pengertiannya yaitu agar masyarakat dapat diberi informasi mengenai taman tematik dan sosialisasi ini bersifat persuasif yang dapat membentuk pola perilaku masyarakat yang positif. Sosialisasi ini bertujuan agar dapat memberi informasi dan edukasi mengenai profil, fungsi serta fasilitas-fasilitas yang disediakan di taman-taman tematik yang terdapat di Kota Bandung. Pemilihan media yang tepat dalam sosialisasi juga sangat berpengaruh dalam pembentukan sikap kepedulian dari masyarakat. Misalnya, ada media visual yang hanya menampilkan gambar saja dan ada media audio visual yang mempunyai unsur suara dan unsur

gambar. Jenis media inilah yang mempunyai kemampuan lebih baik, karena meliputi kedua jenis media auditif (mendengar) dan visual (melihat) seperti halnya video. Dalam hal ini, video dapat digunakan sebagai media sosialisasi yang tepat karena dapat menyampaikan informasi melalui gambar dan suara secara bersamaan sehingga dapat mempengaruhi minat masyarakat dalam mencari informasi.

Berdasarkan uraian masalah di atas, penulis membuat tugas akhir berbentuk video sosialisasi bekerjasama dengan pihak Dinas Pemakaman dan Pertamanan Kota Bandung yang akan berisikan tentang profil dari beberapa taman-taman tematik yang ada di Kota Bandung serta penjelasan mengenai fungsi serta fasilitas dari taman tematik tersebut.

## 2. Dasar Teori

Pada video sosialisasi, harus adanya komunikasi yang efektif agar dapat tersampainya tujuan yang dimaksud yaitu membuat pola sikap dari masyarakat menjadi lebih baik lagi dalam memanfaatkan fasilitas dari pemerintah contohnya seperti taman-taman tematik. Ada beberapa tujuan dari komunikasi yaitu informing, persuading dan reminding [1]. Informing dalam video sosialisasi berguna untuk memberikan informasi-informasi mengenai isi dari video. Persuading memiliki peran untuk melakukan persuasi kepada audiens agar apa yang disampaikan dapat dipahami dengan baik dan benar. Reminding dalam komunikasi bertujuan untuk mengingatkan kembali mengenai manfaat apa yang ada di dalam informasi yang disampaikan.

Penggabungan media atau multimedia sangatlah berperan penting dalam pemilihan media sosialisasi. Menurut Hofstetter [2] komponen multimedia terbagi atas lima jenis, yaitu teks, grafik, audio, video, dan animasi.

Dalam pembuatan video ini adapun aspek-aspek sinematografi yang perlu diperhatikan. Sinematografi terbagi dalam aspek 5C [3], antara lain :

- a. Camera Angle atau Sudut Pandang; Pemilihan sudut pandang kamera yang tepat akan mempertinggi visualisasi dramatik dari suatu cerita.
- b. Continuity atau Kesenambungan; Sebuah video harus menampilkan urutan gambar yang berkesinambungan, lancar, dan mengalir secara logis sehingga membuat penonton bertahan dari awal hingga akhir.
- c. Close Up; tujuan dari close up itu sendiri adalah untuk menarik perhatian penonton untuk melihat detail yang ada pada *scene*, dengan tujuan agar penonton dapat lebih fokus pada pesan yang ada dalam *scene*.
- d. Komposisi; Pada video, aspek komposisi merupakan kaidah pengambilan gambar dengan kamera yang menempatkan satu objek tertentu dalam suatu *scene*, dan disatukan dengan objek lain yang berkaitan dengan maksud atau cerita yang dibawakan.
- e. *Cutting* atau Penyuntingan; dalam hal membuat video sosialisasi, penyuntingan merupakan tahapan yang menentukan apakah gambar-gambar yang sudah diambil dapat disatukan menjadi sebuah video yang sesuai dan tepat sehingga tersampainya informasi yang ingin disampaikan.

## 3. Metode Penelitian

### a. Studi Pustaka

Penulis mengumpulkan data dari berbagai hasil penelitian, referensi buku, laporan, jurnal, maupun informasi yang didapatkan dari internet yang memiliki hubungan dengan kebutuhan pembuatan laporan ini.

### b. Observasi

Penulis mendatangi taman-taman tematik yang ada di Kota Bandung dengan mengajukan beberapa pertanyaan kepada penjaga dan pengunjung taman.

- c. Wawancara  
Untuk mendapatkan data yang diinginkan, penulis melakukan wawancara dengan Dinas Pemakaman dan Pertamanan serta ahli videografi.
- d. Analisis Matriks  
Penulis mengumpulkan data obyek visual dan membandingkannya satu sama lain.

#### 4. Hasil dan Diskusi

Berikut ini hasil pengumpulan data dan analisis yang dirangkum dalam tabel di bawah ini.

Observasi	Penulis mendatangi taman-taman tematik yang ada di Kota Bandung dengan mengajukan beberapa pertanyaan kepada penjaga dan pengunjung taman. Jumlah responden yang mewakili penjaga taman ada 10 orang. Responden yang mewakili pengunjung taman ada 16 orang.
Wawancara	Dari hasil wawancara yang dilakukan, pada video sosialisasi yang dibuat, konten pada video sosialisasi taman tematik di Kota Bandung sebaiknya menampilkan taman-taman tematik yang bagus atau masih terawat. Alasannya adalah agar masyarakat tertarik dengan taman tematik tersebut. Elemen-elemen grafis juga sebaiknya diimplementasikan pada video agar video tidak terlihat monoton.
Kuesioner	Dari data hasil kuesioner menunjukan bahwa masih banyak masyarakat yang belum mengetahui keberadaan taman tematik yang ada di Kota Bandung. Mereka merasa sangat setuju mengenai sosialisasi untuk menarik masyarakat mengunjungi taman tematik yang ada di Kota Bandung.
Matriks Perbandingan	Dari analisa matriks perbandingan yang penulis lakukan, dapat disimpulkan bahwa dari ketiga video tersebut menggunakan sudut pengambilan kamera yang baik sehingga dapat menambah daya tarik dari video tersebut. Variabel yang digunakan pada matriks perbandingan adalah prinsip 5C dalam sinematografi yaitu <i>Camera angle</i> , <i>Continuity</i> , <i>Close-up</i> , <i>Composition</i> , <i>Cutting</i> , serta <i>sound</i> .

Dalam perancangan buku ini penulis membuat berdasarkan beberapa konsep, antara lain:

##### a. Konsep pesan

Video ini merupakan upaya sosialisasi mengenai keberadaan taman-taman tematik yang ada di Kota Bandung. Sosialisasi perlu ditingkatkan kembali karena masih banyak masyarakat khususnya masyarakat Kota Bandung yang kurang menyadari dengan keberadaan taman-taman tematik yang ada di Kota Bandung. Sehingga video ini bertujuan sebagai media sosialisasi yang informatif dan

dapat memberikan informasi mengenai keberadaan, profil, fungsi, dan fasilitas yang terdapat pada taman-taman tematik di Kota Bandung.

Sasaran komunikasi pada media ini merupakan seluruh lapisan masyarakat khususnya yang berada di Kota Bandung dan umumnya untuk masyarakat luar Kota Bandung. Video ini dapat dijadikan sebagai referensi tempat yang bisa dikunjungi dalam waktu luang.

#### **b. Konsep kreatif**

Pengembangan konsep kreatif yang dilakukan dalam pembuatan video sosialisasi ini adalah perancangan video dengan konsep tayangan feature yang menghibur, visual yang ditampilkan merupakan pemandangan dari taman tematik yang ada di Bandung dan juga aktivitas yang terjadi di dalamnya. Penambahan elemen grafis yang ditampilkan akan membuat video terlihat tidak monoton seperti visualisasi animasi. Editing juga dilakukan pada pengkoreksian warna agar terlihat lebih natural. Selain itu, terdapat background musik yang memberikan kesan modern karena musik yang digunakan adalah musik yang sedang happening dan menjadi trending saat ini. Penggunaan V.O ( voice over) pada video agar lebih membantu dalam pemberian informasi dan membuat video lebih menyenangkan. Dari 24 taman tematik yang ada di Kota Bandung, pada video ini akan menampilkan 10 taman tematik dengan kondisi yang masih terawat.

#### **c. Konsep media**

Media utama merupakan file video ekstensi .flv dengan kualitas HD yang siap didistribusikan lewat YouTube. Youtube merupakan salah satu website penyedia jasa *open space* video yang dapat diakses oleh seluruh masyarakat secara gratis. Penulis membuat channel khusus untuk video yang berisikan mengenai fasilitas yang ada di Kota Bandung yang disediakan oleh Pemerintah Kota Bandung. Channel Youtube ini dinamai “Sima Bandung” dan setiap episode memiliki sub judul yang merupakan tema yang di angkat pada video tersebut. Judul dari video ini adalah Sima Bandung dengan episode Taman-Taman Tematik di Kota Bandung. Dalam bahasa sunda kata “sima” memiliki arti karisma, aura, pesona, dan sejenisnya. Sehingga pada video ini penulis memberi judul tersebut dengan tujuan video ini dapat menjadi bagian dalam menunjukkan pesona Bandung kepada masyarakat luas.

#### **d. Konsep visual**

##### **1. Camera Angle**

Jenis-jenis *angle* yang digunakan sesuai dengan khaidah sinematografi serta berdasarkan kebutuhan motivasi dari shot yang diambil. Berikut merupakan motivasi ukuran gambar yang akan digunakan, yakni:

1. *Close Up* (CU)
2. *Medium Shot* (MS)
3. *Full Shot* (FS)
4. *Long Shot* (LS)
5. *Extreme Long Shot* (ELS)

##### **2. Tipografi**

Pemilihan font *Moon Flower* merupakan salah satu font yang digunakan agar memberikan nuansa modern dan font *Lobster 1.4* berdasarkan pertimbangan huruf ini memiliki keluwesan dan karakter dengan kesan tradisional namun tampak modern serta sederhana.

## **5. HASIL PERANCANGAN**

Berikut adalah hasil perancangan video taman-taman tematik di Kota Bandung :





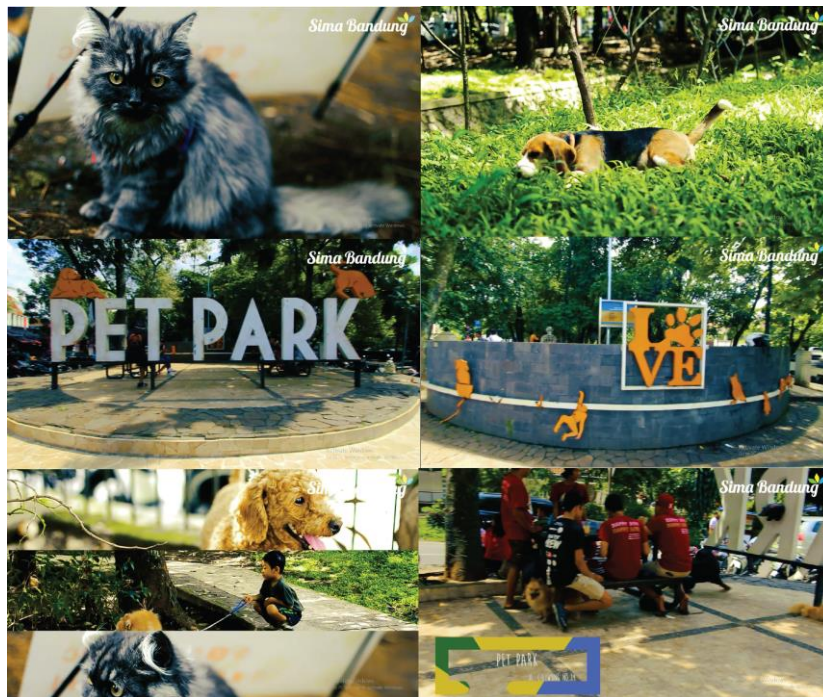
Gambar 1 Screenshot Opening  
Sumber : Dokumen Pribadi



Gambar 2 Screenshot Taman Teras Cikapundung  
Sumber : Dokumen Pribadi



Gambar 3 Screenshot Taman Gesit  
Sumber : Dokumen Pribadi



Gambar 4 Screenshot Pet Park  
Sumber : Dokumen Pribadi





Gambar 5 Screenshot Taman Sejarah  
Sumber : Dokumen Pribadi

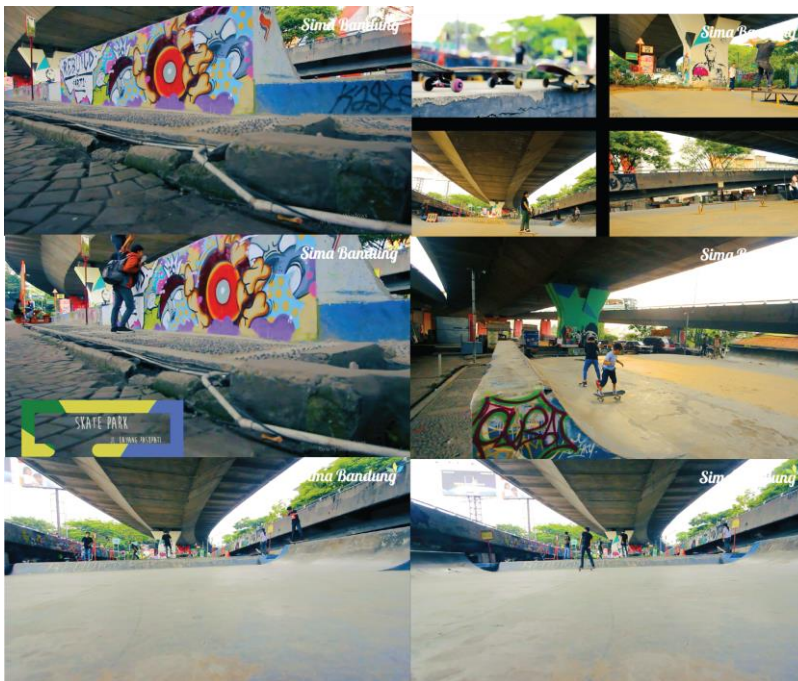


Gambar 6 Screenshot Taman Film  
Sumber : Dokumen Pribadi





Gambar 7 Screenshot Taman Balai Kota  
Sumber : Dokumen Pribadi



Gambar 8 Screenshot Skate Park  
Sumber : Dokumen Pribadi



Gambar 9 Screenshot Taman Musik  
Sumber : Dokumen Pribadi



Gambar 10 Screenshot Taman Vanda  
Sumber : Dokumen Pribadi





Gambar 11 Screenshot Taman Alun-Alun Ujung Berung  
Sumber : Dokumen Pribadi

## 6. Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat ditarik dari hasil pengamatan dan perancangan yang sudah dilakukan oleh penulis yaitu, minimnya pengetahuan masyarakat dengan keberadaan taman-taman tematik di Kota Bandung menjadi perhatian penulis. Untuk mengatasi permasalahan tersebut penulis membuat sebuah media yang dapat meningkatkan sosialisasi agar masyarakat lebih mudah mendapatkan informasi mengenai taman-taman tematik yang ada di Kota Bandung, yaitu media dalam bentuk video feature. Video perancangan ini dapat digunakan masyarakat untuk mendapatkan informasi tentang keberadaan taman tematik sehingga masyarakat ingin mengunjungi seluruh taman tematik di kota Bandung.

## Daftar Pustaka

- [1] Craig, James. 1999. *Designing with Type : A Basic Course in Typography*. New York: Waston-Guptill Publication.
- [2] Effendy, Heru. 2009. *Mari Membuat Fim*. Jakarta: ERLANGGA.
- [3] Haryanto, Dany dan Nugroho, G. Edwi. 2011. *Pengantar Sosialisasi Dasar*. Jakarta: PT. Prestasi Pustakarya.
- [4] Hofstetter, Fred Thomas. 2001. *Multimedia Literacy*. 3 ed. New York: McGraw-Hill.
- [5] Kusrianto, Adi. 2007. *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Andi Yogya.
- [6] Ngalim, Purwanto. 2006. *Psikologi Pendidikan*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- [7] Nugroho, Sarwo. 2014. *Teknik Dasar Videografi*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- [8] Purwanto, Djoko. 2006. *Komunikasi Bisnis*. Jakarta: ERLANGGA.
- [9] Rohidi, Tjetjep Rohendi. 2011. *Metode Penelitian Seni*. Semarang: Cipta Prima Nusantara Semarang.
- [10] Rustan, Suriyanto. 2010. *Huruf Font Tipografi*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- [11] Soewardikoen, Didit Widiatmoko. 2013. *Metodologi Penelitian Visual Dari Seminar ke Tugas Akhir*. Bandung: CV Dinamika Komunika



- [12] Website Dinas Pemakaman dan Pertamanan Kota Bandung. 2016, [Online].  
<http://diskamtam.bandung.go.id/informasi/pertamanan> (16 Januari 2017, 08.15)
- [13] Kompas.com. 2015, [Online]  
<http://properti.kompas.com/read/2015/02/04/232605821/Menuju.Kota.Bahagia.Bandung.Per.banyak.Taman> (16 Januari 2017, 12.20)
- [14] Iskhayati, Anita. 2012, *Basic Lighting*. [Online]  
<https://brightfutureismine.files.wordpress.com/2012/10/dasar-tata-cahaya2.pdf> (8 Maret 2017, 11.15)
- [15] Warna Tersier. 2017, [Online]  
[www.wikiwand.com/warna\\_tersier](http://www.wikiwand.com/warna_tersier) (6 Maret 2017, 20.28)

