



Analisis Kebutuhan Media Informasi Tempat Wisata Ramah Hewan Peliharaan di Kota Bandung

Indonesian Journal of Tourism and Leisure, 2022

Vol. 03 (2), 125-135

© The Journal, 2022

DOI: 10.36256/ijtl.v3i2.300

<https://journal.lasigo.org/index.php/IJTL>

Lasigo Journal

Article History

Received : September, 8th, 2022

Revised : October 23th, 2022

Accepted : October 26th, 2022

Ivenabaat Nurzahra

Desain Komunikasi Visual, Fakultas Arsitektur dan Desain, Institut Teknologi Nasional Bandung, Indonesia
baatnurzahra11@mhs.itenas.ac.id

Mulki Tawakal Rosady

Desain Komunikasi Visual, Fakultas Arsitektur dan Desain, Institut Teknologi Nasional Bandung, Indonesia
mulkitalent@gmail.com

Rosa Karnita

Desain Komunikasi Visual, Fakultas Arsitektur dan Desain, Institut Teknologi Nasional Bandung, Indonesia
karnita@itenas.ac.id

ABSTRACT

This study aims to analyze the needs of pet owners in obtaining information about pet-friendly tourist attractions in Bandung. The city, called the Paris van Java, has many pet-friendly attractions. However, information media which contains data for pet owners who want to bring their pets along for recreation to pet-friendly tourist spots in Bandung, has yet to be found. Then an analysis of the needs of pet owners was carried out using qualitative research methods. Data were collected through questionnaires, observation and internet searching. All data that has been collected is then analyzed using thematic analysis. The analysis resulted in the identification of pet-friendly tourist attractions in detail, which is needed by tourists who have pets. Some of them are the types of places, rules, policies, social environment, and facilities of pet-friendly tourist spots to be considered before bringing pets to the intended location. Pet owners will be helped by creative forms of information, such as mobile applications that contain all complete information according to the needs of pet owners. Other information media, such as information boards or signage installed at tourist sites, can also help direct visitors who bring their pets.

Keywords: Information Media; Pet-Friendly; Tourism

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kebutuhan para pemilik hewan peliharaan dalam mendapatkan informasi seputar tempat wisata ramah hewan peliharaan di Bandung. Kota yang dijuluki sebagai *Paris van Java* ini memiliki banyak objek wisata yang ramah hewan peliharaan. Namun, media informasi yang berisi kumpulan informasi untuk para pemilik hewan peliharaan yang ingin membawa hewan peliharaannya ikut berekreasi ke tempat wisata ramah hewan peliharaan di Bandung masih jarang ditemui. Maka dilakukan analisis kebutuhan para pemilik hewan peliharaan dengan menggunakan metode penelitian kualitatif. Data dikumpulkan melalui kuesioner, observasi dan *internet searching*. Seluruh data yang telah terkumpul kemudian dianalisis

Corresponding Author

Name : **Rosa Karnita**

Email : karnita@itenas.ac.id

menggunakan analisis tematik. Analisis menghasilkan identifikasi tempat wisata yang ramah untuk hewan peliharaan secara rinci sangat dibutuhkan oleh wisatawan yang memiliki hewan peliharaan. Beberapa diantaranya yaitu seperti jenis tempat, peraturan dan kebijakan, serta situasi dan fasilitas tempat wisata ramah hewan peliharaan untuk dijadikan bahan pertimbangan sebelum membawa hewan peliharaan ke lokasi yang dituju. Pemilik hewan akan terbantu dengan bentuk informasi yang kreatif seperti aplikasi *mobile* yang berisikan seluruh informasi lengkap sesuai dengan kebutuhan para pemilik hewan peliharaan. Media informasi lainnya seperti papan informasi atau *signage* yang terpasang di lokasi wisata juga dapat membantu mengarahkan pengunjung yang membawa hewan peliharaannya.

Kata Kunci: Media Informasi; Ramah Hewan Peliharaan; Wisata

1. Pendahuluan

Sebagai salah satu destinasi wisata yang populer, Kota Bandung terkenal akan objek wisata dan tempat rekreasi yang beragam untuk dikunjungi wisatawan maupun masyarakat setempat. Mulai dari wisata alam, wisata kuliner hingga wisata budaya dapat dilakukan para wisatawan yang berkunjung ke kota yang dijuluki sebagai *Paris van Java* ini. Sucipto dan Limbeng (2007) memaparkan, wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh sebagian atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara (Sucipto & Limbeng, 2007). Terdapat berbagai tempat di Kota Bandung yang sangat cocok untuk melakukan aktivitas rekreasi guna menyegarkan kembali tubuh dan pikiran, seperti pusat perbelanjaan, *factory outlet*, *coffeeshop*, taman-taman kota, dan masih banyak lagi tempat yang dapat menjadi opsi untuk berekreasi.

Tidak hanya bersama teman atau keluarga, Kota Bandung juga memiliki banyak tempat wisata yang ramah dikunjungi oleh pemilik hewan peliharaan yang hendak membawa hewan peliharaannya. Mengajak hewan peliharaan bermain menjadi sebuah kesenangan tersendiri bagi pecinta hewan dan bahkan dapat mengurangi stres (Rustandy & Teh, 2019). Terutama untuk pemilik anjing yang memiliki aktivitas rutin *dog-walking*. Aktivitas *dog-walking* atau mengajak anjing peliharaan berjalan penting dilakukan selain untuk menjaga kesehatan anjing, juga dapat menjadi terapi untuk menghilangkan stres (Juliadilla, 2021). Namun, tidak semua tempat di Kota Bandung dapat dikunjungi oleh orang yang membawa hewan peliharaan. Pemilik hewan peliharaan harus memastikan terlebih dahulu di mana tempat yang aman dan bersahabat untuk hewan peliharaannya, karena tidak semua tempat wisata dan berekreasi di Bandung memperbolehkan hewan peliharaan masuk.

Media yang berisi kumpulan informasi berbentuk visual tentang tempat wisata ramah hewan peliharaan di Bandung dinilai masih kurang atau jarang ditemui. Padahal, media informasi seperti aplikasi *mobile*, situs web, *signage*, *e-book* dapat mempermudah pemilik hewan peliharaan dalam mencari sebuah informasi seputar tempat yang aman dan nyaman untuk hewan peliharaan mereka. Sejalan dengan penjelasan Sobur (2006) tentang media informasi yang merupakan sebuah “alat-alat grafis, fotografis atau elektronis untuk menangkap, memproses, dan menyusun kembali informasi visual”. Masalah tersebut dapat diselesaikan menggunakan solusi Desain Komunikasi Visual, ilmu yang mempelajari konsep komunikasi, kemudian mengungkapkannya dengan cara berpikir kreatif yang akhirnya diaplikasikan di berbagai media komunikasi visual (Tinarbuko, 2015). Desain komunikasi visual dapat membantu menginformasikan, mempengaruhi hingga merubah perilaku target audiens sesuai dengan tujuan yang diinginkan (Khumairah & Fadilla, 2021). Proses desain memperhitungkan aspek seperti aspek fungsi, estetika, dan berbagai aspek lainnya yang datanya didapatkan dari riset, pemikiran, ataupun dari desain yang sudah ada sebelumnya (Anggraini & Nathalia, 2018). Oleh sebab itu, sebelum merancang sebuah media informasi, diperlukan analisis mulai dari kebutuhan para

pemilik hewan peliharaan, analisis tempat wisata yang ramah hewan peliharaan di Bandung, hingga analisis kebutuhan media informasi tempat wisata ramah hewan peliharaan di Bandung.

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui media informasi apa yang dibutuhkan para pemilik hewan peliharaan untuk mendapatkan informasi seputar tempat wisata ramah hewan peliharaan di Bandung. Penelitian ini juga dimaksudkan untuk mendata informasi apa saja yang dibutuhkan audiens terutama saat mencari tempat ramah hewan peliharaan di Bandung. Harapannya, penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan dalam perancangan media yang tepat dan efektif untuk menyampaikan informasi kepada para pemilik hewan peliharaan.

2. Tinjauan Pustaka

2.1. Wisata Ramah Hewan Peliharaan

Banyak pemilik hewan peliharaan menganggap hewan peliharaan mereka sebagai anggota keluarganya sendiri. Oleh karenanya, mereka juga berkeinginan untuk membawa hewan peliharaannya berekreasi ke suatu tempat bersama dan berharap hewan peliharaan mereka juga diperlakukan dengan baik ketika mereka mengunjungi suatu tempat (Glavocic dkk., 2019).

Pada penelitian yang dilakukan oleh Glavocic I, Bazdan V, Rit C (2019) tentang Dubrovnik sebagai destinasi wisata ramah hewan peliharaan, ditemukan fakta bahwa kompleksitas bepergian dengan hewan peliharaan merupakan masalah bagi pemilik hewan peliharaan. Wisata ramah hewan peliharaan merupakan industri yang berkembang walaupun dibidang hal yang cukup rumit untuk dilakukan. Para pemilik hewan yang membawa hewan peliharaannya ingin perjalanan mereka nyaman dan tidak repot dan memilih lokasi yang mengakomodasi semua keinginan pemilik hewan peliharaan.

Menurut Glavocic I, Bazdan V, Rit C (2019), pada penelitiannya ditemukan beberapa hal yang masih menjadi masalah terutama bagi pemilik hewan peliharaan yang mencari destinasi wisata ramah hewan peliharaan. Antara lain banyaknya tempat wisata dan akomodasi yang mengklaim dirinya sebagai tempat ramah hewan peliharaan, namun pada kenyataannya tidak ada aturan yang jelas dan fasilitas yang ditawarkan juga tidak jauh berbeda dengan tempat wisata pada umumnya. Hal ini dapat menjadi bahan pertimbangan dalam perancangan media informasi mengenai tempat wisata ramah hewan peliharaan di Bandung agar pemilik hewan mendapatkan informasi yang akan membantu mereka saat mencari tempat wisata yang ramah hewan peliharaan di Bandung.

2.2. Jenis-Jenis Media Informasi

Menurut Thuan To Saurik dkk. (2019), media informasi merupakan alat untuk mengumpulkan serta menyusun kembali sebuah informasi sehingga menjadi bahan yang bermanfaat bagi penerima informasi dan jenis-jenis media informasi harus tepat sasaran dan tersampaikan dengan baik agar suatu media informasi dapat bermanfaat bagi pembuat maupun penerima informasi. Jenis-jenis media informasi yaitu:

- a. Media Lini Atas. Media ini merupakan media yang tidak langsung bersentuhan dengan audiens, seperti iklan di televisi dan radio.
- b. Media Lini Bawah. Media ini merupakan media yang tidak disampaikan melalui media massa dan jangkauan targetnya hanya ditekankan pada suatu titik atau wilayah. Contohnya *sign system*, poster, infografis.
- c. Media Cetak. Media ini dapat berupa majalah, *flyer*, spanduk.
- d. Media Elektronik. Media ini merupakan media yang disampaikan melalui internet, ponsel, dan alat elektronik lainnya.

Pada penelitian Khumairah & Fadilla (2021) yang berjudul “Perancangan Aplikasi Sebagai Media Informasi Dan Promosi Pariwisata Kabupaten Bima, Nusa Tenggara Barat” disimpulkan bahwa perancangan aplikasi sebagai media informasi dapat membantu memenuhi kebutuhan

informasi bagi wisatawan yang berkunjung ke Kabupaten Bima. Simpulan tersebut diperkuat oleh penelitian Indah dkk., (2018) tentang perancangan infografis sebagai media informasi desa wisata di Semarang. Mereka menuturkan sebuah media informasi membantu kemudahan aktivitas berwisata. Informasi yang berada di lokasi wisata memang sudah selayaknya diberikan oleh pengelola tempat wisata sebagai salah satu bentuk pelayanan yang dapat membantu para pengunjung yang membutuhkan informasi. Dua penelitian tersebut memperkuat alasan mengapa sebuah media informasi diperlukan para pemilik hewan peliharaan yang membawa hewan peliharaannya ke tempat wisata.

2.3. Wisata Daerah Bandung

Hasil penelitian Triani dkk. (2018) yang merancang aplikasi *virtual reality* sebagai media promosi potensi wisata daerah Bandung memaparkan, objek wisata di daerah Bandung dibagi menjadi beberapa kategori, yaitu *Natural Tourism* (wisata alam), *Heritage and Culture Tourism*, *Museums, Gallery & Educational Tourism*, *Park and Attractions*, dan *Shopping & Lifestyle Tourism*.

- a. *Natural Tourism*, merupakan jenis wisata alam. Wilayah Bandung Utara dan Selatan adalah wilayah yang kaya akan destinasi wisata alam.
- b. *Heritage and Culture Tourism*, berisi bangunan-bangunan yang bernilai sejarah di kota Bandung.
- c. *Museums, Gallery & Educational Tourism*, wisata ke museum dan galeri yang digiatkan oleh departemen pariwisata.
- d. *Park and Attractions*, taman-taman kota, serta taman-taman yang menonjolkan atraksi dan keterlibatan pengunjung.
- e. *Shopping & Lifestyle Tourism*, adalah wisata belanja. Meliputi belanja di pusat perbelanjaan, pasar, *factory outlet* dan distro, dan berbagai tempat berbelanja lainnya.

3. Metode Penelitian

Penelitian ini dilakukan secara kualitatif. Moleong (2018) memaparkan, penelitian kualitatif berguna untuk memahami fenomena yang dialami subjek penelitian. Penelitian kualitatif ini cocok untuk meneliti perilaku, sikap, motivasi, persepsi dan tindakan subjek penelitian. Proses pengumpulan data dilakukan dengan pembuatan kuesioner, observasi dan *internet searching*. Untuk memahami kebutuhan para pemilik hewan peliharaan ketika membawa peliharaannya ke lokasi wisata, dilakukan pembuatan kuesioner dengan pertanyaan-pertanyaan tertulis berbentuk terbuka yang diisi oleh para pemilik hewan peliharaan yang memiliki pengalaman rekreasi ke tempat wisata bersama hewan peliharaannya. Pertanyaan dengan bentuk terbuka memberi kesempatan kepada para responden untuk menjawab pertanyaan sesuai dengan persepsinya (Mamik, 2015).

Untuk mendukung data penelitian yang sedang dilakukan, data kemudian dikumpulkan melalui pengamatan secara langsung. Pengumpulan data tersebut dilakukan dengan mengadakan tinjauan langsung dan melakukan wawancara di beberapa lokasi wisata ramah hewan peliharaan di Kota Bandung. Data dan informasi pendukung juga dikumpulkan melalui proses *internet searching*, yaitu pencarian melalui dokumen-dokumen, seperti artikel dan jurnal ilmiah yang ada di internet (Bungin, 2003). *Internet searching* atau disebut juga sebagai metode penelusuran *online* juga dapat memudahkan proses pengumpulan data tempat-tempat ramah hewan peliharaan di Bandung.

Data yang didapat dari metode di atas kemudian dianalisis dengan cara analisis tematik, salah satu cara analisis data yang bertujuan untuk menemukan suatu tema melalui data yang telah dikumpulkan oleh peneliti, tema yang dimaksud menggambarkan suatu hal penting yang terdapat dalam data terkait dengan rumusan masalah penelitian (Braun & Clarke, 2006). Menurut Heriyanto (2018), teknik ini sangat tepat digunakan untuk penelitian yang memiliki tujuan mengeksplorasi apa yang benar-benar terjadi pada suatu fenomena. Hingga harapannya,

didapatkan kesimpulan mengenai apa saja informasi yang dibutuhkan para pemilik hewan peliharaan ketika sedang mereka mencari tempat yang nyaman untuk membawa hewan peliharaannya serta media yang cocok untuk menyampaikan seluruh informasi tersebut agar seluruh pesan dan informasi tersampaikan kepada para audiens. Alur analisis tematik secara rinci dapat dilihat pada Gambar 1 di bawah ini.

Gambar 1. Alur Cara Analisis Tematik



4. Hasil Penelitian

4.1. Hasil Kuesioner

Pertanyaan tertulis dilakukan untuk menggali apa yang dibutuhkan para pemilik hewan ketika hendak membawa hewan dengan bentuk pertanyaan terbuka diberikan kepada 6 responden yang merupakan pemilik hewan peliharaan yang berpengalaman membawa hewan peliharaannya ke tempat wisata dan rekreasi bersama. Dari hasil kuesioner didapatkan beberapa tema dan diuraikan dalam bentuk tabel sebagai berikut:

Table 1. Tema yang Ditemukan pada Kuesioner

No	Responden	Tema
1	UA (Jenis kelamin: perempuan, usia: 25 tahun, memelihara kucing)	<ul style="list-style-type: none"> - Sesekali saja membawa hewan peliharaan jalan-jalan - Memastikan tempat yang dituju <i>pet-friendly</i> dengan melihat langsung ke lokasi - Masih kesulitan mencari informasi di laman <i>website</i> - Jenis tempat (ruang terbuka/tertutup) menjadi pertimbangan pemilik hewan peliharaan - Pemilik hewan perlu mengetahui peraturan dan kebijakan lokasi sebelum berkunjung - Situasi dan fasilitas lokasi yang hendak dituju menjadi pertimbangan pemilik hewan - Informasi berbentuk visual mempermudah pemilik hewan untuk mencari informasi seputar lokasi wisata <i>pet-friendly</i> di Bandung - Pemilik hewan memilih aplikasi <i>mobile</i> untuk membantu mereka mencari informasi
2	MA (Jenis kelamin: laki-laki, usia: 20 tahun, memelihara anjing)	<ul style="list-style-type: none"> - Sesekali saja membawa hewan peliharaan jalan-jalan - Memastikan tempat yang dituju <i>pet-friendly</i> dengan <i>browsing</i> di internet. - Tidak terlalu kesulitan mencari informasi - Jenis tempat (ruang terbuka/tertutup) menjadi pertimbangan pemilik hewan peliharaan - Pemilik hewan perlu mengetahui peraturan dan kebijakan lokasi sebelum berkunjung - Pemilik hewan perlu memastikan hewan peliharaannya sudah divaksin - Informasi berbentuk visual mempermudah pemilik hewan untuk mencari informasi seputar lokasi wisata <i>pet-friendly</i> di Bandung - Pemilik hewan memilih aplikasi <i>mobile</i> untuk membantu mereka mencari informasi
3	NP (Jenis kelamin: laki-laki, usia: 24 tahun, memelihara <i>bearded dragon</i> , tarantula, dan kucing)	<ul style="list-style-type: none"> - Sesekali saja membawa hewan peliharaan jalan-jalan - Memastikan tempat yang dituju <i>pet-friendly</i> dengan <i>browsing</i> di internet. - Masih kesulitan mencari informasi di laman <i>website</i> - Jenis tempat (ruang terbuka/tertutup) menjadi pertimbangan pemilik hewan peliharaan - Pemilik hewan perlu mengetahui peraturan dan kebijakan lokasi sebelum berkunjung - Situasi lokasi yang hendak dituju menjadi pertimbangan pemilik hewan - Informasi berbentuk visual mempermudah pemilik hewan untuk mencari informasi seputar lokasi wisata <i>pet-friendly</i> di Bandung - Pemilik hewan memilih aplikasi <i>mobile</i> untuk membantu mereka mencari informasi

4	ARK (Jenis kelamin: laki-laki, usia: 23 tahun, memelihara kucing)	<ul style="list-style-type: none"> - Sesekali saja membawa hewan peliharaan jalan-jalan - Memastikan tempat yang dituju pet-friendly dengan browsing di internet. - Masih kesulitan mencari informasi di laman website - Jenis tempat (ruang terbuka/tertutup) menjadi pertimbangan pemilik hewan peliharaan - Pemilik hewan perlu mengetahui peraturan dan kebijakan lokasi sebelum berkunjung - Situasi dan fasilitas lokasi yang hendak dituju menjadi pertimbangan pemilik hewan - Informasi berbentuk visual mempermudah pemilik hewan untuk mencari informasi seputar lokasi wisata pet-friendly di Bandung - Pemilik hewan memilih media soisal dan lembaran cetak untuk membantu mereka mencari informasi
5	DAD (Jenis kelamin: perempuan, usia: 49 tahun, memelihara kucing)	<ul style="list-style-type: none"> - Sesekali saja membawa hewan peliharaan jalan-jalan - Memastikan tempat yang dituju pet-friendly dengan melihat langsung ke lokasi - Masih kesulitan mencari informasi di laman website - Jenis tempat (ruang terbuka/tertutup) menjadi pertimbangan pemilik hewan peliharaan - Pemilik hewan perlu mengetahui peraturan dan kebijakan lokasi sebelum berkunjung - Situasi dan fasilitas lokasi yang hendak dituju menjadi pertimbangan pemilik hewan - Informasi berbentuk visual mempermudah pemilik hewan untuk mencari informasi seputar lokasi wisata pet-friendly di Bandung - Pemilik hewan memilih aplikasi mobile untuk membantu mereka mencari informasi
6	SA (Jenis kelamin: perempuan, usia: 18 tahun, memelihara kucing)	<ul style="list-style-type: none"> - Sesekali saja membawa hewan peliharaan jalan-jalan - Memastikan tempat yang dituju pet-friendly dengan bertanya ke teman - Masih kesulitan mencari informasi di laman website - Jenis tempat (ruang terbuka/tertutup) menjadi pertimbangan pemilik hewan peliharaan - Pemilik hewan perlu mengetahui peraturan dan kebijakan lokasi sebelum berkunjung - Situasi dan fasilitas lokasi yang hendak dituju menjadi pertimbangan pemilik hewan - Informasi berbentuk visual mempermudah pemilik hewan untuk mencari informasi seputar lokasi wisata pet-friendly di Bandung - Pemilik hewan memilih aplikasi mobile untuk membantu mereka mencari informasi

4.2. Hasil Observasi

Beberapa tempat ramah hewan peliharaan di kota Bandung yang menjadi lokasi pengamatan yaitu Pet Park, Cihampelas Walk, dan Paris Van Java Mall. Selain dilakukan pengamatan langsung di tiga lokasi tersebut, informasi juga didapatkan dari hasil wawancara dengan beberapa staf di Cihampelas Walk dan Paris Van Java Mall. Dibawah ini merupakan hasil observasi yang telah dilakukan:

4.2.1. Pet Park

Pet Park berlokasi di Taman Cihapit, Bandung. Lokasi ini merupakan area ruang terbuka hijau yang dikhususkan bagi masyarakat yang ingin membawa hewan peliharaannya jalan-jalan di taman terbuka. Pet Park juga dilengkapi dengan fasilitas permainan untuk hewan peliharaan. Menurut hasil observasi, tidak ditemukan papan informasi atau *signage* yang dapat membantu mengarahkan pemilik hewan yang membawa peliharaannya berkunjung ke Pet Park. Berdasarkan informasi yang didapatkan melalui internet, hewan peliharaan diperkenankan berada di seluruh area Pet Park. Diwajibkan menggunakan tali (*leash*) dan brangus (*muzzle*) bagi hewan yang buas. Hewan yang diperbolehkan berada di area Pet Park adalah hewan dengan keadaan yang sehat dan sudah divaksin. Untuk kenyamanan pengunjung lain, pengunjung yang membawa hewan peliharaannya juga disarankan membersihkan kotoran (*poop*) hewan dan membuangnya ke tempat sampah yang telah disediakan di Pet Park (Revi, 2016). Namun

demikian, informasi yang memadai tentang teknis membawa hewan piaraan ke lokasi tidak tersedia dengan baik dan rinci.

Gambar 2. Situasi dan Fasilitas Pet Park



Sumber: Dokumen Peneliti (2022)

4.2.2. Cihampelas Walk

Salah satu pusat perbelanjaan yang berada di Cihampelas, Bandung ini merupakan tempat yang ramah hewan peliharaan. Cihampelas Walk memiliki area ruang terbuka (*outdoor*) yang luas dan dilengkapi dengan fasilitas *Animal Fashion Street* dan toko kebutuhan hewan peliharaan (*pet shop*). Sama halnya seperti di Pet Park, tidak ditemukan papan informasi yang dapat mengarahkan para pemilik hewan yang membawa peliharaannya ke Cihampelas Walk. Padahal, terdapat beberapa peraturan yang harus ditaati pengunjung khususnya bagi pengunjung yang membawa hewan peliharaan ke Cihampelas Walk. Staf pusat informasi di Cihampelas Walk menuturkan, pengunjung boleh membawa hewan peliharaannya ke Cihampelas Walk dengan catatan, hewan harus menggunakan tali (*leash*). Jika ingin masuk ke area dalam ruang (*indoor*), hewan dianjurkan menggunakan popok dan pengunjung diharuskan menggendong hewan peliharaannya agar tidak mengganggu kenyamanan pengunjung lain yang sedang berbelanja. Pemilik hewan juga harus membersihkan sendiri kotoran hewan peliharaannya. Namun demikian, informasi sebagaimana disampaikan staf pusat informasi tidak tersedia dalam bentuk papan informasi dan atau flyer yang dapat dibaca oleh pengunjung tanpa harus bertanya kepada petugas pusat informasi.

Gambar 3. Situasi dan Fasilitas Cihampelas Walk Bandung



Sumber: Dokumen Peneliti (2022)

4.2.3. Paris Van Java Mall (PVJ)

Paris Van Java Mall (PVJ) merupakan pusat perbelanjaan yang berada di pusat kota Bandung, tepatnya di Jl. Sukajadi, Bandung. Dilengkapi area *indoor* dan *outdoor*, Paris Van Java Mall (PVJ) adalah tempat yang ramah hewan peliharaan. Paris Van Java Mall (PVJ) memperbolehkan hewan di area *indoor* maupun *outdoor*. Hewan harus menggunakan tali (*leash*) dan dianjurkan menggunakan popok. Hewan peliharaan tidak bisa sembarangan masuk ke toko atau restoran yang berada di area Mal, beberapa toko dan restoran tidak memperbolehkan hewan peliharaan masuk. Informasi-informasi tersebut didapatkan dari staff yang sedang berjaga di Paris Van Java Mall (PVJ), karena tidak ditemukan papan informasi terkait petunjuk dan arahan bagi

pengunjung yang membawa hewan peliharaannya ke Paris Van Java Mall (PVJ). Tidak tersedia papan informasi dan atau flyer yang bisa dibaca oleh pengunjung.

Gambar 4. Situasi dan Fasilitas Paris Van Java Mall (PVJ)



Sumber: Dokumen Peneliti (2022)

5. Pembahasan

Berdasarkan hasil temuan pada data kuesioner dan observasi yang telah dilakukan, terdapat beberapa tema yang dianalisis sebagai berikut:

5.1. Analisis Kebutuhan Informasi Para Pemilik Hewan yang Membawa Peliharaannya ke Tempat Wisata

Para pemilik hewan memastikan tempat yang dituju ramah hewan peliharaan atau tidak sebelum membawa peliharaan ke lokasi. Untuk memastikan tempat yang dituju adalah tempat yang ramah hewan peliharaan, pemilik hewan biasanya melakukan survei secara langsung ke tempat ramah hewan peliharaan yang akan dituju, menanyakan informasi ke teman, atau menelusuri informasi terkait tempat ramah hewan peliharaan di internet. Sebagian besar pemilik hewan masih kesulitan mencari informasi yang lengkap di internet.

Padahal, selain memastikan tempat yang dituju ramah hewan peliharaan, informasi mengenai peraturan dan kebijakan tempat juga sangat dibutuhkan para pemilik hewan agar mereka dapat mempersiapkan dengan benar sesuai dengan peraturan dan kebijakan yang berlaku, seperti yang disampaikan UA dalam kuesioner, *“Iya perlu banget tahu informasi lengkap sebelum berkunjung. Jadi bisa prepare dan tahu destinasi yg cocok sesuai aturan. Misalnya, kalau memang harus pakai leash maka bisa disiapkan”*. Dengan mengetahui seluruh peraturan dan kebijakan membawa hewan peliharaan ke lokasi wisata ramah hewan peliharaan, pemilik hewan dan hewan peliharaannya akan merasa aman, nyaman, dan tidak mengganggu pengunjung lain.

5.2. Analisis Lokasi Wisata yang Ramah Hewan Peliharaan

Jenis tempat, situasi dan fasilitas tempat wisata ramah hewan peliharaan juga menjadi bahan pertimbangan masing-masing pemilik hewan sebelum membawa peliharaannya ke lokasi. Seperti NP yang memilih tempat yang terbuka ketika membawa peliharaannya, *“Iya, lokasi outdoor lebih baik karena dikhawatirkan peliharaan buang air”*. Berbeda dengan NP, UA memiliki kriteria lain ketika membawa hewan peliharaannya ke lokasi wisata agar aman dan nyaman. UA berpendapat, *“Indoor kalau untuk kucing yang pemalu jadi kalau tiba-tiba kabur ga repot mencarinya dan dan sirkulasi udaranya juga harus baik. Outdoor tapi yg ga terlalu ramai pengunjung, jadi kucingnya bisa lebih leluasa untuk bermain tanpa takut ditangkap atau diganggu orang lain, selain itu jalanan aman dari kendaraan bermotor”*. Hal ini menjelaskan bahwa informasi mengenai jenis tempat (*indoor/outdoor*) diperlukan para pemilik hewan untuk menjadi bahan pertimbangan sebelum mengajak hewan peliharaannya ke lokasi yang hendak dituju.

Informasi mengenai situasi dan fasilitas tempat juga diperlukan sebelum pemilik hewan membawa peliharaannya ke tempat yang dituju, terutama kebersihan tempat karena menyangkut kesehatan dan keselamatan hewan peliharaan. Seperti yang disampaikan UA pada kuesioner,

“Kebersihan tempat dan fasilitas tempat, misal jika kucing ingin buang air atau poop. Kebersihan tempat agar kucing tidak terkena penyakit kulit, dll”.

5.3. Analisis Media Informasi Lokasi Wisata yang Ramah Hewan Peliharaan

Temuan tema ketiga yaitu para pemilik hewan terbantu oleh informasi berbentuk visual dalam mencari informasi terkait tempat wisata ramah hewan peliharaan khususnya di Bandung. Hal tersebut menunjukkan bahwa disiplin ilmu desain komunikasi visual dibutuhkan dalam penyampaian informasi kepada para pemilik hewan yang hendak membawa hewan peliharaannya ke tempat wisata dan rekreasi. Jarang ditemukannya media informasi berisi kumpulan informasi yang ditujukan kepada para pemilik hewan peliharaan di beberapa lokasi observasi menambah urgensi dari kebutuhan media informasi tempat wisata ramah hewan peliharaan di Bandung. Media informasi seperti aplikasi *mobile* yang menghimpun seluruh informasi yang dibutuhkan pemilik hewan juga akan mempermudah para pemilik hewan mempersiapkan hewan peliharaannya ikut berjalan-jalan.

6. Diskusi

Setelah melakukan penelitian dan menemukan hasil analisis mulai dari kebutuhan pemilik hewan peliharaan, lokasi ramah hewan peliharaan, hingga analisis media informasi untuk lokasi wisata ramah hewan peliharaan di Bandung, diketahui bahwa media yang berisi kumpulan informasi yang dibutuhkan para pemilik hewan peliharaan ketika akan membawa hewan peliharaannya ikut berekreasi ke tempat publik masih sulit ditemukan. Ketiga lokasi yang dijadikan tempat observasi membutuhkan media informasi yang memuat semua kebutuhan informasi tempat ramah hewan peliharaan untuk memudahkan para pemilik hewan peliharaan dalam memilih lokasi. Berdasarkan data observasi, terdapat ruang kosong di *Pet Park* yang dapat dimanfaatkan menjadi infografis yang memuat informasi terkait *Pet Park* serta aturan dan kebijakan pengunjung di *Pet Park*. Perancangan infografis dapat menjadikan informasi yang rumit menjadi singkat dan jelas, sehingga informasi akan lebih mudah dipahami oleh masyarakat.

Gambar 5. Ruang Kosong di *Pet Park*



Sumber: Dokumen Peneliti (2022)

Kemudian, *signage* atau papan tanda yang mengarahkan pengunjung untuk menggendong hewan peliharaannya ketika masuk ke area *indoor* perlu dipasang di pintu-pintu masuk area *indoor* Cihampelas Walk. Tujuannya untuk mengarahkan pengunjung agar berlaku sesuai dengan peraturan di lokasi agar tidak mengganggu kenyamanan pengunjung lain. Selain itu, dengan adanya media informasi elektronik seperti aplikasi *mobile* dapat membantu pemilik hewan peliharaan mempersiapkan hewan peliharaannya sesuai peraturan dan kebijakan yang ada.

7. Kesimpulan

Berdasarkan hasil yang diperoleh, belum banyak ditemukan media yang menghimpun seluruh informasi berbentuk visual tentang tempat wisata ramah hewan peliharaan di Bandung. Padahal,

para pemilik hewan peliharaan memerlukan media informasi tempat ramah hewan peliharaan di Bandung agar dapat mempersiapkan dengan baik ketika hendak membawa hewan peliharaannya jalan-jalan bersama.

Berdasarkan analisis data primer yang telah dilakukan, selain informasi tempat tersebut ramah hewan peliharaan atau tidak, para pemilik hewan peliharaan juga memerlukan informasi mendetil lainnya, seperti jenis tempat, peraturan dan kebijakan, serta situasi dan fasilitas tempat wisata ramah hewan peliharaan untuk dijadikan bahan pertimbangan sebelum membawa hewan peliharaan ke lokasi yang dituju. Dengan mengetahui seluruh informasi tersebut, para pemilik hewan peliharaan dapat berjalan-jalan dengan hewan peliharaannya dengan perasaan aman dan nyaman karena telah mengetahui peraturan-peraturan yang ada sehingga tidak perlu kuatir akan mengganggu kenyamanan pengunjung lain.

Temuan lainnya yaitu para pemilik hewan terkadang masih kesulitan dalam mencari informasi lengkap mengenai tempat ramah hewan peliharaan di Bandung. Hasil observasi juga menunjukkan tidak ditemukannya media informasi yang dapat mengarahkan pemilik hewan yang membawa peliharaannya sesuai dengan peraturan di tempat ramah hewan peliharaan. Mereka akan sangat terbantu dengan bentuk informasi yang kreatif seperti aplikasi *mobile* yang berisikan seluruh informasi lengkap sesuai dengan kebutuhan para pemilik hewan peliharaan.

Rekomendasi yang diusulkan sebagai tindak lanjut dari hasil penelitian ini yaitu dapat berupa perancangan media informasi berupa aplikasi *mobile* dan perancangan *signage* pada lokasi tempat wisata ramah hewan peliharaan agar dapat memenuhi kebutuhan wisatawan yang memiliki hewan peliharaan agar memperoleh informasi yang jelas dan lengkap mengenai hal-hal yang perlu disiapkan ketika akan membawa hewan peliharaannya ke lokasi wisata yang berkategori ramah untuk hewan peliharaan.

8. Ucapan Terima Kasih

Terima kasih kepada para responden dan pihak-pihak lainnya yang telah berkenan memberikan waktunya untuk ketersediaan data dan informasi yang diperlukan. Publikasi hasil penelitian yang merupakan bagian dari mata kuliah Seminar ini dibiayai oleh Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LP2M) Itenas, Bandung.

9. Konflik Kepentingan

Tidak ada konflik kepentingan dalam kegiatan penelitian dan penulisan artikel ini. Artikel ini juga belum pernah dipublikasikan sebelumnya.

Referensi

- Anggraini, L., & Nathalia, K. (2018). *Desain Komunikasi Visual: Dasar-Dasar Panduan Untuk Pemula* (I. Fibrianti, Ed.). Penerbit Nuansa, Bandung.
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77–101. <https://doi.org/10.1191/1478088706QP0630A>
- Bungin, B. (2003). *Analisis Data Penelitian Kualitatif: Pemahaman Filosofis dan Metodologis Ke Arah Penguasaan Model Aplikatif* (1 ed.). Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Heriyanto. (2018). Thematic Analysis sebagai Metode Menganalisa Data untuk Penelitian Kualitatif. *Anuva: Jurnal Kajian Budaya, Perpustakaan, dan Informasi*, 2(3), 317–324. <https://ejournal2.undip.ac.id/index.php/anuva/article/view/3679>
- Juliadilla, R. (2021). Studi fenomenologi: Memaknai aktivitas dog walking sebagai fungsi rekreasi. *Jurnal Psikologi Tabularasa*, 16(1), 1–8. <https://doi.org/10.26905/jpt.v16i1.7653>
- Khumairah, A. M., & Fadilla, A. N. (2021). Perancangan Aplikasi Sebagai Media Informasi Dan Promosi Pariwisata Kabupaten Bima, Nusa Tenggara Barat. *eProceedings of Art & Design*, 8(6), 2386. <https://doi.org/10.25124/EOE.V8I6.16757>
- Mamik. (2015). *Metodologi Kualitatif*. Zifatama Publisher, Jawa Timur
- Moleong, L. (2018). *Metodologi penelitian kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Revi, I. (2016, Maret 6). Mengajak Anjing Jalan-jalan di Pet Park Bandung.

- https://www.kompasiana.com/indie_reviany/56dc02f9509373be554907cf/mengajak-anjing-jalanjalan-di-pet-park-bandung#:~:text=Pengunjung%20dilarang%20membawa%20hewan%20yang,melakukan%20kekerasan%20terhadap%20hewan%20peliharaan.
- Rustandy, S., & Teh, S. W. (2019). Taman Bermain Anjing Peliharaan. *Jurnal Sains, Teknologi, Urban, Perancangan, Arsitektur (Stupa)*, 1(1), 722–726. <https://doi.org/10.24912/STUPA.V1I1.3997>
- Sobur, A. (2006). *Semiotika Komunikasi*. Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Sucipto, T., & Limbeng, J. (2007). *Studi Tentang Religi Masyarakat Baduy di Desa Kanekes Provinsi Banten*. Departemen Kebudayaan Dan Pariwisata, Jakarta.
- Susanti, F., Supatmo, & Nugrahani, R. (2018). Infographic Design as Information Media of Wonolopo Tourist Village. *Arty: Jurnal Seni Rupa*, 7(1). <http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/arti>
- Saurik, H.T.T, Purwanto, D., & Hadikusuma, J.I. (2019). Teknologi Virtual Reality Untuk Media Informasi Kampus. *Jurnal Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer (JTIK)*, 6(1), 71–76. <https://doi.org/10.25126/jtiik.201961238>
- Tinarbuko, S. (2015). *DEKAVE Desain Komunikasi Visual Penanda Zaman Masyarakat Global*. Penerbit caps.
- Triani, A. R., Rio Adriyanto, A., & Faedhurrahman, D. (2018). Media Promosi Bisnis Potensi Wisata Daerah Bandung Dengan Aplikasi Virtual Reality. *Jurnal Bahasa Rupa*, 1(2), 136–146. <https://doi.org/10.31598/BAHASARUPA.V1I2.215>