

ABSTRAK
PERANCANGAN MEDIA GRAFIS PROMOSI
KEGIATAN TRADISIONAL KETANGKASAN DOMBA
DI BANDUNG

Oleh
Jessen Budi Aryanto
NRP 0864197

Domba tangkas adalah budaya khas Jawa Barat yang sudah ada sejak 1930. Tradisi ini memiliki sejarah yang panjang dan sudah diturunkan turun. Menurut Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Bandung dan Himpunan Peternak Domba Kambing Indonesia pada tahun 2013 terdapat 500.000 turis asing yang datang ke Bandung dan yang menonton domba tangkas hanya 360 orang, sedangkan terdapat 6.500.000 turis lokal yang datang ke kota Bandung tapi hanya 120 orang yang menonton domba tangkas.

Tujuan dari perancangan ini adalah untuk memunculkan minat masyarakat, khususnya anak muda agar lebih mudah mendapat akses informasi melalui media-media yang kreatif dan menarik yang dirancang sesuai dengan gaya hidup anak muda. Manfaat dari promosi ini adalah agar anak muda menjadi lebih peduli dan tertarik dengan kebudayaan khas Jawa Barat ini dan berminat untuk menonton domba tangkas secara langsung.

Metode yang digunakan adalah dengan menggunakan media-media yang erat kaitannya dengan kehidupan anak muda saat ini yaitu media digital seperti *game*, *website*, video, media sosial, dan aplikasi, sedangkan untuk media cetaknya berupa *travel map*, *photo card*, dan *banner*, yang terakhir untuk media interaktifnya adalah sebuah instalasi yang diberi nama *photo corner*.

Kata kunci: anak muda, Bandung, budaya, domba tangkas, tradisi.

ABSTRACT
GRAPHIC MEDIA DESIGN
TO PROMOTE DOMBA TANGKAS (GOAT FIGHTING)

By Jessen Budi Aryanto

NRP 0864197

Domba tangkas is a typical West Java culture having been practised since 1930. This tradition has long history has been passed from and to many generations. According to the Bandung Tourism and Culture Board and the international tourist who came to Bandung, only 360 watched *domba tangkas*. Still according to the same source, out of 6,500,000 domestic tourists who came to Bandung, only 120 people watched *domba tangkas*.

The goal of this design is to make people, especially young people, interested and give them easier access to information about *domba tangkas* through creative media which are designed in accordance with young people's life style. The benefit of this promotion is of culture, and encourage them to watch it themselves.

The methods used are digital media as they are very close to young people, such as games, website, videos, social media and applications. In terms of printed media, travel maps, photo cards and banners are used. And finally, for the interactive medium, photo corner is installed.

Keyword: young people, Bandung, culture, *domba tangkas*, tradition

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
ABSTRAK	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA DAN LAPORAN	v
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I : PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup.....	2
1.3 Batasan Masalah.....	2
1.4 Tujuan Perancangan	2
1.5 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	3
1.6 Skema Perancangan	4
BAB II : LANDASAN TEORI	
2.1 Promosi	5
2.2 Media.....	7
2.3 Karakter Wisatawan	8
2.4 Seni Atraksi Ketangkasan Domba Bandung.....	9
2.4.1 Sejarah.....	9
2.4.2 Standar Bibit Domba Garut.....	11
2.4.3 Seni Atraksi Ketangkasan Domba di Bandung.....	12
2.4.4 Kriteria Penilaian	13
2.4.5 Jenis-Jenis Domba.....	15

2.4.6 Bentuk Daun Telinga	16
2.4.7 Bentuk Ekor Dombs	17
2.4.8 Warna Bulu	18
2.4.9 Bentuk Tanduk	21
2.4.10 Budaya Lain	24
2.4.10.1 Sinden	24
2.4.10.2 Gamelan	24

BAB III : DATA DAN ANALISIS MASALAH

3.1 Data dan Fakta	27
3.1.1 Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Bandung	27
3.1.2 Dinas Peternakan Bandung	30
3.1.3 HPDKI	32
3.1.4 National Geographic	34
3.2 Hasil Wawancara	35
3.2.1 Analsis Hasil Wawancara HPDKI Jawa Barat	35
3.2.2 Analisis Hasil Wawancara Pelaku	38
3.3 Kuesioner	39
3.3.1 Data dan Fakta	39
3.3.2 Kesimpulan Kuesioner	45
3.4 STP	46
3.5 SWOT	47
3.6 Analisis Data dan Fakta	48
3.7 Tinjauan Karya Sejenis	50

BAB IV : PEMECAHAN MASALAH.....51

4.1 Konsep Komunikasi	51
4.2 Konsep Kreatif	51
4.3 Konsep Media	52
4.4 Hasil Karya	54
4.4.1 Logo	54
4.4.2 Tipografi	56

4.4.3 Website.....	57
4.4.4 Season Pass	65
4.4.5 Photo Card.....	66
4.4.6 T-shirt dan Hoodie	67
4.4.7 Instalasi	68
4.4.8 Travel Map.....	69
4.4.9 Teaser	69
4.4.10 Aplikasi	70
4.4.11 Komik.....	71

BAB V : KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan	72
5.2 Saran.....	72

DAFTAR PUSTAKA	73
----------------------	----

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Skema Perancangan	4
Tabel 3.1 Pengeluaran Untuk Hiburan Dalam Sebulan	39
Tabel 3.2 Pengetahuan Tentang Seni Domba Tangkas.....	40
Tabel 3.3 Jumlah Anak Muda Yang Pernah Menonton Domba Tangkas.....	40
Tabel 3.4 Kepopuleran Seni Atraksi Domba Tangkas Di Kalangan Anak Muda .	41
Tabel 3.5 Pengetahuan Mengenai Seni Atraksi Domba Tangkas	41
Tabel 3.6 Jumlah Peminat Budaya Domba Tangkas Bila Ada Informasi.....	42
Tabel 3.7 Arah Pencitraan Yang Diinginkan	42
Tabel 3.8 Hiburan Yang Menarik Saat Ini	43
Tabel 3.9 Media Yang Digunakan	43
Tabel 3.10 Media Sosial Yang Digunakan	44
Tabel 3.11 Tingkat Kepedulian Anak Muda Terhadap Budaya Indonesia	44
Tabel 4.1 <i>Budgeting</i>	54

DAFTAR GAMBAR

Tabel 1.1 Skema Perancangan	4
Tabel 3.1 Pengetahuan Tentang Seni Domba Tangkas.....	39
Tabel 3.2 Pengetahuan Tentang Seni Domba Tangkas.....	40
Tabel 3.3 Jumlah Anak Muda Yang Pernah Menonton Domba Tangkas.....	40
Tabel 3.4 Kepopuleran Seni Atraksi Domba Tangkas Di Kalangan Anak Muda .	41
Tabel 3.5 Arah Pencitraan Yang Diinginkan	41
Tabel 3.6 Jumlah Peminat Budaya Domba Tangkas Bila Ada Informasi.....	42
Tabel 3.7 Arah Pencitraan Yang Diinginkan	42
Tabel 3.8 Hiburan Yang Menarik Saat Ini	43
Tabel 3.9 Media Yang Digunakan	43
Tabel 3.10 Media Sosial Yang Digunakan	44
Tabel 3.11 Tingkat Kepedulian Anak Muda Terhadap Budaya Indonesia	44
Tabel 4.1 Arah Pencitraan Yang Diinginkan	54