

ABSTRAK

PERANCANGAN *EVENT* PASAR MALAM JAARBEURS

Oleh

Yoseph Nova Setiawan

NRP 0964182

Hiburan telah menjadi salah satu kebutuhan masyarakat saat ini. Pasar malam Jaarbeurs merupakan salah satu kegiatan yang menghadirkan berbagai macam hiburan, diantaranya pertunjukkan musik, aktivitas belanja, kuliner, dan sebagainya. Berdasarkan hasil observasi melalui wawancara mengenai pasar malam Jaarbeurs, ditemukan bahwa pasar malam Jaarbeurs merupakan *event* yang banyak diminati masyarakat pribumi di kota Bandung dan sekitarnya, bahkan turis asing pada masa kejayaannya di tahun 1930-an. Dikarenakan adanya pengaruh politik pada masa itu, pelaksanaan pasar malam Jaarbeurs tidak lagi dilakukan. Oleh karena itu, dirancang kembali *event* pasar malam Jaarbeurs dengan konsep yang baru namun tetap menghadirkan nuansa tempo dulu untuk target anak muda di kota Bandung. Diharapkan dengan dirancangnya kembali *event* pasar malam Jaarbeurs dapat menghadirkan hiburan bagi masyarakat kota Bandung, dan mengembalikan kejayaannya.

Kata kunci : hiburan, pasar malam, jaarbeurs, *event*, bandung

ABSTRACT

EVENT DESIGN OF JAARBEURS NIGHT MARKET

Submitted by

Yoseph Nova Setiawan

NRP 0964182

Entertainment becomes one of people's needs nowadays. Jaarbeurs night market is a kind of activities that present various entertainment such as, music shows, shopping, culinary, and many more. Based on the observation through interviews about Jaarbeurs night market, it was found that Jaarbeurs night market was an interesting event for domestic tourist in around Bandung, even international tourist, on its greatness era in 1930's. Because of political influence on that time, Jaarbeurs night market are no longer held. So, Jaarbeurs night market are re-designed with new concept but still with shades of the past for youth in Bandung. The expectation from the re-designed of Jaarbeurs night market are to presenting an entertainment for people in Bandung, also to bringing back its greatness!

Keywords : entertainment, night market, jaarbeurs, event, bandung

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN PENGESAHAN	i
ABSTRAK	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS LAPORAN PENELITIAN	iv
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN PENELITIAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup	4
1.2.1 Rumusan Masalah	4
1.2.2 Ruang Lingkup	4
1.3 Tujuan Penulisan	5
1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	5
1.5 Skema Penelitian	6
1.6 Sistematika Penulisan	7
BAB II LANDASAN TEORI	8
2.1 <i>Brand</i>	8

2.2	Logo	9
2.3	Promosi	10
	2.3.1 Pengertian Promosi	10
	2.3.2 Tujuan Promosi	10
2.4	<i>Advertising</i>	11
	2.4.1 Fungsi <i>Advertising</i>	11
	2.4.2 Jenis – jenis <i>Advertising</i>	11
2.5	<i>Event</i>	12
	2.5.1 Pendekatan <i>Event</i>	13
	2.5.2 Karakteristik <i>Event</i>	13
2.6	<i>Event Organizer</i>	14
2.7	Dewasa Awal	15
BAB III DATA DAN ANALISIS		17
3.1	Data dan Fakta	17
	3.1.1 Pasar Malam di Indonesia	17
	3.1.2 Pasar Malam <i>Jaarbeurs</i>	18
	3.1.3 Lembaga Terkait	21
	3.1.4 Tinjauan Terhadap Proyek Sejenis	24
3.2	Hasil Penelitian	27
	3.2.1 Wawancara	27
	3.2.2 Kuesioner	30
3.3	Analisis Terhadap Permasalahan Berdasarkan Data dan Fakta	33
	3.3.1 Analisis Segmentasi, Targeting, Positioning	33

3.3.2	Analisis SWOT	34
BAB IV	PEMECAHAN MASALAH	36
4.1	Konsep Komunikasi	36
4.2	Konsep Kreatif	37
4.3	Konsep Media	40
4.4	Hasil Karya	43
4.4.1	Logo	43
4.4.2	<i>Tagline</i>	43
4.4.3	<i>Website</i>	44
4.4.4	<i>Social Media</i>	45
4.4.5	<i>Promotion Booth</i>	46
4.4.6	<i>Poster Awareness</i>	47
4.4.7	Mural	48
4.4.8	<i>Ambient Media</i>	49
4.4.9	<i>Poster Engaging</i>	50
4.4.10	Brosur	51
4.4.11	Tiket	52
4.4.12	<i>Entrance Gate</i>	52
4.4.13	<i>Ticket Box</i>	53
4.4.14	<i>Photo Backwall</i>	53
4.4.15	<i>T-Shirt</i>	54
4.4.16	Pin	54
4.4.17	Stiker	54

4.5	<i>Budgeting Media</i>	55
BAB V	PENUTUP	56
5.1	Kesimpulan	56
5.2	Saran	57
5.2.1	Saran bagi Pemerintah Kota Bandung	57
5.2.2	Saran bagi Masyarakat	57
5.2.3	Saran bagi Pihak DKV	58
DAFTAR PUSTAKA		59
DAFTAR LAMPIRAN		60
DATA PENULIS		61
UCAPAN TERIMA KASIH		62

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 3.1 : Suasana pasar malam <i>Jaarbeurs</i> tempo dulu	19
Gambar 3.2 : Poster <i>Jaarbeurs</i> Bandung tahun 1924 dan tahun 1931	20
Gambar 3.3 : Logo Bandung Creative City Forum	21
Gambar 3.4 : Logo <i>Event</i> Pekan Raya Jakarta	25
Gambar 3.5 : Poster jadwal pertunjukkan musik PRJ	25
Gambar 3.6 : Poster <i>event Carnaval</i> PRJ	25
Gambar 3.7 : Poster <i>informing</i> konser musik	25
Gambar 3.8 : Poster <i>event</i> pemilihan Miss Jakarta Fair	26
Gambar 3.9 : Peta lokasi <i>stand</i> PRJ	26
Gambar 3.10 : Foto Bapak Her Suganda	27
Gambar 4.1 : Logo <i>Jaarbeurs</i>	38
Gambar 4.2 : <i>Timeline Jaarbeurs</i>	42
Gambar 4.3 : Logo <i>Jaarbeurs</i>	43
Gambar 4.4 : <i>Tagline</i>	43
Gambar 4.5 : <i>Website homepage</i> dan <i>history page</i>	44
Gambar 4.6 : <i>Twitter, Facebook</i> dan <i>Instagram</i>	45
Gambar 4.7 : <i>Promotion Booth</i>	46
Gambar 4.8 : <i>Poster Awareness</i>	47

Gambar 4.9 : Mural	48
Gambar 4.10 : <i>Ambient Media</i>	49
Gambar 4.11 : <i>Poster Engaging</i>	50
Gambar 4.12 : Brosur tampak dalam dan tampak luar	51
Gambar 4.13 : Tiket	52
Gambar 4.14 : <i>Entrance Gate</i>	52
Gambar 4.15 : <i>Ticket Box</i>	53
Gambar 4.16 : <i>Photo Backwall</i>	53
Gambar 4.17 : <i>T – Shirt</i>	54
Gambar 4.18 : Pin	54
Gambar 4.19 : Stiker	54

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1 : <i>Budgeting media</i>	55

DAFTAR LAMPIRAN

- LAMPIRAN A : Kuesioner
- LAMPIRAN B : Daftar pertanyaan wawancara
- LAMPIRAN C : Lembar asistensi sketsa tugas akhir