

ABSTRAK

PERANCANGAN EVENT LOMBA TARI JAIPONGAN SEBAGAI MEDIA PROMOSI UNTUK SARANA KEBUGARAN KAWULA PUTRI KOTA BANDUNG

Oleh

Febrian Wibisono

NRP : 0964184

Indonesia merupakan suatu negara yang memiliki keanekaragaman budaya dan kearifan lokal sebagai ciri khasnya. Di Jawa Barat ada salah satu warisan budaya yang cukup menarik yaitu tari jaipongan. Saat ini pemerintah sedang mengupayakan pelestarian dengan memberikan bantuan berupa dana kepada seluruh sanggar tari di kota Bandung. Seiring perkembangannya kepopuleran tari jaipong semakin memudar dikalangan generasi muda. Mereka diujani dan dijejali dengan budaya asing secara bertubi-tubi, kini mereka cenderung lebih menghargai hasil karya budaya asing, sehingga mereka tidak mengenal maupun tertarik lagi dengan budaya daerahnya. Seperti pepatah mengatakan, tak kenal maka tak sayang, kurangnya pengenalan terhadap kesenian daerah membuat generasi muda tidak banyak tahu tentang makna serta manfaat yang didapat dari menari jaipong. Salah satu manfaat belajar menari secara rutin ialah membuat tubuh menjadi lebih lentur, postur tubuh menjadi lebih indah, mengurangi resiko obesitas dini serta masih banyak manfaat lainnya yang bisa dijadikan daya tarik bagi kaum hawa untuk menumbuhkan kembali ketertarikannya terhadap kesenian tari jaipong ini.

Kemajuan teknologi merupakan keuntungan bagi setiap orang, begitu juga dengan tari jaipong. Merancang dan mempromosikan event lomba tari melalui penyajian informasi visual yang sesuai dengan perkembangan mode dan teknologi, diharapkan menjadi cara yang efektif untuk menarik minat masyarakat khususnya kawula putri kota Bandung agar mereka tetap bugar dengan menari jaipong.

Kata Kunci: Bandung, jaipong, jaipongan, event, promosi, lomba tari

ABSTRACT

EVENT DESIGN OF JAIPONG DANCE COMPETITION AS MEDIA PROMOTION FOR GIRLS FITNESS FACILITY IN BANDUNG

Submitted by

Febrian Wibisono

NRP : 0964184

Indonesia is a country that has a diversity of culture and local wisdom as his trademark. In West Java, there is a cultural heritage that is quite interesting called jaipong dance. Currently, the government is doing conservation by providing financial assistance for all the dance studio in Bandung. As it grows, the popularity of jaipong dance is fading among the younger generation. They were bombarded with foreign cultures in repeatedly, now they tend to be more appreciative of the work of foreign cultures, so they do not know well and not interested anymore for local culture. Like the saying goes, do not know it was love, lack of knowledge of the local arts make young people do not know much about the meaning and the benefits of jaipong dance. One of the benefits to learning a dance on a regular basis is to make the body become more flexible, more beautiful body posture, reduce the risk of early obesity and many other benefits that can be the attraction for girls to regrow interest in the art of jaipong dance.

Advances in technology is a boon for everyone, as well as jaipong. Designing and promoting the event of jaipong dance competitions through the visual information must be appropriate with the development of fashion and technology, is expected to be an effective way to attract people, especially for Bandung girls who want to keep their beautiful body by jaipong dance.

Keywords : Bandung, jaipong, jaipongan, event, promotions, dance competitions

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	i
PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA DAN LAPORAN.....	ii
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN PENELITIAN	iii
ABSTRAK.....	iv
ABSTRACT.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL	xii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang.....	3
1.2 Identifikasi Masalah.....	3
1.3 Rumusan Masalah.....	3
1.4 Ruang Lingkup Masalah.....	3
1.5 Tujuan Perancangan	4
1.6 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	4
1.7 Skema Perancangan	5
1.8 Kerangka Penulisan	6

BAB II LANDASAN TEORI

2.1 Teori Perkembangan Psikologi Remaja	7
2.1.1 Batasan Usia Remaja.....	7
2.1.2 Permasalahan Fisik dan Kesehatan	9
2.2 Teori Pendidikan Kebudayaan.....	10
2.2.1 Globalisasi Budaya	11
2.3 Teori Promosi	13
2.3.1 Pengertian Promosi	13
2.3.2 Bentuk-bentuk Promosi yang Berkaitan.....	15
2.3.3 Pemilihan dan Penentuan Media Promosi.....	18
2.4 Teori STP (<i>Segmentation, Targeting, Positioning</i>).....	21
2.4.1 Pengertian STP	21

2.5 Pengertian Event	25
2.6 Teori SWOT (<i>Strengths, Weakness, Opportunities, Threats</i>)	26
2.6.1 Pengertian SWOT	26
2.6.2 Fungsi SWOT	27
2.6.3 Matriks SWOT.....	28

BAB III DATA DAN ANALISIS

3.1 Data dan Fakta	30
3.1.1 Fungsi Seni Pertunjukan.....	30
3.1.2 Manfaat Mempelajari Seni Tari	30
3.1.3 Seni Tari Jaipongan.....	31
3.1.4 Sejarah Seni Tari Jaipong.....	35
3.2 Fenomena yang Terjadi	36
3.2.1 Pasang Surut Tari Sunda	36
3.2.2 Dukungan Pemerintah terhadap Seni Tari Jaipong	37
3.3 Observasi Lapangan	38
3.3.1 Sanggar Tari Pelita.....	38
3.3.2 Kegiatan Sanggar Tari Pelita	39
3.4 Tinjauan Terhadap Proyek Sejenis.....	42
3.4.1 Kelebihan Dan Kekurangan.....	42
3.5 Hasil Penelitian	43
3.5.1 Hasil Angket/Kuesioner	43
3.5.2 Hasil Wawancara Informan dan Narasumber	46
3.5.3 Hasil SWOT & STP	49

BAB IV PEMECAHAN MASALAH

4.1 Konsep Komunikasi	53
4.2 Konsep Kreatif.....	53
4.2.1 Warna	54
4.2.2 Tipografi.....	55
4.2.3 Fotografi.....	56
4.2.4 Logo	56
4.3 Konsep Media	57
4.4 Media Promosi.....	57

4.4.1 Poster	57
4.4.2 Spanduk.....	61
4.4.3 Brosur	62
4.4.4 Stiker	63
4.4.5 X-Banner	63
4.4.6 Aplikasi Event Facebook & Tweeter	64
4.4.7 Iklan Koran & Majalah	65
4.4.8 Website.....	66
4.4.9 Tiket	67
4.4.10 Name Tag	67
4.4.11 Kaos	68
4.4.12 Pin & Gantungan Kunci	68
4.5 Anggaran Dana	70
4.6 Timeline.....	71

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan.....	72
5.2 Saran.....	73

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DATA PENULIS

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 (Logo Sanggar Tari Pelita).....	38
Gambar 3.2 (Dokumentasi Pembukaan Panama Cup).....	41
Gambar 3.3 (Contoh Desain Grafis & Fotografi Jaipong)	42
Gambar 4.1 (Logo Jaipongers)	57
Gambar 4.2 (Poster Awareness)	58
Gambar 4.3 (Poster Informing).....	59
Gambar 4.4 (Poster Reminding)	60
Gambar 4.5 (Spanduk)	61
Gambar 4.6 (Penerapan Spanduk)	61
Gambar 4.7 (Brosur).....	62
Gambar 4.8 (Stiker)	63
Gambar 4.9 (X-Banner)	63
Gambar 4.10 (Aplikasi Facebook & Tweeter)	64
Gambar 4.11 (Iklan Koran & Majalah).....	65
Gambar 4.12 (Penerapan Website)	66
Gambar 4.13 (Tiket).....	67
Gambar 4.14 (Name Tag).....	67
Gambar 4.15 (Kaos).....	68
Gambar 4.16 (Pin & Gantungan Kunci).....	69

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 (Masuknya Globalisasi Budaya)	12
Tabel 2.2 (Matriks SWOT)	28
Tabel 4.1 (Anggaran Dana)	70
Tabel 4.2 (Timeline Promosi).....	71