

ABSTRAK

Masyarakat Indonesia merupakan masyarakat majemuk yang memiliki keanekaragaman di dalam aspek kehidupan, terlihat dalam beragamnya kebudayaan Indonesia. Tiap suku bangsa di Indonesia memiliki ciri khas yang berbeda-beda.

Suku Sunda adalah kelompok Etnis yang berasal dari bagian Barat pulau Jawa, Indonesia. Kebudayaan Sunda merupakan salah satu kebudayaan yang menjadi sumber kekayaan bagi bangsa Indonesia. Pada saat ini, berbagai unsur kebudayaan Sunda sebenarnya sangat potensial untuk dikembangkan, tetapi makin sedikit masyarakat yang memiliki keinginan dan kesadaran untuk melestarikan kebudayaan Sunda. Untuk mengembangkan dan melestarikan kebudayaan Sunda, maka dibangun KSWM.

KSWM merupakan wadah seni dan budaya asli Sunda yang menampilkan seni tari rakyat, diantaranya adalah wayang golek, ketuk tilu, benjang, reak, dan tutunggulan. Namun, keberadaan KSWM kurang diketahui dan dikenal oleh masyarakat sekitar, Karena itu, penulis ingin mempromosikan KSWM agar masyarakat mengetahui tentang acara yang digelar di KSWM sehingga tertarik untuk mengunjunginya. Dalam Promosi ini, ingin menanamkan *image* di masyarakat bahwa KSWM merupakan tempat wisata seni dan budaya yang menyenangkan, tradisional, dan mendidik, yang akan dilakukan melalui promosi secara bertahap.

Kata kunci : promosi, tradisional, KSWM, dan mendidik.

abstract

Indonesian society is a pluralistic society that has diversity in the aspects of life, visible in the diversity of Indonesian culture. Each ethnic group in Indonesia has a characteristic that is different. Is Sundanese ethnic group originating from the western part of Java island, Indonesia. Sundanese culture is a culture which is the source of wealth for the nation of Indonesia. At this time, various elements of Sundanese culture is actually very potential to be developed, but fewer and fewer people who have the desire and awareness to preserve Sundanese culture. To develop and preserve Sundanese culture, then built KSWM.

KSWM an original container Sundanese art and culture featuring folk dances, such as puppet show, tap Tilu, benjang, reactionary, and tutunggulan. However, the presence of KSWM less known and recognized by people around, therefore, the authors want to promote KSWM for people to know about an event held in KSWM so interested to visit it. In this promotion, would like to embed image in the community that KSWM where tourism is a fun arts and culture, traditional, and educate, which will be done through gradual promotions.

Keywords: promotion, traditional, KSWM, and educate.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA DAN LAPORAN	iii
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN PENELITIAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xiii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang	1
1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup.....	3
1.3 Tujuan perancangan	3
1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan data	3
1.5 Skema Perancangan	6

BAB II LANDASAN TEORI

2.1 Pariwisata.....	7
2.1.1 Produk Pariwisata	7
2.1.2 Motivasi perjalanan Wisata.....	10

2.1.3	Unsur – unsur yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan untuk Perjalanan Wisata.....	11
2.1.4	Etika perencanaan suatu kawasan wisata.....	11
2.1.5	Jenis-jenis wisata	12
2.2	Kebudayaan dan Seni.....	13
2.2.1	Pengertian Kebudayaan	13
2.2.2	Pengertian Seni	17
2.2.3	Fungsi dan Tujuan Seni	18
2.2.4	Tari tradisi	20
2.2.5	Bentuk Tarian Sunda.....	20
2.3	Komunikasi	21
2.4	Desain Komunikasi Visual	21
2.5	Perilaku Konsumen.....	22
2.5.1	Pengertian Perilaku Konsumen.....	22
2.5.2	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	23
2.5.3	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	28
2.5.4	Keputusan Pembeli	28
2.5.5	Kategori kelas sosial	29
2.6	Promosi	29
2.6.1	Pengertian dan Tujuan Promosi	30
2.6.2	Promotion Mix	31
2.6.3	Marketing Mix	32
2.6.4	STP (Segmentasi, Targeting, Positioning).....	33
2.7	Teori Analisis SWOT	34
2.7.1	Asal Mula Analisis SWOT	34
2.7.2	Perkembangan Analisis SWOT	34
2.7.3	Pengertian Analisis SWOT	34
2.8	Logo	35
2.8.1	Definisi logo.....	35
2.8.2	Jenis-jenis logo.....	36
2.9	Filosofi Warna	37

2.10 Layout	37
2.10.1Pengertian Layout	37

BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH

3.1 Data dan Fakta	38
3.1.1 Kampung Seni dan Wisata Manglayang.....	38
3.1.2 Pedoman Kampung Seni dan Wisata Mangalayang.....	39
3.1.3 Garapan	40
3.1.4 Kegiatan Seni dan Budaya	40
3.1.5 Hasil Wawancara.....	47
3.1.6 Hasil Observasi.....	48
3.1.7 Tinjauan Terhadap Persoalan Sejenis.....	55
3.2 Analisis Terhadap Masalah.....	58
3.1.2 Analisis Objek (KSWM) berdasarkan SWOT	58
3.2.2 Segmentasi Pasar	59
3.2.3 Gagasan Awal	60

BAB IV PEMECAHAN MASALAH

4.1 Konsep Komunikasi.....	61
4.2 Konsep Kreatif	61
4.3 Konsep Media	67
4.4 Hasil Karya	69
4.4.1 Logo	69
4.4.2 Poster.....	69
4.4.2.1 Poster Seri	69
4.4.3 Brosur.....	71
4.4.4 Website	72
4.4.5 Tiket Masuk	74

4.4.6 Merchandise	74
4.5 Timeline	75
4.6 Budgeting Media.....	76

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan	77
5.2 Saran Penulis.....	77

DAFTAR PUSTAKA

UCAPAN TERIMA KASIH

DATA PENULIS

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Logo Kampung Seni dan Wisata Manglayang.....	61
Gambar 2 Aplikasi warna logo Kampung Seni dan Wisata Manglayang.....	63
Gambar 3 Logo Grid.....	64
Gambar 4 Poster Seri <i>informing</i> 1.....	69
Gambar 5 Poster Seri <i>informing</i> 2.....	69
Gambar 6 Poster Seri <i>informing</i> 3.....	70
Gambar 7 Poster Seri <i>informing</i> 4.....	70
Gambar 8 Poster Seri <i>informing</i> 5.....	70
Gambar 9 Poster Seri <i>informing</i> 6.....	70
Gambar 10 Poster Seri <i>informing</i> 7.....	71
Gambar 11 Aplikasi poster	71
Gambar 12 Isi Brosur.....	71
Gambar 13 Cover Brosur	72
Gambar 14 Website Halaman Muka.....	72
Gambar 15 Website Halaman Tentang Kampung Seni dan Wisata Manglayang.....	73
Gambar 16 Website Halaman Tentang Kegiatan.....	73
Gambar 17 Website Halaman Hubungi Kami	73
Gambar 18 Tiket Masuk	74
Gambar 19 Gantungan Kunci	74
Gambar 20 Sticker	74