

**ABSTRAK**

**PERANCANGAN KEGIATAN “ALAMKU KELUARGAKU”**

**UNTUK MEMPROMOSIKAN KEGIATAN *CAMPING***

**YANG DIADAKAN OLEH SAHABAT TAHURA**

Oleh

**Marcella Giovani**

**NRP 0764098**

Penurunan kualitas pada dunia hiburan anak-anak di Indonesia menjadikan *gadget* sebagai pilihan utama jenis hiburan yang diberikan oleh ibu untuk anak-anaknya. Padahal, lebih baik bagi anak usia sekolah dasar apabila dibiasakan beraktivitas di alam terbuka. *Eco-Learning Camp* adalah bentuk kegiatan luar ruangan yang diselenggarakan di kawasan Taman Hutan Raya Ir.H.Djuanda Bandung oleh komunitas Sahabat Tahura. Kegiatan *camping* ini ditujukan untuk anak-anak mulai usia 6-12 tahun. Karena kegiatan ini terbilang masih baru, maka masih perlu disosialisasikan kepada masyarakat. Namun berdasarkan hasil wawancara dan kuesioner, animo masyarakat Bandung khususnya para ibu terbilang masih rendah. Hal ini disebabkan oleh kekhawatiran berlebih dari para ibu yang berpendapat bahwa kegiatan di alam tidak cukup aman untuk dilakukan.

Tujuan perancangan ini adalah untuk mencoba meyakinkan para ibu bahwa *camping* merupakan jenis hiburan yang layak dipilih untuk anak-anaknya. Manfaat dari perancangan ini adalah agar para ibu di Kota Bandung dapat lebih mengenal komunitas Sahabat Tahura, mengetahui keadaan dari lokasi acara yaitu di Taman Hutan Raya (TAHURA) Djuanda Bandung, dan pada akhirnya mau menjadikan *camping* sebagai pilihan hiburan yang cocok diberikan untuk anak-anaknya.

Metode yang digunakan adalah dengan merancang sebuah rangkaian kegiatan yang berjudul “Alamku Keluargaku” , berlokasi di TAHURA Djuanda Bandung, dilaksanakan saat liburan kenaikan kelas. Bekerja sama dengan beberapa sekolah dasar kelas menengah atas di Bandung melalui kegiatan *pre-event* sebagai ajang untuk mendistribusikan media promosi utama berupa kalender dalam bentuk *notes* yang berfungsi sebagai pengingat akan adanya kegiatan ini serta dilengkapi artikel tentang hiburan yang bermanfaat untuk anak-anak dan media promosi lainnya seperti *hang tag*, poster, *x-banner*, baliho, dan aplikasi untuk ibu-ibu. Melalui kegiatan ini, diharapkan agar para ibu mau memilih *camping* sebagai jenis hiburan yang tepat untuk anak.

Kata kunci : *camping*, hiburan, kegiatan, Sahabat Tahura

## **ABSTRACT**

### **EVENT PLANNING “ALAMKU KELUARGAKU” TO PROMOTE CAMPING**

#### **ACTIVITY ORGANIZED BY SAHABAT TAHURA**

*Submitted by*

**Marcella Giovani**

**NRP 0764098**

*The decreased quality of kid entertainment in Indonesia makes gadget becomes the top choice for parents in giving their children entertainment. It is better for elementary students to get familiar with outdoor activities. Eco-Learning Camp is an outdoor activity organized by Sahabat Tahura community and is located at Taman Hutan Raya (TAHURA) Djuanda Bandung. This camping activity is planned for 6-12 years old children. Because this activity is still new, it still needs socializing. However, based on the interview and questioner results, the interest of this event is still low. This is caused by overly-worried parents who think that outdoor activities are not suitable for their children.*

*The purpose of this plan is to convince the parents that camping activities are good choices for their children. The aim of this plan is for the parents to know better about Sahabat Tahura community, as well as the condition of the activity’s location at TAHURA Djuanda, and eventually see camping activities as the right choice for their children.*

*The method which is used to promote this activity is by planning a set of activities called “Alamku Keluargaku”, located at TAHURA Djuanda Bandung at the semester holiday. Collaborating with high-profiled elementary schools in Bandung with pre-event activity as an event to distribute the main promotion media which is a notes calendar that will become a reminder for this event that also contains articles of useful entertainment for children, and supported by other promotion medias such as hang tag, poster, x-banner, banner, and applications for parents. These activities hopefully become the best way to convince the parents to select camping as a suitable entertainment for their children.*

*Key words : camping, entertainment, event, Sahabat Tahura*

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA DAN LAPORAN.....	v
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN.....	vi
ABSTRAK.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I : PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup.....	2
1.3 Tujuan Perancangan.....	3
1.4 Sumber dan Tehnik Pengumpulan Data.....	3
1.5 Skema Perancangan.....	5
BAB II : LANDASAN TEORI.....	6
2.1 Pemasaran.....	6

2.2 Promosi Sebagai Bagian Dari Bauran Pemasaran.....	6
2.3 <i>Event</i> (Acara) Sebagai Cara Promosi.....	7
2.4 Merancang Konsep Suatu <i>Event</i> agar Tepat Sasaran.....	7
2.5 Kajian Teori Psikologi Sebagai Latar Belakang Penentu Segmentasi, <i>Targeting</i> , dan <i>Positioning Event</i> .....	9
2.5.1 Psikologi Anak.....	9
2.5.2 Teori Pola Asuh.....	10
2.5.3 Keputusan Membeli Pada Konsumen.....	10
 BAB III : DATA DAN ANALISIS MASALAH.....	 12
3.1 Data dan Fakta.....	12
3.1.1 Profil Sahabat TAHURA.....	12
3.1.2 Wawancara dengan Fransisca Rini.....	14
3.1.3 Hasil Observasi di Paris van Java dan Istana Plaza, Bandung 8 dan 9 November 2013.....	16
3.1.4 Hasil Observasi Kegiatan “Festival Tahura” 17 November 2013 di Bandung..	16
3.1.5 Hasil Kuesioner terhadap 50 Ibu di Bandung.....	17
3.2 Tinjauan Proyek Sejenis: Strategi Promosi Jendela Alam.....	17
3.3 Membuat Program Sosialisasi untuk Aktivitas <i>Camping</i> .....	20
3.3.1 Analisis Permasalahan.....	20
3.3.2 STP.....	21
3.3.3 SWOT.....	22
3.4 Strategi Pemecahan Masalah.....	23

BAB IV : PEMBAHASAN KARYA.....	25
4.1 Konsep Komunikasi.....	25
4.1.1 Tahap <i>Informing</i> .....	26
4.1.2 Tahap <i>Persuading</i> .....	27
4.1.3 Tahap <i>Reminding</i> .....	27
4.2 Konsep Kreatif.....	28
4.2.1 Tipografi.....	28
4.2.2 Warna .....	29
4.2.3 Gaya Visual.....	30
4.3 Konsep Media.....	33
4.3.1 <i>Informing</i> .....	33
4.3.1.1 <i>X-Banner</i> .....	33
4.3.1.2 <i>Leaflet</i> .....	34
4.3.1.3 <i>Hang Tag</i> .....	34
4.3.1.4 Kalender.....	34
4.3.1.5 <i>Digital Photo Frame</i> .....	35
4.3.2 Media <i>Persuading</i>	
4.3.2.1 Poster.....	35
4.2.2 <i>X-Banner</i> .....	35
4.3.3 Media <i>Reminding</i>	
4.3.3.1 <i>Banner</i> .....	35

4.3.3.2 Rubrik Jalan Bandung.....	36
4.3.3.3 Aplikasi IOS/Android.....	36
4.3.4 <i>Budgeting</i> .....	37
4.4 Hasil Karya.....	38
BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan.....	57
5.2 Saran.....	58
DAFTAR PUSTAKA .....	59
LAMPIRAN .....	61

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Logo “Sahabat Tahura” .....	12
Gambar 3.2 Poster Kegiatan “ <i>Eco-Learning Camp</i> ” .....	13
Gambar 3.3 Brosur “ <i>Spirit Camp</i> ” .....	14
Gambar 3.4 Tampilan <i>Website</i> “Jendela Alam” .....	18
Gambar 3.5 Poster Acara Tahun Baru Imlek “Jendela Alam” .....	19
Gambar 3.6 Promosi Kuliner “Jendela Alam” .....	19
Gambar 3.7 Brosur “Jendela Alam” .....	20
Gambar 4.1 Tampilan Tipografi .....	29
Gambar 4.2 Tampilan Warna .....	30
Gambar 4.3 Tampilan Visual Logo .....	31
Gambar 4.4 Tampilan Visual Keluarga .....	31
Gambar 4.5 Tampilan Visual Karakter Ibu .....	32
Gambar 4.6 <i>X-Banner</i> “Menanam Pohon Yukk!” .....	38
Gambar 4.7 <i>Leaflet</i> “Menanam Pohon Yukk!” .....	39
Gambar 4.8 <i>Hang-Tag</i> “Selamat Hari Ibu” .....	40
Gambar 4.9 Tampilan Sampul Kalender .....	41
Gambar 4.10 Tampilan Artikel Januari-Februari .....	42
Gambar 4.11 Tampilan Artikel Maret-April .....	43
Gambar 4.12 Tampilan Artikel Mei-Juni .....	44
Gambar 4.13 Tampilan Artikel Juli-Agustus .....	45
Gambar 4.14 Tampilan Artikel September-Oktober .....	46

Gambar 4.15 Tampilan Artikel November-Desember.....	47
Gambar 4.16 <i>Template Digital Photo Frame</i> .....	48
Gambar 4.17 Poster Acara “Alamku Keluargaku”.....	49
Gambar 4.18 Tampilan Iklan Koran.....	50
Gambar 4.19 <i>X-Banner</i> “Alamku Keluargaku”.....	51
Gambar 4.20 Baliho “Alamku Keluargaku”.....	52
Gambar 4.21 <i>Reminding Event</i> di Rubrik Jalan Bandung.....	53
Gambar 4.22 Tiket Acara.....	53
Gambar 4.23 <i>Gimmick</i> Acara.....	54
Gambar 4.24 Iklan Aplikasi di Koran.....	54
Gambar 4.25 Tampilan Aplikasi.....	55



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Skema Perancangan.....	5
Tabel 4.1 <i>Budgeting</i> .....	37

## DAFTAR LAMPIRAN

Pertanyaan Kuesioner.....	61
Tabel Hasil Kuesioner.....	62
Sketsa Proses.....	63