

PERANCANGAN PROMOSI VISUAL

WISATA SENI DAN WORKSHOP

UNTUK SISWA/I SEKOLAH DASAR

KOTA BANDUNG

Aries Ermawan¹

Fakultas Seni Rupa dan Desain, Universitas Kristen Maranatha, Bandung 40164

Email: damninnocent@live.com

Abstraksi

Bandung merupakan salah satu tempat berkembangnya berbagai sanggar seni (Barli, Nu Art, Saung Angklung Udjo, Batik Hasan). Melihat potensi yang dimiliki Kota Bandung dalam kesenian, selayaknya potensi tersebut dapat dimanfaatkan dengan baik. Wisata seni merupakan salah satu pembelajaran di luar kelas dapat diperkenalkan kepada anak-anak sejak usia dini, karena dapat menumbuhkan kecintaan akan seni budaya bangsa sendiri dan media pembelajaran edukatif yang penting untuk menambah daya kembang anak dengan cara visual yang kreatif, menarik, dan estetik.

Kurangnya promosi dapat dijadikan salah satu penyebab kurangnya ajakan, informasi mengenai wisata seni, dan salah satu cara memperkenalkan wisata seni dengan cara promosi. Perancangan promosi tersebut dapat dirangkai melalui lembaga Kreasik melalui media-media visual yang dinamis, segar, hangat, ceria, ramah, berani, fleksibel, santai namun memiliki energi dengan maksud tersampainya kesan wisata seni yang mengajak dan menginformasikan suatu wisata yang menyenangkan namun memberikan edukasi. Media tersebut disampaikan melalui pembuatan poster, brosur, flyer, spanduk, baliho, website, merchandise, sosial media, dll. Media promosi tersebut dapat disebarluaskan melalui sekolah-sekolah agar pihak sekolah, siswa/i dan para orang tua.

Akhir kata dapat disimpulkan bahwa promosi merupakan salah satu cara untuk memperkenalkan suatu produk / jasa untuk membantu meningkatkan tingkat pembelian dari suatu / beberapa lembaga, selain itu desainer memiliki pengaruh yang cukup besar dalam pembuatan media-media promosi tersebut.

Keyword : Bebas, edukasi, menyenangkan, wisata seni.

TOURISM PROMOTION DESIGN

VISUAL ARTS AND WORKSHOP

FOR PRIMARY SCHOOL STUDENTS

IN BANDUNG

Aries Ermawan¹

Fakultas Seni Rupa dan Desain, Universitas Kristen Maranatha, Bandung 40164

Email: damninnocent@live.com

Abstract

Bandung is a city which arts are developing significantly (Barli, Nu Art, Saung Angklung Udjo, Batik Hasan). If we take a look closer of its potency, this should be put to good use. Tourism is one of the arts learning outside the classroom can be introduced to children at an early age, because it can foster the love of art and culture of our own people and media educational lessons that are important to add to the development of children with creative, interesting, and aesthetically visual.

A lack of promotion can be the one which cause by the lack of invitation, information on tourism, and one way to introduce the tourism is by way of promotion. The design of such promotions can be arranged through the creative agency in a fresh, warm, cheerful, friendly, courageous, flexible, relaxed yet have energy in order to achieve the impression of artistic tourist which appealed and inform a pleasant excursion, nor to educate. Such media can be delivered through posters, brochures, flyers, banners, billboards, websites, merchandise, social media, etc. Media campaign can be spread through the school which that the school, students and parents can find out the tourism in Bandung.

In conclusion it can be concluded that the promotion is one way to introduce a product or service to help increase the rate of purchase of one or several institutions, other than that the designer has considerable influence in making the promotional media.

Keyword : art, educative, free, interesting, tourism.

DAFTAR ISI

COVER DALAM	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	v
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN PENELITIAN	vi
ABSTRAKSI	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup	
1.2.1 Identifikasi Masalah	2
1.2.2 Rumusan Masalah	3
1.2.3 Ruang Lingkup Perancangan	3
1.3 Tujuan Perancangan	3
1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	3

1.5 Sistematika Penulisan	4
1.6 Skema Perancangan	5
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 Pariwisata	
2.1.1 Pengertian Pariwisata	6
2.1.2 Produk Pariwisata	9
2.1.3 Motivasi Perjalanan Pariwisata	10
2.1.4 Unsur-Unsur Pengambilan Keputusan Untuk Perjalanan Wisata	11
2.1.5 Jenis-Jenis Wisata	11
2.1.6 Wisata Seni	15
2.2 Komunikasi	16
2.3 Promosi	
2.3.1 Pengertian Promosi	16
2.3.2 Tujuan Promosi	17
2.3.3 Alat Promosi	18
2.3.4 Promosi <i>Event</i>	20
2.4 Promosi Media	
2.4.1 Poster	21
2.4.2 <i>Website</i>	21
2.4.3 Sosial Media	22

2.4.4	<i>Flyer</i>	22
2.4.5	Spanduk & Umbul-Umbul	23
2.4.6	Brosur	23
2.4.7	<i>Gimmick / Merchandise</i>	23
2.5	Teori Psikologi	
2.5.1	Keberbakatan	24
2.5.2	Menghadapi Segala Hambatan – Anak-Anak dan Remaja Berbakat Yang Tidak Beruntung	26
2.5.3	Kreativitas	27
2.5.4	Perkembangan Psikologi Anak	28

BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH

1.1	Data dan Fakta	
3.1.1	Data Survey Galeri	
3.1.1.1	Museum Barli	30
3.1.1.2	Batik Hasan	31
3.1.1.3	Saung Angklung Udjo	31
3.1.1.4	Galeri Nu Art	32
3.1.2	Lembaga Terkait	34
3.1.3	Slogan	34
3.1.4	Visi	34
3.1.5	Misi	34
3.1.6	Tugas Pokok dan Fungsi	35

3.1.7	Identitas Dinas Budaya dan Pariwisata	36
3.1.8	Struktur Organisasi Dinas Budaya dan Pariwisata	36
3.1.9	Data Kuesioner	37
3.1.10	Tinjauan Terhadap Proyek Sejenis	38
3.2	Analisis Terhadap Permasalahan Berdasarkan Data dan Fakta	
3.2.1	SWOT	39
3.2.2	STP	40
BAB IV PEMECAHAN MASALAH		
4.1	Konsep Komunikasi	42
4.2	Konsep Kreatif	43
4.3	Konsep Media	
4.3.1	Poster	44
4.3.2	<i>Website</i>	44
4.3.3	Sosial Media	44
4.3.4	<i>Flyer</i>	44
4.3.5	Brosur	45
4.3.6	<i>Gimmick / Merchandise</i>	45
4.3.7	<i>Event Exhibition</i>	45
4.3.8	<i>Poster Exhibition</i>	45
4.3.9	<i>Flyer Exhibition</i>	46
4.3.10	Spanduk dan Baliho <i>Exhibition</i>	46

4.4 Logo	46
4.5 Tipografi	47
4.6 Hasil Karya	
4.6.1 Perancangan Media	47
4.6.2 Serial Poster	48
4.6.3 <i>Website</i>	52
4.6.4 Sosial Media	55
4.6.5 <i>Flyer</i>	56
4.6.6 Brosur	56
4.6.7 <i>Gimmick / Merchandise</i>	57
4.6.8 Spanduk dan Baliho <i>Exhibition</i>	58
4.6.9 Bus Kreasik	59
4.6.10 Penerapan Media	60
4.6.11 <i>Timeline</i>	61
4.6.12 <i>Budgeting</i>	62
BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan	63
5.2 Saran	63
DAFTAR PUSTAKA	xviii
DAFTAR ISTILAH	xix
DAFTAR LAMPIRAN	xx

SARAN DAN KOMENTAR PENGUJI SIDANG TUGAS AKHIR	xxi
DATA DIRI	xxii

DAFTAR TABEL

Tabel 1-1	Skema Perancangan	5
Tabel 2-1	Tabel Perkembangan Sosial dan Emosi	29
Tabel 3-1	Struktur Organisasi Dinas Budaya dan Pariwisata Kota Bandung	36
Tabel 3-2	Grafik Kesenian yang Disukai Responden	37
Tabel 3-3	Grafik Responden yang Menyukai Wisata	37
Tabel 3-4	Grafik Wisata yang Diketahui Responden	38
Tabel 3-5	Grafik Responden yang Tertarik Melakukan Wisata Seni	38
Tabel 4-1	<i>Timeline</i>	61
Table 4-2	<i>Budgeting</i>	62

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3-1	Logo Dinas Budaya dan Pariwisata Kota Bandung	34
Gambar 3-2	Tinjauan Proyek Sejenis	38
Gambar 4-1	Logo Kreasik	46
Gambar 4-2	Tipografi	47
Gambar 4-3	Poster <i>Awareness</i> Kreasik	48
Gambar 4-4	Poster <i>Informing</i> Kreasik	49
Gambar 4-5	Poster <i>Workshop</i> Kreasik	50
Gambar 4-6	Poster <i>Exhibition</i> Kreasik	51
Gambar 4-7	<i>Homepage Website</i>	52
Gambar 4-8	<i>Website Home</i>	52
Gambar 4-9	<i>Website About Us</i>	53
Gambar 4-10	<i>Website Events</i>	53
Gambar 4-11	<i>Website Location</i>	54
Gambar 4-12	<i>Website Contact Us</i>	54
Gambar 4-13	Yahoo	55
Gambar 4-14	Twitter	55
Gambar 4-15	<i>Flyer Awareness</i> (kiri) ; <i>Flyer Informing</i> (kanan)	56
Gambar 4-16	<i>Flyer Workshop</i> (kiri) ; <i>Flyer Exhibition</i> (kanan)	56

Gambar 4-17	Brosur (kiri: tampak depan; kanan: tampak belakang)	56
Gambar 4-18	Pin	57
Gambar 4-19	<i>Sticker</i>	57
Gambar 4-20	<i>T-Shirt Wisata</i>	57
Gambar 4-21	<i>T-Shirt Exhibition</i>	58
Gambar 4-22	<i>Name Tag Exhibition</i>	58
Gambar 4-23	Spanduk <i>Workshop</i>	58
Gambar 4-24	Spanduk <i>Exhibition</i>	59
Gambar 4-25	Baliho <i>Workshop</i> (kiri) dan Baliho <i>Exhibition</i> (kanan)	59
Gambar 4-26	Bus Kreasik	59
Gambar 4-27	<i>Billboard</i>	60
Gambar 4-28	Spanduk dan Mading	60
Gambar 4-29	Baliho	61

DAFTAR ISTILAH

- Slogan : perkataan atau kalimat pendek yang menarik atau mencolok dan mudah diingat untuk memberitahukan sesuatu.
- *Tagline* : slogan dalam kalimat.
- *Timeline* : perencanaan waktu suatu kegiatan atau urutan kejadian berdasarkan waktu
- Logo : huruf atau lambing yang mengandung makna.
- *San-serif* : jenis huruf yang sederhana, tidak memiliki kaki atau garis lebih pada setiap hurufnya.
- *Budgeting* : biaya modal dasar.
- *Homepage* : halaman induk dalam sebuah situs.
- *Sains* : ilmu pengetahuan pada umumnya.
- Sanggar : tempat untuk kegiatan seni.
- Estetis : mempunyai penilaian terhadap keindahan.
- Potensi : kemampuan yang mempunyai kemungkinan untuk dikembangkan.

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran A : Wawancara
- Lampiran B : Kuisisioner
- Lampiran C : Sketsa
- Lampiran D : Data Penulis