

ABSTRAK

Keunikan yang dimiliki Indonesia tak hanya merupakan negara yang terdiri dari ribuan pulau, namun juga memiliki keanekaragaman alam, bahasa dan budaya. Kota Solo memiliki potensi yang besar dalam mempromosikan wisata belanja karena terdapat beragam pasar tradisional yang sangat unik. Pasar tradisional dapat menjadi destinasi yang sangat berpotensi dalam dunia pariwisata. Namun saat ini pasar tradisional semakin terlupakan akibat budaya modern yang sudah tertanam pada generasi muda. Oleh karena itu, promosi wisata pasar tradisional di Solo dirasa perlu agar selain dapat menjadi variasi wisata, nilai budaya yang ada didalamnya tidak terlupakan dengan tujuan agar dapat menghidupkan kembali pasar tradisional.

Kata kunci : pasar tradisional, wisata, Solo, Promosi

ABSTRACT

The uniqueness in Indonesia is not only about an archipelago country which consisting of thousand of islands, but also has a natural diversity, languages and cultures. Solo has a big potential of promoting expense excursion because there are so many unique traditional markets. Traditional markets can be a very potential destination in the tourism world. However, the traditional markets has been forgotten due to modern culture that has been ingrained in the young generation. Therefore, the promotion of traditional markets in Solo is necessary in order to be a variation in the field of tourism and cultural values in it are not forgotten with the aim to revive the traditional market

Keywords : traditional market(s), tour, Solo, Promotion

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN HASIL KARYA PRIBADI	iv
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN PENELITIAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Ruang Lingkup	3
1.4 Tujuan Perancangan	4
1.5 Teknik Pengumpulan Data	4
1.6 Skema Perancangan	6
1.7 Sistematika Penulisan	7

BAB II LANDASAN TEORI

2.1 Pariwisata	8
2.1.1 Jenis Pariwisata	9
2.1.1.1 Pariwisata berdasarkan waktu berkunjung	9
2.1.1.2 Pariwisata berdasarkan tujuan	9
2.2 Promosi	9
2.2.1 Tujuan Promosi	10
2.2.2 Bauran Promosi (<i>Promotional Mix</i>)	11
2.3 Pasar	12
2.3.1 Jenis Pasar	13
2.3.1.1 Pasar Tradisional	13
2.3.1.2 Pasar Modern	14
2.3.2 SWOT Pasar Tradisional di Solo	14

BAB III DATA DAN ANALISIS

3.1 Data dan Fakta	17
3.1.1 Pasar Tradisional di Kota Solo	17
3.1.2 Jalur Pasar Tradisional Berdasarkan Peta Kota Solo	34
3.1.3 Data Hasil Observasi	35
3.1.4 Lembaga Terkait	39
3.1.5 Analisis Kuesioner	43
3.1.6 Infografis	53

3.1.7 Tinjauan dengan Pasar Tradisional Sejenis	54
3.1.7.1 Perbandingan dengan Pasar Beringharjo, Yogyakarta	54
3.1.7.2 Perbandingan dengan Pasar Sukowati, Bali	55
3.1.8 Tinjauan pada Promosi Pasar Tradisional Sejenis	56
3.1.9 SWOT Perancangan Promosi Pasar Tradisional di Solo	57
3.1.10 <i>Segmentation, Targeting, Positioning</i>	60

BAB IV PEMECAHAN MASALAH

4.1 Konsep Komunikasi	62
4.2 Konsep Kreatif	63
4.2.1 Konsep Visual	63
4.3 Konsep Media	69
4.4 <i>Timeline</i> Media Promosi	69
4.5 Hasil Karya	70
4.5.1 Brosur	70
4.5.2 <i>Information Booth</i>	71
4.5.3 Iklan Majalah dan Koran	72
4.5.4 <i>Social Network</i>	74
4.5.5 <i>Website</i>	75
4.5.6 <i>Mobile Application</i>	76
4.5.7 <i>Travel Kit</i>	77
4.5.7.1 Brosur	77

4.5.7.2 <i>Route Map</i>	77
4.5.7.3 <i>Postcards</i>	78
4.5.7.4 Jurnal, <i>wooden pen</i> dan pensil	79
4.5.7.5 <i>Wooden Fan</i>	80
4.5.7.6 <i>Flip Flops</i>	80
4.5.7.7 <i>Tees</i>	81
4.5.7.8 <i>Badges</i>	81
4.5.7.9 <i>Shades</i>	82
4.5.7.10 <i>Totebag</i>	83
4.5.8 <i>Travel Pack (Extra Pouch)</i>	83
4.6 <i>Budgeting Media Promosi</i>	85

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan	86
5.2 Saran	86
5.2.1 Saran Umum	86
5.2.2 Saran Khusus	87

DAFTAR PUSTAKA

DATA PENULIS

LAMPIRAN

UCAPAN TERIMA KASIH

DAFTAR TABEL

Tabel 1.6 Skema Perancangan	6
Tabel 3.1 Daftar Pasar Tradisional di Solo menurut Dinas Pengelolaan Pasar Surakarta	18
Tabel 3.2 Jumlah Kunjungan Wisatawan Kota Surakarta	42
Tabel 3.3 Data Wisatawan Mancanegara Kota Surakarta	43
Tabel 4.1 <i>Budgeting</i>	85