

ABSTRAK

PERANCANGAN STRATEGI PROMOSI KENANGAN KOTA LAMA SEMARANG MELALUI EVENT UNTUK REMAJA

Oleh

Marsela Giovani

NRP 1164129

Penjajahan bangsa Asing ke Indonesia selama kurang lebih 350 tahun meninggalkan jejak berupa sejarah, adat istiadat, serta peninggalan bangunan fisik. Salah satunya adalah Kota Lama Semarang, kurangnya rasa nasionalisme anak muda terhadap bangunan kuno membuat bangunan-bangunan tersebut menjadi terbengkalai. Namun kurang lebih selama dua tahun terakhir ini pemerintah dan masyarakat Semarang yang tergabung dalam komunitas-komunitas mulai membenahi Kota Lama Semarang menjadi tempat yang nyaman untuk dikunjungi, sayangnya pemikiran masyarakat tentang Kota Lama Semarang yang kumuh masih tertanam dibenak masyarakat. Maka peranan DKV dalam hal ini adalah dengan melakukan promosi melalui event.

Promosi dari Kota Lama ini bertujuan untuk mengubah persepsi masyarakat tentang Kota Lama yang kumuh menjadi sebuah tempat yang menyenangkan untuk dikunjungi, sehingga menimbulkan semangat anak muda untuk mencintai peninggalan sejarah tempat kelahirannya sendiri, bagi kota Semarang dapat meningkatkan pariwisata.

Kata kunci : event, Kota Lama Semarang, penjajahan

ABSTRACT

STRATEGY DESIGN PROMOTION THE MEMORY OF SEMARANG OLD TOWN THROUGH EVENT FOR TEENAGER

Marsela Giovani/1164129

The foreigners' occupation of Indonesia for more than three and a half centuries brings about the cultural and historical heritage and buildings. One of the examples is Old city Semarang. Rarity of nationalism owned by the youth makes the historical buildings left stranded. However, in the last two years, the authorities together with communities as well as the people of Semarang start to revitalize old city Semarang so that it can be comfortable to visit. It is very unfortunate that the mindset of the city being really dirty still survives. That is why, I am obliged to introduce promotion to the city via events.

The purpose is definitely to alter the perception of people towards old city Semarang used to be considered a slum area. The city is actually clean and worth sightseeing. Thus, the youth will love this place and never forgets the existence of this historical place. The branding is also to attract domestic and foreign tourists to visit the city as well as investors to invest there so that the city's income shall be rocketed.

Keywords: Semarang old city, occupancy, branding

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Lembar Pengesahan	ii
Abstrak.....	iii
Pernyataan Orisinalitas Karya dan Laporan	v
Pernyataan Publikasi Laporan.....	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi	ix
Daftar Gambar	xii

BAB I Pendahuluan

1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup	2
1.2.1 Permasalahan	2
1.2.2 Ruang Lingkup	2
1.3 Tujuan Perancangan.....	3
1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	3
1.5 Skema Perancangan	4

BAB II Landasan Teori

2.1 Teori Nasionalisme	5
2.2 Teori Logo	5
2.3 Analisis SWOT	6
2.4 Teori STP.....	7
2.5 Teori Promosi	7
2.6 Teori Kota.....	9
2.7 Teori Komunikasi	10
2.8 Teori Psikologi.....	10
2.9 Teori Cagar Budaya	12
2.10 Teori <i>City Branding</i>	12
2.11 Teori Citra.....	13
2.12 Teori Komposisi Fotografi	13

BAB III Data dan Analisis Masalah

3.1 Data dan Fakta	15
3.1.1 Kota Lama Semarang	15
3.1.2 Sejarah Kota Lama Semarang	15
3.1.3 Kelebihan Kota Lama Semarang	16
3.1.4 Bangunan- bangunan di Kota Lama Semarang	16
3.1.4.1 Gereja Blenduk	17
3.1.4.2 Taman Srigunting	18
3.1.4.3 Asuransi Jiwasraya	19
3.1.4.4 Gedung Marba	20
3.1.4.5 Rumah Makan “Ikan Bakar Cianjur”	20
3.1.4.6 Gedung Marabunta	22
3.1.4.7 Gedung H. Spiegel	23
3.1.4.8 Pabrik Rokok Praoe Lajar	24
3.1.4.9 Stasiun Tawang	25
3.1.5 Hasil Wawancara	25
3.1.5.1 Wawancara dengan pengurus Gereja Blenduk	25
3.1.5.2 Wawancara dengan anggota BPK2L	26
3.1.5.3 Wawancara dengan anggota Komunitas LOPEN	26
3.1.5.4 Wawancara dengan anggota Komunitas OASE	27
3.2 Analisis terhadap Permasalahan Berdasar Data dan Fakta	
3.2.1 SWOT	27
3.2.2 STP	28
3.3 Analisis terhadap Kota Lama Semarang	29
3.3.1 Analisis Terhadap Rancangan Media Promosi	29
3.3.2 Mandatori	
3.3.2.1 Badan Pengelola Kawasan Kota Lama	30
3.3.2.2 Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang .	30
3.3.2.4 Komunitas di Semarang	31
3.3.3 Tinjauan Karya Sejenis	
3.3.3.2 Branding Kota Tua Jakarta	32
3.4 Hasil Kuisisioner	36
BAB IV Pemecahan Masalah	
4.1 Konsep Komunikasi	41
4.2 Konsep Kreatif	42

4.3 Konsep Media.....	43
4.4 Hasil Karya	
4.4.1 Logo.....	43
4.4.2 Timeline.....	44
4.4.3 Website.....	44
4.4.4 Poster.....	45
4.4.4.1 Poster Awareness.....	45
4.4.4.2 Poster Informing.....	46
4.4.4.3 Poster Reminding.....	47
4.4.5 Baju dan Name Tag Panitia.....	48
4.4.6 Gimmick.....	49
4.4.7 Budgeting.....	51
BAB V Penutup	
5.1 Simpulan.....	52
5.2 Saran.....	53
Daftar Pustaka	

DAFTAR BAGAN dan TABEL

Bagan 3.4.1 Sejarah Kota Lama Semarang	36
Bagan 3.4.2 Melestarikan Kota Lama Semarang.....	36
Bagan 3.4.3 Usaha Pemerintah melestarikan Kota Lama Semarang.....	37
Bagan 3.4.4 Ketertarikan Masyarakat.....	37
Bagan 3.4.5 Tanggapan Masyarakat.....	38
Bagan 3.4.6 Tanggapan Masyarakat.....	38
Bagan 3.4.7 Tanggapan Masyarakat.....	39
Bagan 3.4.8 Informasi tentang Kota Lama Semarang	39
Tabel 4.4.7 Budgeting.....	51

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Gereja Blenduk	17
Gambar 3.2 Interior Gereja Blenduk	18
Gambar 3.3 Taman Srigunting.....	18
Gambar 3.4 Taman Srigunting.....	19
Gambar 3.5 Gedung Asuransi Jiwasraya	19
Gambar 3.6 Gedung Marba.....	20
Gambar 3.7 Ikan Bakar Cianjur	21
Gambar 3.8 Pengadilan Pribumi	21
Gambar 3.9 Gedung Marabunta.....	22
Gambar 3.10 Interior Gedung Marabunta.....	23
Gambar 3.11 Gedung H.Spiegel	23
Gambar 3.12 Pabrik Rokok Praoe Lajar	24
Gambar 3.13 Pabrik Rokok Praoe Lajar tahun 2012	24
Gambar 3.14 Stasiun Tawang	25
Gambar 3.15 Logo BPK2L.....	30
Gambar 3.16 Logo Semarang	31
Gambar 3.17 Logo Komunitas OASE	31
Gambar 3.18 Tampilan Komunitas LOPEN	33
Gambar 3.19 Logo Kota Tua Jakarta	32
Gambar 3.20 <i>Sign System</i>	33
Gambar 3.21 <i>Stationary</i>	34
Gambar 3.22 Tiket Masuk	35
Gambar 3.23 <i>Gimmick</i>	35
Gambar 3.24 Logo Kota Lama Semarang	43
Gambar 3.25 Timeline	44
Gambar 3.26 Website Kota Lama Semarang.....	45
Gambar 3.27 Poster Awareness	46
Gambar 3.28 Poster Informing	46
Gambar 3.29 Poster Reminding	47
Gambar 3.30 Baju dan Name tag.....	48
Gambar 3.31 Gimmick.....	49

Gambar 3.32 Gimmick..... 50

DAFTAR LAMPIRAN

Tabel Kuisisioner.....	55
Sketsa	56