

ABSTRAK
PROMOSI SENI BELA DIRI TARUNG DERAJAT UNTUK
MENINGKATKAN KEMAMPUAN BELA DIRI REMAJA
BANDUNG

Oleh
Dwi Prasetyo Giono
1064146

Tarung Derajat merupakan salah satu kebudayaan dan kesenian lokal khas Bandung. Seni bela diri Tarung Derajat mengajarkan kita untuk menjadi seseorang yang memiliki kepercayaan diri, kerendahan hati, keberanian untuk membela yang lemah, memiliki pemikiran yang sigap dan cerdas, rajin baik dalam berlatih maupun belajar, belajar untuk ramah dengan semua orang di sekitar.

Berdasarkan fakta, bela diri Tarung Derajat mulai tergeser dengan bela diri luar karena kurangnya minat sebagian besar remaja di Kota Bandung untuk mengenal dan mempelajari budayanya sendiri. Hal ini dikarenakan bela diri dalam negeri kalah bersaing dengan bela diri luar negeri karena promosi bela diri luar negeri yang gencar untuk menarik minat masyarakat.

Maka dari itu, penulis menyadari permasalahan yang terjadi pada seni bela diri Tarung Derajat yang masih kurang mampu bersaing dengan bela diri luar negeri karena kurangnya pemasaran kesenian lokal ini. Dengan adanya promosi ini, diharapkan Tarung Derajat dapat semakin berkembang.

Remaja sebagai target market karena penulis menyadari permasalahan yang terjadi pada remaja dalam kehidupan mereka seperti masih mementingkan diri sendiri dan kurangnya kepercayaan diri. Dengan dibekali kemampuan bela diri yang baik diharapkan remaja menjadi lebih percaya diri dan dapat menggunakan kemampuannya untuk menolong sesama.

Metode promosi yang digunakan adalah iklan youtube dengan konsep video inspiratif tentang manfaat Tarung Derajat dengan penjelasan tentang Tarung Derajat. Media pendukung yang digunakan sebagai *awareness* yaitu poster dan iklan majalah sebagai media cetak, dan sticker eskalator sebagai *ambient media*. Untuk *informing* menggunakan media cetak poster, brosur, dan x-banner yang digunakan untuk melengkapi booth yang ditempatkan pada *event* sekolah. Media online untuk *reminding* menggunakan media sosial dan *ambient media* berupa mural pada dinding, sticker lift, dan *gimmick*.

Kata kunci: tarung derajat, promosi, bela diri, remaja, Bandung

ABSTRACT

TARUNG DERAJAT MARTIAL ART PROMOTION TO IMPROVE SELF DEFENCE SKILLS OF TEENAGERS IN BANDUNG

Dwi Prasetyo Giono/1064146

Tarung Dearjat is one of Bandung's distinguished traditional forms of art and culture. *Tarung Dearjat* martial art teaches us to have confidence, humility, courage to defend the weak, sharp and eloquent thinking, and diligence in training as well as in learning, learning to be friendly with those around us.

Based on fact, *Tarung Derajat* martial art is starting to be replaced by foreign martial art because of the lack of interest from most of the teenagers in Bandung to know and learn about their own culture. This is because our traditional martial arts lose in the competition with foreign martial arts which are promoted more aggressively to attract people's interest.

For this reason the writer realizes the problems faced by *Tarung Derajat* in which it is still not able to compete with its foreign counterparts due to a lack of marketing of this local art. With this promotion, it is hoped that *Tarung Derajat* can be developed.

Teenagers as the market target because the writer realizes the problems in their lives such as still ego-centric and lack of confidence. With sufficient skills in martial, it is expected that teenagers will be more confident and are able to use their skills to help each other.

Promotion method used in this study is through an advertisement in youtube showing the benefits of some explanations about *Tarung Derajat*. Supporting media to increase people's awareness include posters, magazine ad, and stickers at escalator as ambient media. Posters, brochures, and x-banners are used as informing media and also to compliment booths installed in various school events. Online media such as social media is used as a reminder. Wall mural, lift stickers and gimmicks are used as ambient media.

Key words: *tarung derajat, promotion, martial art, teenagers, Bandung*

DAFTAR ISI

COVER DALAM	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA DAN LAPORAN	iii
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Permasalahan dan 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	5
2.1 Teori Perkembangan Kepribadian.....	5
2.2 Teori Promosi.....	10
2.3 Teori Komunikasi Massa.....	12
BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH	13
3.1 Data dan Fakta	13
3.1.1 Perusahaan/Lembaga Terkait.....	13

3.1.1.1	Dinas Pemuda dan Olah Raga Bandung.....	13
3.1.1.2	Profil Tarung Derajat.....	20
3.1.2	Data Tentang Gejala/Fenomena yang Terjadi	31
3.1.3	Tinjauan Terhadap Proyek/ Persoalan Sejenis.....	37
3.2	Analisis Terhadap Masalah berdasarkan Data dan Fakta.....	38
3.2.1	SWOT.....	39
3.2.2	STP.....	40
BAB IV PEMECAHAN MASALAH.....		41
4.1	Konsep Komunikasi.....	41
4.2	Konsep Kreatif.....	42
4.2.1	Konsep Verbal.....	42
4.2.2	Konsep Visual.....	43
4.2.3	Konsep Warna.....	45
4.2.4	Konsep Tipografi.....	45
4.2.5	Konsep Layout.....	46
4.3	Konsep Media.....	47
4.4	Hasil Karya.....	47
4.5	Budgeting.....	68
BAB V PENUTUP		
5.1	Simpulan.....	69
5.2	Saran.....	69

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 <i>Budgeting</i>	68
----------------------------------	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Skema Perancangan.....	4
Gambar 3.1 Logo Dispora Bandung.....	13
Gambar 3.2 Logo Tarung Derajat.....	20
Gambar 3.3 Diagram Jenis Kelamin dan Usia.....	31
Gambar 3.4 Diagram Kuesioner terhadap partisipan tentang tarung Derajat.....	32
Gambar 3.5 Diagram Kuesioner terhadap partisipan tentang pengetahuan manfaat Tarung Derajat.....	32
Gambar 3.6 Diagram Kuesioner terhadap partisipan tentang jenis bela diri yang diambil.....	33
Gambar 3.7 Diagram Kuesioner terhadap partisipan tentang pernah tidaknya belajar bela diri.....	33
Gambar 3.8 Diagram Kuesioner terhadap partisipan tentang pengenalan manfaat dan keikutsertaan dalam Tarung Derajat.....	34
Gambar 3.9 Diagram Kuesioner terhadap partisipan tentang promosi.....	34
Gambar 3.10 Diagram Kuesioner terhadap partisipan tentang seberapa sering berolahraga.....	35
Gambar 3.11 Diagram Kuesioner terhadap partisipan tentang permasalahan di sekitar partisipan.....	35
Gambar 3.12 Diagram Kuesioner terhadap partisipan tentang kemampuan bela diri.....	36
Gambar 3.13 Promosi Merpati Putih.....	37
Gambar 4.1 Timeline.....	47
Gambar 4.2 Poster <i>Awareness</i>	48
Gambar 4.3 Poster <i>Awareness</i>	49
Gambar 4.4 Poster <i>Informing</i>	50
Gambar 4.5 Poster <i>Reminding</i>	51
Gambar 4.6 Poster <i>Reminding</i>	52
Gambar 4.7 <i>Booth Event</i>	53
Gambar 4.8 Panel pertama.....	54

Gambar 4.9 Panel kedua.....	55
Gambar 4.10 Panel ketiga.....	56
Gambar 4.11 Panel keempat.....	57
Gambar 4.12 Panel kelima.....	58
Gambar 4.13 X-Banner.....	59
Gambar 4.14 Brosur tampak luar dan dalam.....	60
Gambar 4.15 <i>Ambient media</i> lift.....	61
Gambar 4.16 <i>Ambient media</i> mural.....	62
Gambar 4.17 <i>Ambient media</i> eskalator.....	63
Gambar 4.18 Media Sosial.....	63
Gambar 4.19 <i>Drawstring totebag</i>	64
Gambar 4.20 Handuk.....	65
Gambar 4.21 Tempat Minum.....	65
Gambar 4.22 <i>Screenshot</i> video.....	66