

ABSTRAK

PERANCANGAN MEDIA PROMOSI WISATA PERKOTAAN UNTUK *BACKPACKER* DI KOTA BANDUNG

Oleh:
Aditya Rahmadi Anwar
NRP 0864116

Kota Bandung merupakan salah satu kota yang cukup sering dikunjungi oleh wisatawan, baik lokal maupun internasional. Sebagai Ibukota Provinsi Jawa Barat, Kota Bandung memiliki banyak daya tarik wisata perkotaan (*urban*) di antaranya adalah daya tarik sejarah, budaya, dan kreativitas para generasi muda maupun pekerja seninya. Perkembangan kawasan *urban* Kota Bandung menjadi daya tarik baru bagi wisatawan, terutama bagi para penggiat *backpacking*.

Tujuan dari perancangan ini adalah untuk mempromosikan potensi wisata perkotaan (*urban*) yang ada di Kota Bandung, serta memperkenalkan budaya dan tata krama masyarakat di Kota Bandung kepada wisatawan *backpacker*. Manfaat dari perancangan ini antara lain adalah untuk memperkenalkan wisata *urban* Kota Bandung, meningkatkan minat wisatawan *backpacker* untuk berwisata ke Kota Bandung dengan budaya dan tata krama dalam bermasyarakat yang ada, serta meningkatkan pendapatan daerah di Kota Bandung.

Metode yang digunakan adalah dengan merancang sebuah *brand* yang berisi tentang media informasi bagi *backpacker* berupa infografis yang dilengkapi dengan *gimmick* dan maskot sebagai media utamanya, serta didukung dengan media promosi berupa: poster, *flyer*, stiker, *website* dan iklan media sosial seperti Facebook, Twitter, dan Instagram. Melalui perancangan ini diharapkan informasi mengenai wisata perkotaan Kota Bandung dapat diketahui oleh wisatawan domestik maupun mancanegara sehingga dapat lebih mengenal dan mencintai Kota Bandung.

Kata kunci: Backpacker, Bandung, Media Promosi, Urban, Wisata.

ABSTRACT

MEDIA DESIGN OF URBAN TOURISM PROMOTION FOR BACKPACKER IN BANDUNG

Submitted by
Aditya Rahmadi Anwar
NRP 0864116

Bandung is a city which is often visited by tourists, both local and international. As the capital city of West Java, Bandung has many urban tourist attractions such as the history, culture, and creativity of young people and artists. The development of Bandung urban areas have become a new attraction for tourists, especially the backpackers.

The objective of this design is to promote the tourism potential of urban Bandung, as well as introducing the culture and rules of conducts held by the people in Bandung to backpacker. The benefits of this design, among others, is to introduce urban tourist city of Bandung, increase the interest of tourists backpacker to travel to Bandung with culture and rules of conduct in the existing society, and to increase domestic revenue for the city.

The method used is to design a brand that contains media information for backpackers in the form of infographics are equipped with a gimmick and mascot as the primary media, and supported by a campaign media like posters, flyers, stickers, websites and social media advertising such as Facebook, Twitter, and Instagram. This design is expected to provide information about the city of Bandung so that it can be known by domestic and foreign tourists, which in the end they can get to know and love the city of Bandung.

Keywords: backpacker, Bandung, promotion media, urban, travel.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA DAN LAPORAN.....	iii
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK.....	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
 BAB I PENDAHULUAN.....	 1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup.....	2
1.2.1 Rumusan Masalah.....	2
1.2.2 Ruang Lingkup Permasalahan.....	3
1.3 Tujuan Perancangan.....	3
1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	3
1.5 Skema Perancangan.....	5
 BAB II LANDASAN TEORI.....	 6
2.1 Gambaran Umum Kota Bandung.....	6
2.1.1 Geografis Kota Bandung.....	7
2.1.2 Sejarah Kota Bandung.....	7
2.1.3 Sejarah Geologis Kota Bandung.....	8
2.2 Teori Pariwisata.....	9

2.2.1 Data Tarik Wisata Perkotaan.....	13
2.2.2 Jenis Wisata di Kota Bandung.....	16
2.3 Teori Psikologi.....	17
2.3.1 Psikologi Dewasa Muda.....	18
2.3.2 Ciri-ciri Perkembangan Dewasa Muda.....	19
2.4 Teori Promosi.....	22
2.4.1 Komunikasi Pemasaran.....	23
2.4.2 Komunikasi Pemasaran Persuasif.....	24
2.5 Teori tentang Media.....	25
2.5.1 Teori Dasar Fotografi.....	26
2.5.2 Teori Ilustrasi.....	27
BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH.....	30
3.1 Data dan Fakta.....	30
3.1.1 Mandatori: Mahanagari “Kaos Bandung”.....	30
3.1.2 Instansi terkait: Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Bandung.....	32
3.1.4 Hasil Wawancara dengan Alid Abdul, <i>Backpacker</i> Asal Jombang.....	34
3.1.5 Hasil Wawancara dengan Meganuri Kameswara, Finance Staff dari <i>Guesthouse Griya Grilya</i>	35
3.1.6 Perolehan Data Kuesioner.....	36
3.2 Tinjauan Karya Sejenis.....	42
3.2.1 Daerah Istimewa Yogyakarta.....	42
3.2.1 Jepang (Kyoto, Nara, dan Osaka).....	45
3.3 Analisis terhadap Temuan Data dan Fakta.....	46
3.4 <i>Segmenting, Targeting, dan Positioning</i>	47
3.5 <i>Strengths, Weakness, Opportunities, and Threats</i> (SWOT).....	49
3.5.1 SWOT Kota Bandung.....	49
3.5.2 SWOT Wisatawan <i>Backpacker</i>	50

BAB IV PEMECAHAN MASALAH.....	52
4.1 Konsep Komunikasi.....	52
4.2 Konsep Kreatif.....	53
4.2.1 Konsep Verbal.....	53
4.2.2 Konsep Visual.....	54
4.3 Konsep Media.....	56
4.3.1 Timeline Perusahaan.....	58
4.4 Hasil Karya.....	59
4.4.1 Logo <i>Corporate Identity</i>	59
4.4.2 <i>Stationery Kit</i>	60
4.4.3 Website dan Media Sosial.....	61
4.4.4 Poster <i>Awareness dan Informing</i>	63
4.4.5 Maskot.....	64
4.4.6 LINE <i>Sticker</i>	65
4.4.7 <i>Backpacker's Guidebook</i>	66
4.4.8 <i>Gimmick (Kaos, Travel Pouch, Payung, dan Botol Minum Lipat)</i>	67
4.5 <i>Budgeting</i>	69
 BAB V PENUTUP.....	 71
5.1 Simpulan.....	71
5.2 Saran.....	71
 DAFTAR PUSTAKA.....	 72
LAMPIRAN.....	74

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Skema Perancangan.....	5
Gambar 3.1	Logo Mahanagari	30
Gambar 3.2	Contoh kaos Mahanagari (Kiri).....	31
	Dan Desainnya (Kanan).....	31
Gambar 3.3	Logo Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Jawa Barat.....	32
Gambar 3.4	Foto narasumber Alid Abdul.....	34
Gambar 3.5	Foto narasumber Meganuri Kameswara.....	35
Gambar 3.6	Diagram responden penyuka <i>traveling</i>	36
Gambar 3.7	Diagram responden penyuka wisata alam dan rekreasi.....	37
Gambar 3.8	Diagram responden penyuka wisata sejarah dan budaya.....	37
Gambar 3.9	Diagram responden penyuka wisata belanja dan kuliner.....	38
Gambar 3.10	Diagram responden yang pernah ke Kota Bandung.....	38
Gambar 3.11	Diagram jenis wisata Kota Bandung.....	39
Gambar 3.12	Diagram harga wisata Kota Bandung.....	39
Gambar 3.13	Diagram responden penyuka suasana Kota Bandung.....	40
Gambar 3.14	Diagram ketertarikan responden pada wisata Kota Bandung.....	40
Gambar 3.15	Diagram minat <i>backpacking</i> di Kota Bandung.....	41
Gambar 3.16	Diagram keseluruhan hasil survei.....	42
Gambar 3.17	Tampilan <i>website</i> Yogyes.com.....	43
Gambar 3.18	Instalasi peta wisata Kota Yogyakarta di Alun - alun (Kiri).....	44
	dan di Malioboro (kanan).....	44
Gambar 3.19	Brosur Peta Wisata Yogyakarta.....	44
Gambar 3.20	Osaka <i>Guidebook</i>	45
Gambar 3.21	Salah satu peta wisata dari Jepang.....	46
Gambar 4.1	Skema warna Korporat.....	55
Gambar 4.2	Tokoh wayang Cepot.....	56
Gambar 4.3	Timeline URBANDUNG.....	58

Gambar 4.4	Desain logo URBANDUNG.....	59
Gambar 4.5	Desain <i>Stationery Kit</i>	60
Gambar 4.6	Tampilan <i>Website</i> URBANDUNG.....	61
Gambar 4.7	Tampilan <i>video teaser</i> URBANDUNG.....	62
Gambar 4.8	Tampilan akun Instagram URBANDUNG.....	62
Gambar 4.9	Tampilan akun Facebook (atas).....	63
	Tampilan akun Twitter (bawah).....	63
Gambar 4.10	Desain Poster <i>Awareness & Informing</i>	63
Gambar 4.11	Sketsa desain maskot “Mang Chepi”.....	64
Gambar 4.12	Desain Tokoh “Mang Chepi”.....	65
Gambar 4.13	Desain LINE <i>Sticker</i> “Mang Chepi the Backpacker”.....	66
Gambar 4.14	Media Infografis berupa <i>Backpacker’s Guide Book</i>	66
Gambar 4.15	Desain Kaos (atas) dan <i>travel pouch</i> (bawah).....	67
Gambar 4.16	Desain Payung.....	68
Gambar 4.17	Desain botol minum lipat.....	68

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Tabel <i>Budgeting</i> perancangan.....	70
---	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A	Daftar Kuesioner.....	74
Lampiran B	Daftar Trayek Angkot Kota Bandung.....	75
Lampiran C	Rangkuman wawancara.....	76
	C.1 Wawancara dengan Alid Abdul.....	76
	C.2 Wawancara dengan Meganuri Kameswara.....	76
Lampiran D	Draft.....	77
	D.1 Draft Logo <i>Thumbnails</i>	77
	D.2 Draft Poster.....	87
	D.3 Draft Media Infografis.....	93
	D.4 Draft Maskot.....	103
	D.5 Draft GSM.....	108
	D.6 Draft <i>Gimmick</i>	113
Lampiran E	Sketsa.....	120
	E.1 Sketsa Logo.....	120
	E.2 Sketsa Maskot.....	124
	E.3 Sketsa <i>Gimmick</i>	126
	E.4 Sketsa Media Infografis.....	127