

ABSTRAK

PERANCANGAN MEDIA PROMOSI BUDAYA HAJAT LAUT PANGANDARAN

Oleh

Ryan Afrian

NRP 1464088

Indonesia memiliki berbagai macam kesenian dan budaya adat tradisional, salah satunya adalah yang terdapat di Pangandaran. Pangandaran adalah tujuan destinasi wisata yang kerap dikunjungi oleh pengunjung dari berbagai Nusantara, namun budaya tradisional Pangandaran belum banyak diketahui oleh masyarakat luas, salah satunya adalah Hajat Laut. Hajat Laut atau lebih dikenal dengan sebutan Syukuran Nelayan merupakan sebuah acara adat masyarakat pesisir pantai khususnya Pangandaran yang dilakukan setiap tahun pada bulan Muharam pada Jumat Kliwon.

Maka dari itu, tujuan dari perancangan ini adalah sebagai promosi tradisi hajat laut agar dikenal oleh masyarakat luas khususnya Pulau Jawa dan menarik minat masyarakat untuk berkunjung ke Pangandaran. Manfaat dari perancangan ini adalah untuk memajukan pariwisata Pangandaran dan meningkatkan pendapatan pemerintah daerah.

Konsep komunikasi yang digunakan adalah dengan cara mendokumentasikan seluruh rangkaian acara melalui pendekatan informatif dan konsep kreatif menggunakan teknik videografi dan media pendukung lainnya dan dikemas secara unik dan menarik sesuai dengan *target audience*. Media yang digunakan antara lain adalah video, poster, *Instagram*, *facebook*, koran, majalah, *billboard*, umbul-umbul, *t-shirt* dan topi. Melalui perancangan ini diharapkan tradisi ini dapat diketahui oleh masyarakat luas khususnya Pulau Jawa dan dapat berdampak bagi perekonomian masyarakat sekitar.

Kata kunci: budaya, promosi

ABSTRACT

THE MEDIA DESIGN OF HAJAT LAUT PANGANDARAN CULTURE PROMOTION

Submitted by

Ryan Afrian

NRP 1464088

Indonesia has various arts and cultural traditions, one of which can be found in Pangandaran. Pangandaran is a holiday destination which is often visited by tourists from around the globe, however its cultural traditions are not really known by people worldwide and one of them is Hajat Laut. Hajat Laut or locally known as Syukuran Nelayan is a local tradition at the shore especially in Pangandaran which is held annually in Muharam (the first month of the Islamic year) on Kliwon (Thursday night).

For this reason, the purpose of the design is to promote Hajat Laut Tradition so that it can be globally known by many other people especially in Java Island and draw the attention of tourists to visit Pangandaran. The benefit of the design is to develop tourism in Pangandaran and to increase the local government's revenue.

The communication concept which is used is by documenting the procession through informative approach and creative concept using videography technique and the other additional elements and is presented uniquely and interestingly based on the target audience. The media used are videos, posters, Instagram, Facebook, newspaper, magazines, billboards, banners, T-shirts, and hats. From this design the tradition is expected to be known by many more people especially in Java Island and can have a positive impact on the local economy.

Keywords: culture, promotion

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA DAN LAPORAN	iii
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR DIAGRAM	xi
DAFTAR TABEL	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup	2
1.3 Tujuan Perancangan	2
1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	3
1.5 Skema perancangan	4
BAB II LANDASAN TEORI	5
2.1 Promosi	5
2.2 Budaya	5
2.3 Pengertian fotografi	6
2.4 Jenis fotografi.....	7
2.5 Pengertian Film/video	8
2.6 Sejarah Film	9
2.7 Jenis Film	10
2.6 Konsep marketing AISAS	11
BAB III DATA DAN ANALISI MASALAH	13
3.1 Data dan Fakta	13
3.1.1 Perusahaan/Lembaga terkait	13

3.1.1.1	Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Pangandaran	13
3.1.1.2	<i>Sponsorship</i>	16
3.1.2	Data tentang gejala/fenomena yang terjadi	17
3.1.3	Tinjauan Pada Proyek Sejenis	26
3.2	Analisis Terhadap Permasalahan Berdasarkan Data dan Fakta	27
BAB IV PEMECAHAN MASALAH		29
4.1	Konsep Komunikasi	29
4.2	Konsep Kreatif	29
4.3	Konsep Media	30
4.3.1	<i>Media Timeline</i>	31
4.3.2	<i>Budgeting</i>	32
4.4	Hasil Karya	33
4.4.1	Video Dokumenter singkat	33
4.4.2	Media Cetak (Poster)	36
BAB V KESIMPULAN & SARAN		45
DAFTAR PUSTAKA		46
LAMPIRAN		48

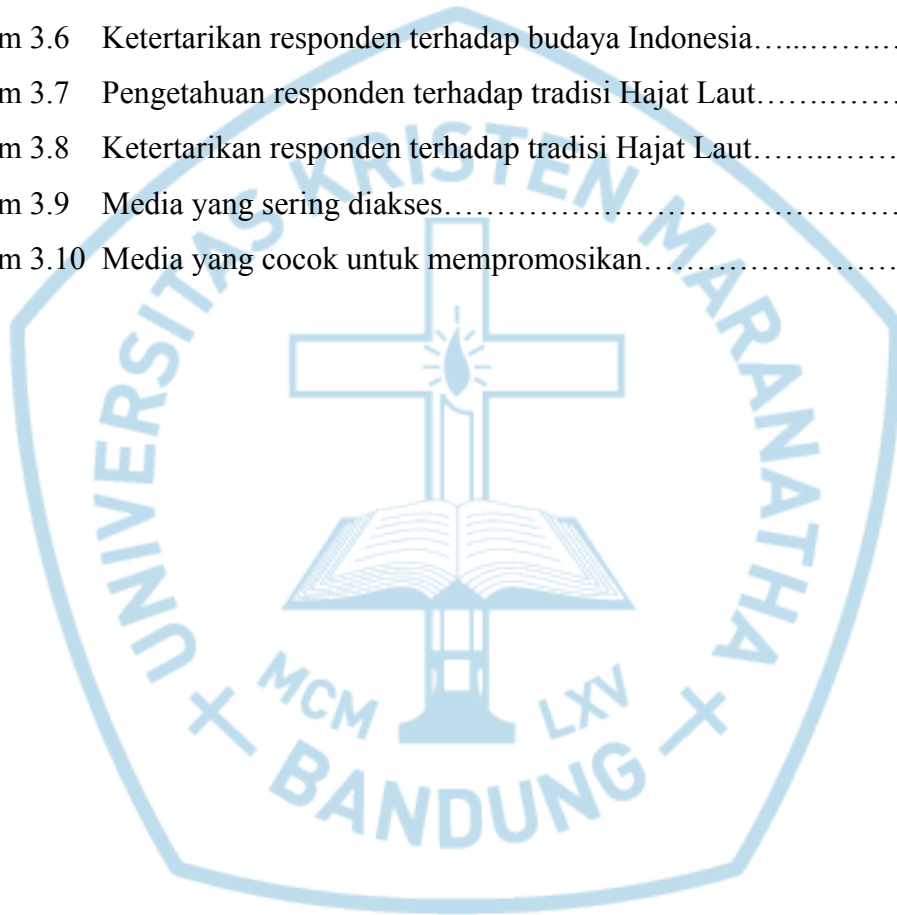


DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1.	Skema Perancangan.....	4
Gambar 3.1	Logo Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Pangandaran.....	13
Gambar 3.2	Logo Djarum Apresiasi Budaya.....	16
Gambar 3.3	Indonesia Bagus 1.....	26
Gambar 3.4	Indonesia Bagus 2.....	26
Gambar 4.1	jenis huruf <i>massa</i>	30
Gambar 4.2	Logo.....	33
Gambar 4.3	<i>screenshot</i> video dokumenter 1.....	34
Gambar 4.4	<i>screenshot</i> video dokumenter 2.....	34
Gambar 4.5	<i>screenshot</i> video dokumenter 3.....	34
Gambar 4.6	<i>screenshot</i> video dokumenter 4.....	35
Gambar 4.7	<i>screenshot</i> video dokumenter 5.....	35
Gambar 4.8	poster tahap <i>attention & interest</i> 1.....	36
Gambar 4.9	poster tahap <i>attention & interest</i> 2.....	37
Gambar 4.10	poster tahap <i>search & action</i> 1.....	38
Gambar 4.11	poster tahap <i>search & action</i> 2.....	38
Gambar 4.12	Poster tahap <i>share</i>	39
Gambar 4.13	<i>Mock up</i> Instagram.....	40
Gambar 4.14	<i>Mock up</i> Facebook.....	41
Gambar 4.15	<i>Mock up</i> koran.....	41
Gambar 4.16	<i>Mock up billboard</i>	42
Gambar 4.17	<i>Mock up</i> majalah.....	43
Gambar 4.18	<i>Mock up</i> umbul-umbul.....	43
Gambar 4.19	<i>T-shirt</i>	44
Gambar 4.20	Topi.....	44

DAFTAR DIAGRAM

Diagram 3.1	Jenis kelamin.....	21
Diagram 3.2	Usia responden.....	21
Diagram 3.3	Tempat tinggal responden.....	22
Diagram 3.4	Status pekerjaan.....	22
Diagram 3.5	Pendapatan perbulan.....	23
Diagram 3.6	Ketertarikan responden terhadap budaya Indonesia.....	23
Diagram 3.7	Pengetahuan responden terhadap tradisi Hajat Laut.....	24
Diagram 3.8	Ketertarikan responden terhadap tradisi Hajat Laut.....	24
Diagram 3.9	Media yang sering diakses.....	25
Diagram 3.10	Media yang cocok untuk mempromosikan.....	25



DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	<i>Media Timeline 1</i>	31
Tabel 4.2	<i>Media Timeline 2</i>	31
Tabel 4.3	Tabel <i>Budgeting</i> media utama dan Gimmick.....	32
Tabel 4.4	Biaya Produksi.....	32

