

ABSTRAK

PERANCANGAN MEDIA PROMOSI WISATA *HERITAGE* PENINGGALAN TJONG A FIE, MEDAN.

Oleh

Zahra Aulia Kuruseng
1464095

Kota Medan merupakan kota terbesar ketiga di Indonesia yang penduduknya multietnis. Pembangunan sejak dahulu tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, salah satunya Tjong A Fie. Beliau membantu pembangunan gedung ibadah setiap agama yang ada di Medan, namun yang masih berdiri dan menjadi cagar budaya Kota Medan yaitu Mesjid Lama Gang Bengkok dan Masjid Raya Al-Mashun. Untuk mengenal jasa beliau, rumah beliau dijadikan tempat wisata pada tahun 2009. Namun, belum banyak masyarakat Kota Medan yang sadar dan mengapresiasi gedung *heritage* ini. Maka dari itu, tujuan perancangan ini adalah untuk menginformasikan dan mempromosikan gedung bersejarah peninggalan Tjong A Fie secara informatif dan persuasif dengan gaya visual yang sesuai *target audience*. Konsep komunikasi yang digunakan adalah dengan dialek Medan-Melayu dan bahasa yang sedikit sarkasme agar *target audience* terbiasa dengan bahasa yang digunakan. Konsep kreatif yang dipakai yaitu dengan tampilan logo dan media yang simpel dan modern agar promosi wisata *heritage* ini diminati oleh *target audience*. Media yang digunakan dalam perancangan promosi ini yaitu media koran, Instagram, Youtube, Billboard, Standing Banner, dan *gimmick*. Selain itu, perancangan ini menggunakan *hashtag* #WIHETj2019 dan #AnakMedanGaLupaSejarah agar *target audience* mudah mendapatkan informasi dan tertarik dengan adanya alur promosi yang ada. Serta dengan adanya perancangan promosi gedung *heritage* peninggalan Tjong A Fie ini, masyarakat Kota Medan lebih mengapresiasi gedung bersejarah dan disarankan untuk terus disosialisasikan ke generasi selanjutnya, sehingga tumbuh kepedulian dan kecintaan terhadap gedung *heritage*.

Kata kunci: gedung *heritage*; promosi, Tjong A Fie, wisata

ABSTRACT

HERITAGE TOURISM PROMOTIONAL DESIGN OF TJONG A FIE, MEDAN.

Submitted by:

**Zahra Aulia Kuruseng
1464095**

Medan is the third largest city in Indonesia, which is multiethnic.. The progress of this city cannot be separated from various parties, and one of them is Tjong A Fie. He helped build various place of worship in Medan, but which still stood and became Medan Heritage are Mesjid Lama Gang Bengkok and Masjid Raya Al-Mashun. To know and remember his services, his mansion has become museum and open for public in 2009, named Tjong A Fie Mansion. However, not yet many citizens in Medan aware and appreciating this heritage buildings. Hence,, the purpose of this promotional design is to inform and to promote historic buildings of Tjong A Fie in an informative and persuasive with a suitable visual style for target audience. Communication concept that is used are Medan-Melayu dialect which a little bit sarcastic to make target audience familiar with the language. Creative concept that is used is make a simple yet modern visual to interest target audience with heritage tourism. Media for this promotional design are newspaper, Instagram, Youtube, Billboard, Standing Banner, and gimmicks. Besides, this uses the hashtag #WIHETj2019 and #AnakMedanGaLupaSejarah to reach the information easily and interest with this promotional design. With that, citizens in Medan can be more appreciate with the heritage buildings, keep socialiating to their generation. So that, they keep caring and loving the heritage.

Keywords: heritage buildings; promotion, Tjong A Fie; tourism

DAFTAR ISI

COVER LUAR	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA DAN LAPORAN	iii
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
 BAB I: PENDAHULUAN	 1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup	2
1.3 Tujuan Penelitian	2
1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	3
1.5 Skema Perancangan	4
 BAB II: LANDASAN TEORI	 5
2.1 Teori Promosi	5
2.1.1 Definisi Promosi	5
2.1.2 Tujuan Promosi	6
2.1.3 Media Promosi	6
2.2 Teori Wisata	7
2.2.1 Jenis Wisata	8
2.2.2 Motivasi Perjalanan Wisata	9

2.3	<i>Heritage</i>	10
2.3.1	Penggolongan <i>Heritage</i>	10
2.4	Fotografi.....	10
2.5	Teori Videografi	12
2.5.1	Teknik Pengambilan Gambar Video	13
2.6	Teori Internet.....	15
2.6.1	Teori Media Sosial	15
2.7	Teori Gamifikasi (<i>Gamification</i>).....	15
BAB III: DATA DAN ANALISIS MASALAH		16
3.1	Lembaga Terkait.....	16
3.1.1	Dinas Pariwisata Kota Medan.....	16
3.1.2	Yayasan Tjong A Fie <i>Mansion</i>	19
3.1.3	Bank SUMUT	19
3.2	Data dan Fakta.....	21
3.2.1	Tjong A Fie <i>Mansion</i>	21
3.2.2	Masjid Raya Al-Mahsun.....	24
3.2.3	Mesjid Lama Gang Bengkok	26
3.2.7	Hasil Kuesioner	27
3.3	Tinjauan Karya Sejenis	37
3.4	Analisis terhadap Permasalahan Data dan Fakta.....	38
3.4.1	Analisis SWOT	38
3.4.2	Segmenting, Targeting, Positioning (STP)	40
BAB IV: PEMECAHAN MASALAH		41
4.1	Konsep Komunikasi.....	41
4.2	Konsep Kreatif.....	42
4.2.1	Tampilan Desain	42

4.2.2	<i>Logotype</i>	42
4.2.2	<i>Tagline</i>	42
4.2.3	<i>Typeface</i> /Tipe huruf yang digunakan	43
4.2.4	Warna	44
4.3	Konsep Media	45
4.3.1	Timeline Media	46
4.4	Hasil Karya	47
4.4.1	<i>Attention & Interest</i>	47
4.4.2	<i>Search</i>	51
4.4.3	<i>Action</i>	56
4.4.4	<i>Share</i>	61
4.5	<i>Budgeting</i> Media	65
BAB V: PENUTUP		66
5.1	Kesimpulan	66
5.2	Saran	66
DAFTAR PUSTAKA		67
LAMPIRAN		79

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Skema perancangan.....	4
Gambar 3.1	Logo Dinas Pemerintahan Kota Medan	16
Gambar 3.2	Logo Yayasan Tjong A Fie Mansion	19
Gambar 3.3	Logo Bank SUMUT	19
Gambar 3.4	Tjong A Fie Mansion	21
Gambar 3.5	Masjid Raya Al-Mahsun	24
Gambar 3.6	Mesjid Lama Gang Bengkok	26
Gambar 3.7	Diagram jenis kelamin responden	27
Gambar 3.8	Diagram media sosial yang dipakai responden.....	28
Gambar 3.9	Diagram bidang akun yang diikuti responden	28
Gambar 3.10	Diagram durasi penggunaan media sosial dalam 1 hari	29
Gambar 3.11	Diagram usia responden	30
Gambar 3.12	Diagram pendidikan terakhir responden	30
Gambar 3.13	Diagram pekerjaan responden	31
Gambar 3.14	Diagram pendapatan perbulan responden	31
Gambar 3.15	Diagram domisili kecamatan responden	32
Gambar 3.16	Kecamatan di Kota Medan	33
Gambar 3.17	Diagram jenis wisata yang disukai responden	33
Gambar 3.18	Diagram wisata <i>heritage</i> yang dialami responden	34
Gambar 3.19	Diagram tentang pengetahuan responden	35
Gambar 3.20	Diagram tentang pengetahuan responden (2)	35
Gambar 3.21	Diagram tentang pengetahuan responden (3).....	36
Gambar 3.22	Diagram media yang dipilih responden	36
Gambar 3.23	Karya senjenis mengenai gedung <i>heritage</i>	37
Gambar 4.1	<i>Logotype</i> promosi	42
Gambar 4.2	Warna pada logo	44
Gambar 4.3	Warna pada media	44
Gambar 4.4	Timeline media	46
Gambar 4.5	Desain poster tahap <i>Attention & Interest</i>	47

Gambar 4.6	Pengaplikasian karya di media Instagram	48
Gambar 4.7	Pengaplikasian karya di media Youtube	48
Gambar 4.8	Storyboard video	49
Gambar 4.9	Video di tahap <i>Attention & Interest</i>	49
Gambar 4.10	Pengaplikasian karya di media koran	50
Gambar 4.11	Pengaplikasian karya di media luar ruang <i>Standing Banner</i>	50
Gambar 4.12	Pengaplikasian karya di media luar ruang <i>Billboard</i>	51
Gambar 4.13	Poster penjelasan Tjong A Fie <i>Mansion</i>	52
Gambar 4.14	Poster penjelasan Mesjid Lama Gang Bengkok.....	52
Gambar 4.15	Poster penjelasan Masjid Raya Al-Mahsun.....	53
Gambar 4.16	Pengaplikasian karya di media Instagram	53
Gambar 4.17	Pengaplikasian karya di media website	54
Gambar 4.18	Pengaplikasian karya di media koran	54
Gambar 4.19	Video promosi Tjong A Fie <i>Mansion</i>	55
Gambar 4.20	Video promosi Mesjid Lama Gang Bengkok	55
Gambar 4.21	Video promosi Masjid Raya Al-Mahsun	56
Gambar 4.22	Desain poster tahap <i>Action</i>	58
Gambar 4.23	Penjelasan <i>challenge on site</i>	59
Gambar 4.24	Pengaplikasian karya di media Instagram	60
Gambar 4.25	Pengaplikasian karya di media koran	60
Gambar 4.26	Pengaplikasian karya di media luar ruang <i>Standing Banner</i>	61
Gambar 4.27	Mockup <i>Totebag</i>	62
Gambar 4.28	Mockup Kaos	62
Gambar 4.29	Mockup <i>flashdisk</i>	63
Gambar 4.30	Mockup topi	63
Gambar 4.31	Mockup gantungan kunci	64
Gambar 4.32	Stiker 1	64
Gambar 4.33	Stiker 2	64
Gambar 4.34	<i>Budgeting Media</i>	65

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A	Surat rekomendasi 1	69
LAMPIRAN B	Surat rekomendasi 2	70
LAMPIRAN C	Surat keterangan Dinas Pariwisata Kota Medan.....	71
LAMPIRAN D	Daftar pertanyaan untuk Dinas Pariwisata Kota Medan	72
LAMPIRAN E	Daftar pertanyaan untuk <i>tourguide</i> Tjong A Fie Mansion....	72
LAMPIRAN F	Daftar pertanyaan untuk penanggung jawab Masjid	73
LAMPIRAN G	Daftar pertanyaan untuk kuesioner	77
LAMPIRAN H	Stoyboard video di tahap <i>Attention & Interest</i>	78

