

ABSTRAK

PERANCANGAN PROMOSI WISATA KULINER DI WILAYAH SURYAKENCANA KOTA BOGOR

Oleh

Sheerfy Antinny

NRP 1664005

Indonesia kaya akan warisan budaya, terutama dalam hal kuliner. Salah satu wisata kuliner yang menarik yaitu kuliner yang berasal dari kota Bogor. Namun masyarakat zaman sekarang, terutama wisatawan luar kota, tidak tertarik dan mulai meninggalkan wisata kuliner kota Bogor yang beragam dan unik. Hal ini dikarenakan wisata kuliner kota Bogor yang kurang promosi dan diperkenalkan. Maka dari itu, tujuan dari perancangan ini adalah untuk memperkenalkan wisata kuliner yang berada di wilayah Suryakencana kota Bogor dengan menggunakan program dan media promosi yang tepat agar dapat tersampaikan pada target *audience*.

Metode yang digunakan ialah dengan membuat media promosi dalam bentuk digital maupun cetak seperti iklan majalah, *billboard*, baliho, iklan Youtube, *banner*, media sosial, serta menyediakan beberapa *gimmick* seperti botol minum, pin, dan *totebag*. Melalui perancangan promosi wisata kuliner di wilayah Suryakencana kota Bogor ini, masyarakat khususnya wisatawan dapat mengenali kuliner Bogor dan tertarik untuk mencoba berwisata ke wilayah Suryakencana di kota Bogor sehingga memberikan keuntungan untuk pemerintah kota Bogor.

Kata Kunci : wisata, kuliner, promosi, Suryakencana, Bogor

ABSTRACT

PROMOTION DESIGN OF CULINARY TOURISM AT SURYAKENCANA AREA OF BOGOR CITY

Submitted by

Sheerfy Antinny

NRP 1664005

Indonesia is rich in cultural heritage, especially the culinary one. One of the interesting culinary tourism is the culinary from Bogor City. However, people nowadays, especially tourists aren't interested and starting to leave the culinary tourism of Bogor city which is diverse and unique. This is because culinary tourism in Bogor city that is less promoted and introduced. Therefore, the purpose of this is scheme is to introduce the culinary tourism at Suryakencana area of Bogor City by using the right programs and promotion media so that the promotion can be conveyed right to the target audience.

The method is to create a print and digital promotion media like magazine dds, billboards, baliho, Youtube ads, banner, social media, as well as providing some gimmicks like bottles, pins, and totebags. By designing a promotion of culinary tourism at Suryakencana area of Bogor City, peoples especially tourist can recognize Bogor culinary and interested to go to the Suryakencana area of Bogor City so that it provides some benefits for Bogor City government.

Keywords : tourism, culinary, promotion, Suryakencana, Bogor

DAFTAR ISI

COVER DALAM	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA DAN LAPORAN	iii
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I : PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup.....	4
1.2.1 Permasalahan	4
1.2.2 Ruang Lingkup	4
1.3 Tujuan Perancangan.....	4
1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	5
1.5 Skema Perancangan	6
BAB II : LANDASAN TEORI.....	7
2.1 Kota Bogor.....	7
2.2 Wisata Kulier	8
2.3 Kuliner Lokal	9
2.4 Promosi.....	9
2.5 AISAS	10
2.6 Media Promosi	12
2.6.1 Media Cetak Poster.....	12
2.6.2 Media Cetak Majalah.....	12
2.6.3 Media Digital Instagram	13
2.6.4 Media Digital Facebook	13
2.6.5 Media Digital Twitter	13

2.6.6	Media Digital Youtube	13
2.6.7	Media Luar Ruang <i>Billboard</i>	14
2.7	Fotografi Kuliner.....	14
BAB III : DATA DAN ANALISIS MASALAH		15
3.1	Data dan Fakta	15
3.1.1	Perusahaan / Lembaga Terkait.....	15
3.1.2	Data Tentang Gejala / Fenomena Yang Terjadi	19
3.1.2.1	Hasil Wawancara.....	19
3.1.2.2	Hasil Kuisisioner	20
3.1.3	Tinjauan Karya Sejenis.....	29
3.2	Kuliner Khas Bogor	31
3.2.1	Toge Goreng.....	31
3.2.2	Asinan Jagung Bakar	31
3.2.3	Cungkring.....	32
3.2.4	Seupan Talas.....	33
3.2.5	Bir Kotjok.....	34
3.2.6	Es Pala.....	34
3.3	Analisis Terhadap Permasalahan Berdasarkan Data dan Fakta	35
3.3.1	Analisis STP	35
3.3.2	Analisis SWOT Topik	37
3.3.3	Analisis SWOT Perancangan Promosi	37
BAB IV : PEMECAHAN MASALAH.....		39
4.1	Konsep Komunikasi	39
4.2	Konsep Kreatif	39
4.3	Konsep Media	41
4.3.1	<i>Timeline</i> Media.....	43
4.4	Hasil Karya	44
4.4.1	Logo	44
4.4.2	Visual Media AISAS	45
4.4.3	<i>Budgeting</i>	53
BAB V : PENUTUP		55

5.1 Simpulan	55
5.2 Saran	56
DAFTAR PUSTAKA	57
DAFTAR ISTILAH	60
LAMPIRAN.....	62
DATA PENULIS	78



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Skema Perancangan.....	6
Gambar 3.1	Logo DISPARBUD Bogor	15
Gambar 3.2	Logo Unilever Indonesia	17
Gambar 3.3	Diagram Jenis Kelamin.....	20
Gambar 3.4	Diagram Usia.....	21
Gambar 3.5	Diagram Domisili	22
Gambar 3.6	Diagram Pekerjaan	22
Gambar 3.7	Diagram Penghasilan per Bulan	23
Gambar 3.8	Diagram Bagian Mengetahui Kota Bogor.....	24
Gambar 3.9	Diagram Berkunjung ke Kota Bogor	24
Gambar 3.10	Diagram Tujuan ke Kota Bogor.....	25
Gambar 3.11	Diagram ke Kota Bogor Bersama Siapa	25
Gambar 3.12	Diagram Tertarik Wisata Kuliner	26
Gambar 3.13	Diagram Mengetahui Wisata Kuliner Kota Bogor.....	26
Gambar 3.14	Diagram Tertarik Wisata Kuliner Kota Bogor	27
Gambar 3.15	Diagram Media Cetak.....	27
Gambar 3.16	Diagram Media Digital	28
Gambar 3.17	Pesta Babakaran Gorengan Rerujakan	29
Gambar 3.18	Pesta Kuliner Kota Depok	30
Gambar 3.19	Toge Goreng.....	31
Gambar 3.20	Asinan Jagung Bakar	32
Gambar 3.21	Cungkring.....	33
Gambar 3.22	Seupan Talas.....	33
Gambar 3.23	Bir Kotjok.....	34
Gambar 3.24	Es Pala.....	35
Gambar 4.1	Ragam Batik Kota Bogor.....	40
Gambar 4.2	Tipografi Maven Pro	41
Gambar 4.3	Tipografi Roboto	41
Gambar 4.4	Logo Promosi Suryakencana	44
Gambar 4.5	Warna Identitas.....	45
Gambar 4.6	Tipografi Baloo 2	45
Gambar 4.7	Billboard.....	46

Gambar 4.8	Iklan Youtube	46
Gambar 4.9	<i>Banner</i> Sosial Media	47
Gambar 4.10	Iklan Majalah.....	48
Gambar 4.11	<i>Posting</i> di Sosial Media.....	49
Gambar 4.12	Instagram <i>Feeds</i>	50
Gambar 4.14	Baliho	50
Gambar 4.15	<i>Gimmick</i> Botol Minum	51
Gambar 4.16	<i>Gimmick</i> Totebag.....	52
Gambar 4.17	<i>Gimmick</i> Pin	52



DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	<i>Timeline Media</i>	43
Tabel 4.2	<i>Budgeting</i>	53-54



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A	Lembar Kuisisioner	62
LAMPIRAN B	Lembar Pertanyaan Wawancara	65
LAMPIRAN C	Lembar Sketsa Logo	66
LAMPIRAN D	Lembar Asistensi AISAS	69
LAMPIRAN E	Lembar Sketsa dan Asistensi Media Promosi	70
LAMPIRAN F	Sumber Gambar	76
LAMPIRAN G	Sumber Video	77

