

ABSTRAK

PERANCANGAN MEDIA PROMOSI WISATA BERSEJARAH SITUS BATUJAYA KABUPATEN KARAWANG

Oleh

Dennis Christian Heryanto

1664017

Kabupaten Karawang terletak di bagian Utara provinsi Jawa Barat, Indonesia. Kabupaten Karawang memiliki beberapa destinasi wisata bersejarah, salah satunya adalah kawasan wisata sejarah Situs Batujaya yang terletak di dua wilayah desa, yaitu desa Segaran, Kecamatan Batujaya dan Desa Talagajaya, kecamatan Pakisjaya, Kabupaten Karawang. Banyak peninggalan sejarah yang diwariskan oleh Kerajaan Tarumanegara dengan jumlah lebih dari 176 buah yang berada di Museum Situs Batujaya dan Situs Candi yang ada di Situs Batujaya.

Tujuan dari perancangan promosi ini untuk memperkenalkan kawasan wisata Situs Batujaya dengan menampilkan beberapa peninggalannya dengan menggunakan berbagai macam media promosi yang efektif dan menarik melalui media visual yang memperlihatkan lokasi dan informasi serta merancang media promosi yang tepat untuk menginformasikan serta mempromosikan destinasi wisata Situs Batujaya kepada masyarakat kota besar di wilayah Jawa Barat dan sekitarnya agar Situs Batujaya semakin dikenal luas oleh masyarakat.

Menggunakan konsep AISAS dengan penggunaan media Billboard, Website Banner, Youtube Ads, Website, Media Social, Poster, X-Banner, Brosur, Tiket dan Merchandise. Media online merupakan media utama yang digunakan dalam promosi ini, sehingga informasi yang disampaikan dapat menjadi lebih luas dan efisien untuk menjangkau target. Selain itu media online sering digunakan oleh semua kalangan sehingga Situs Batujaya dapat dikenal luas oleh masyarakat terutama untuk kalangan usia dewasa muda.

Kata Kunci: Karawang, promosi, situs Batujaya, situs sejarah, warisan

ABSTRACT

PROMOTION MEDIA DESIGN OF HISTORICAL TOURISM SITE BATUJAYA KARAWANG DISTRICT

Submitted by

Dennis Christian Heryanto

1664017

Karawang Regency is located in the northern part of West Java province, Indonesia. Karawang Regency has several historical tourist destinations, one of which is the historical tourism area of Batujaya Site which is located in two village areas, namely Segaran village, Batujaya District and Talagajaya Village, Pakisjaya district, Karawang Regency. Many historical relics inherited by the Kingdom of Tarumanegara with the number of more than 176 pieces located in the Museum of Batujaya Site and Temple Site in Batujaya Site.

The purpose of this promotional design is to introduce the tourism area of Batujaya Site by displaying some of its relics by using a variety of effective and interesting promotional media through visual media that shows the location and information and design the right promotional media to inform and promote the tourist destinations of Batujaya Site to the people of big cities in west Java and surrounding areas so that the Batujaya Site is more widely known by the public.

Using the concept of AISAS with the use of Billboard media, Website Banner, Youtube Ads, Website, Social Media, Posters, X-Banner, Brochures, Tickets and Merchandise. Online media is the main media used in this promotion, so that the information submitted can become more widespread and efficient to reach the target. In addition, online media is often used by all circles so that Batujaya Site can be widely known by the public, especially for young adults.

Keywords: Batujaya site, heritage, historical site, Karawang, promotion

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS HASIL KARYA PRIBADI	iii
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN TUGAS AKHIR	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR DIAGARAM.....	xv
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I: PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup.....	3
1.2.1 Permasalahan	3
1.2.2 Ruang Lingkup	3
1.3 Tujuan Perancangan	4
1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	4
1.5 Skema Perancangan	6

BAB II: LANDASAN TEORI	7
2.1 Situs Sejarah	7
2.1.1 Jenis Situs	8
2.1.2 Upaya Pelestarian Situs	8
2.2 Teori Promosi	8
2.2.1 Bauran Promosi	10
2.2.2 Tujuan Promosi.....	11
2.2.3 Media Promosi	12
2.2.4 Jenis Media Promosi	13
2.3 Teori AISAS	15
2.4 Teori Pariwisata	17
2.4.1 Wisatawan	18
2.4.2 Minat Wisatawan	18
2.5 Teori Fotografi	20
2.6 Teori Videografi	20
 BAB III: DATA DAN ANALISIS MASALAH	 24
3.1 Data dan Fakta	24
3.1.1 Kabupaten Karawang	24
3.1.2 Perusahaan/ Lembaga Terkait (Mandatori).....	25
3.1.3 Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Karawang	25
3.1.4 Sponsorship	27
3.2 Data Tentang Gejala/ Fenomena yang Terjadi	28

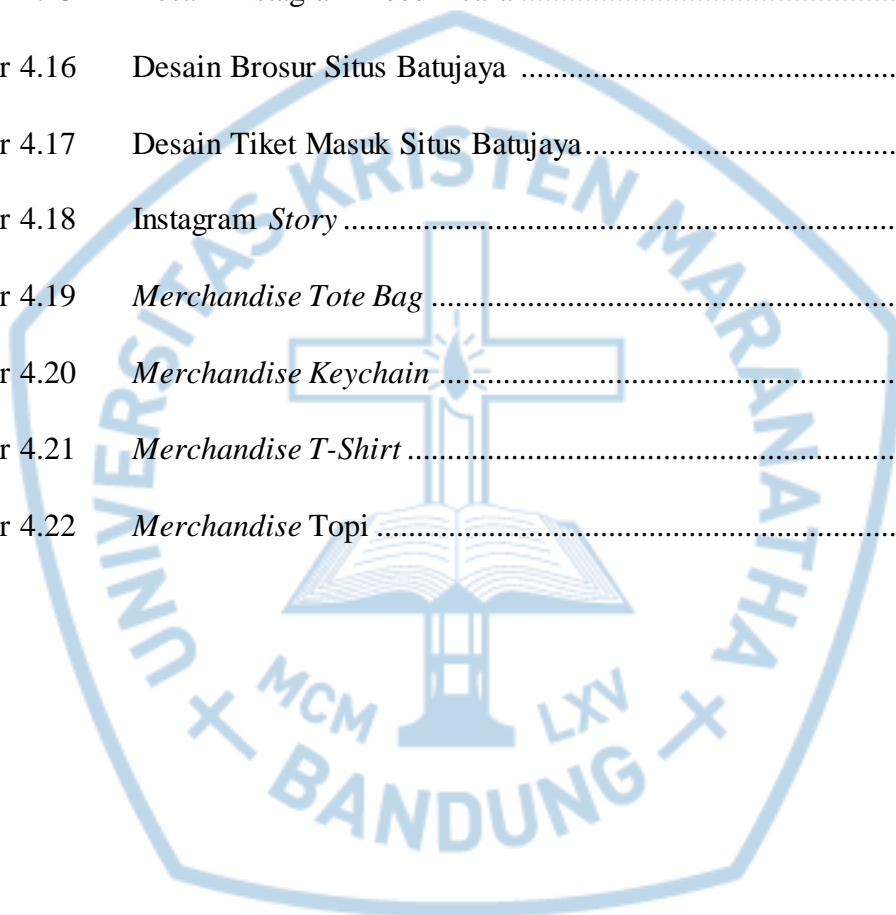
3.2.1	Candi Jiwa	30
3.2.2	Candi Blandongan	31
3.2.3	Candi Serut (Telagajaya I-C)	32
3.2.4	Candi Sumur (Segaran VIII)	33
3.2.5	Museum Situs Batujaya Tarumanegara	33
3.2.6	Data Hasil Wawancara	34
3.2.7	Data Hasil Kuesioner	35
3.3	Tinjauan Terhadap Proyek Sejenis	46
3.4	Analisi Terhadap Permasalahan Berdasarkan Data dan Fakta	51
3.4.1	Analisis STP	51
3.4.2	Analisis SWOT Objek	52
3.4.3	Analisis SWOT Promosi	53
BAB IV: PEMECAHAN MASALAH		54
4.1	Konsep Komunikasi	54
4.2	Konsep Kreatif	55
4.2.1	Konsep Visual	55
4.2.2	Layout	55
4.2.3	Tipografi	55
4.2.4	Warna	57
4.3	Konsep Media	58
4.4	Media Utama	60
4.5	Media Pendukung	60
4.6	Media Timeline	61

4.7	Hasil Karya	62
4.7.1	Logo Identitas Situs Batujaya	62
4.7.2	Elemen Grafis Pendukung.....	63
4.7.3	Billboard	64
4.7.4	Website Banner	65
4.7.5	Storyboard Video Ads Situs Batujaya	66
4.7.6	Media Sosial Instagram	67
4.7.7	Media Sosial Facebook	68
4.7.8	Website	69
4.7.9	X-Banner.....	70
4.7.10	Poster	71
4.7.11	Instagram Feed Acara.....	72
4.7.12	Brosur	73
4.7.13	Tiket	74
4.7.14	Media Instagram Story	75
4.7.15	Merchandise / Gimmick	76
4.8	Budgeting	79
BAB V: PENUTUP		80
5.1	Kesimpulan	80
5.2	Saran	80
DAFTAR PUSTAKA		82
DAFTAR LAMPIRAN		86

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1	Logo Disparbud Kabupaten Karawang	25
Gambar 3.2	Logo Pertamina	27
Gambar 3.3	Candi Jiwa	30
Gambar 3.4	Candi Blandongan	31
Gambar 3.5	Candi Serut (Telagajaya I-C)	32
Gambar 3.6	Candi Sumur (Segaran VIII)	33
Gambar 3.7	Museum Situs Batujaya Tarumanegara	33
Gambar 3.8	Media Website TWC	47
Gambar 3.9	Media Sosial Instagram mengenai Pameran Borobudur untuk Dunia	48
Gambar 3.10	Media Sosial Instagram mengenai Candi Pawon	49
Gambar 3.11	Media Sosial Instagram mengenai Informasi	49
Gambar 4.1	Font Rossanova	48
Gambar 4.2	Font Butler	48
Gambar 4.3	Font Work Sans	49
Gambar 4.4	Warna	49
Gambar 4.5	Logo Situs Batujaya	54
Gambar 4.6	Elemen Grafis Pendukung	55
Gambar 4.7	Desain Media Billboard	56
Gambar 4.8	Desain Website Banner	57
Gambar 4.9	<i>Storyboard</i> Video Ads Situs Batujaya	58

Gambar 4.10	<i>Media Social</i> Instagram Situs Batujaya	59
Gambar 4.11	<i>Media Social</i> Facebook Situs Batujaya	60
Gambar 4.12	Desain Website Situs Batujaya	61
Gambar 4.13	Desain X-Banner Situs Batujaya	62
Gambar 4.14	Desain Media Poster	63
Gambar 4.15	Desain Instagram Feed Acara	64
Gambar 4.16	Desain Brosur Situs Batujaya	65
Gambar 4.17	Desain Tiket Masuk Situs Batujaya.....	66
Gambar 4.18	<i>Instagram Story</i>	67
Gambar 4.19	<i>Merchandise Tote Bag</i>	68
Gambar 4.20	<i>Merchandise Keychain</i>	69
Gambar 4.21	<i>Merchandise T-Shirt</i>	69
Gambar 4.22	<i>Merchandise Topi</i>	70



DAFTAR DIAGRAM

Diagram 3.1	Jenis Kelamin Responden	36
Diagram 3.2	Umur Responden.....	36
Diagram 3.3	Kota Tempat Tinggal Responden	37
Diagram 3.4	Status dan Pekerjaan Responden	38
Diagram 3.5	Penghasilan per bulan Responden	38
Diagram 3.6	Seberapa sering Responden mengunjungi tempat wisata	39
Diagram 3.7	Alasan Responden mengunjungi tempat wisata.....	40
Diagram 3.8	Pernahkan Responden mengunjungi destinasi wisata bersejarah.....	40
Diagram 3.9	Daftar Candi di Indonesia yang diketahui oleh Responden	41
Diagram 3.10	Media yang sering digunakan Responden untuk mencari informasi	42
Diagram 3.11	Pengetahuan Responden mengenai Kabupaten Karawang	43
Diagram 3.12	Pengetahuan Responden mengenai Situs Batujaya	43
Diagram 3.13	Melalui Media apa Responden mengetahui Situs Batujaya	44
Diagram 3.14	Setujukah Responden terhadap masyarakat malas mengunjungi tempat wisata bersejarah	45
Diagram 3.15	Ketertarikan Responden untuk mengunjungi destinasi wisata bersejarah Situs Batujaya	45

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Skema Perancangan	6
Tabel 4.1	Tabel <i>Media Timeline</i>	53
Tabel 4.2	Tabel <i>Budgeting</i>	71



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A	Daftar Pertanyaan Wawancara	86
LAMPIRAN B	Surat Perizinan Wawancara Kantor Kesatuan Bangsa dan Politik Kabupaten karawang	87
LAMPIRAN C	Kuesioner	88
LAMPIRAN D	Sketsa Logo	93
LAMPIRAN E	Sketsa Logo Digital	94
LAMPIRAN F	Sketsa Karya	96
LAMPIRAN G	Sumber gambar	98
LAMPIRAN H	Sumber video	99

