

ABSTRAK

Promosi Wisata Budaya Ruwat Bumi Guci Bagi Keluarga di Jawa Tengah

Oleh

Laurensius Andreas Santoso

NRP 1664020

Indonesia merupakan suatu negara dengan beribu kepulauan dan terdiri dari berbagai macam adat dan budaya. Ruwat Bumi Guci yang berada di Kabupaten Tegal merupakan salah satu contoh aset budaya yang masih terjaga hingga saat ini. Ruwat Bumi Guci telah ada semenjak tahun 1767. Ruwat Bumi Guci merupakan suatu perayaan adat sebagai ungkapan syukur kepada sang Pencipta atas segala kekayaan alam yang diberi atas daerah Guci, juga sebagai rasa terima kasih bagi para nenek moyang karena telah mewariskan alam yang terjaga hingga dapat dinikmati sampai hari ini.

Pada saat ini, Ruwat Bumi Guci memiliki potensi yang sangat besar untuk menjadi salah satu tujuan wisata budaya yang sangat menarik dan ditunggu-tunggu, oleh karena pesona keragaman dan kehangatan yang dihadirkan dalam acara ini. Apabila Ruwat Bumi Guci di promosikan dengan baik dan mendapatkan sponsor, maka melalui acara ini, perekonomian daerah setempat pun pastinya akan ikut mengalami kenaikan yang signifikan. Strategi komunikasi yang diterapkan adalah AISAS karena dianggap efektif dalam menjangkau target audiens yang berupa para keluarga yang tentunya akrab dengan teknologi informasi. Media promosi bersifat persuasif dan informatif. Konsep kreatif yang digunakan adalah gaya visual yang modern dengan pewarnaan yang memberikan rasa semangat, optimisme, dan kehangatan yang tercerminkan langsung dari acara Ruwat Bumi Guci.

Kata Kunci: Wisata Budaya, Ruwat Bumi Guci, Rasa Syukur, Promosi, Media Sosial

ABSTRACT

Promotional Cultural Tour Ruwat Bumi Guci for Family in Central Java

By

Laurensius Andreas Santoso

1664020

Indonesia is a country with many cultures. Ruwat Bumi Guci is one of preserved culture which is located in Tegal Regency. Ruwat Bumi Guci has been around since 1767. Ruwat Bumi Guci is a traditional celebration as an expression of gratitude to the God for all of the natural wealth given for Guci, and as well as a gratitude for the ancestors for leaving the preserved nature so that it can be enjoyed until today. Nowadays, Ruwat Bumi Guci have a great potential to be one of the most interesting and eagerly awaited cultural tourism destinations. Because of the charm of diversity and the warmth that is presented in this event by the people inside. If Ruwat Bumi Guci is well promoted and also get some sponsors, then through this event, the local economy hopefully experience a significant increase. The communication strategy applied is AISAS, because its considered as efective in reaching the target audience which is in the form of families who are certainly familiar with technology. Promotional media are both persuasive and informative. The creative concept used is modern visual style with the coloring that gives a sense of enthusiasm, optimism, warmth, that is directly relected from the Ruwat Bumi Guci itself.

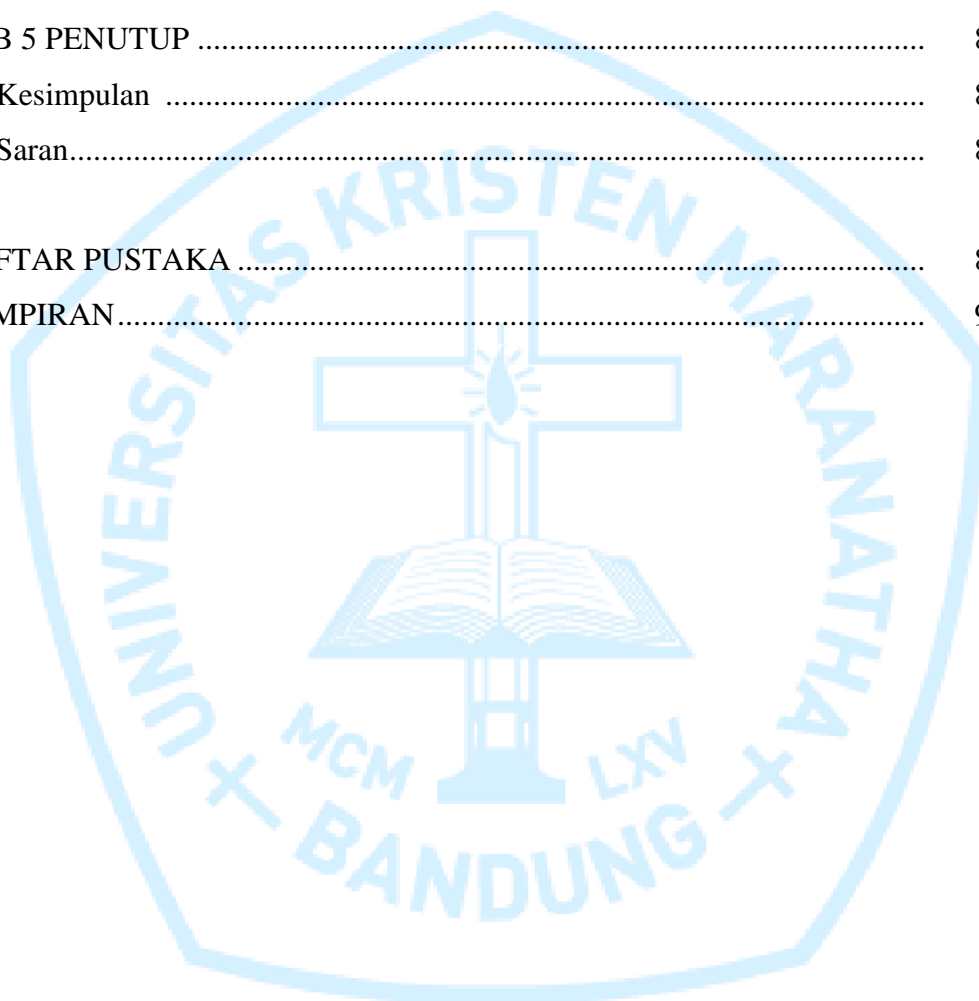
Keywords: Cultural Tourism, Ruwat Bumi Guci, Gratitudes, Promotion, Social Media

DAFTAR ISI

COVER DALAM	i
KATA PENGANTAR	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	v
LEMBAR PERNYATAAN PUBLIKASI	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
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	3
1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	4
1.5 Skema Perancangan	5
BAB II LANDASAN TEORI	6
2.1 Teori Pariwisata	6
2.2 Pariwisata Budaya	7
2.3 Teori Promosi.....	8
2.3.1 Pengertian Promosi	8
2.3.2 Pengertian Promosi Menurut Para Ahli	9
2.3.3 Periklanan.....	9
2.3.4 Tujuan dan Fungsi Promosi	10

2.3.5 Media Promosi	12
2.3.6 STP.....	13
2.3.7 AISAS	14
2.4 Fotografi.....	14
2.4.1 Teknik Fotografi.....	15
2.4.2 Komposisi Fotografi	15
2.5 Videografi	19
2.6 Tipografi	20
2.7 Layout	24
2.8 Warna	25
2.9 Enkulturasi	26
BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH.....	28
3.1 Data dan Fakta.....	28
3.1.1 Mandatori	28
3.1.2 Data Ruwat Bumi Guci	29
3.1.3 Data Hasil Kuesioner	41
3.2 Tinjauan Terhadap Karya Sejenis	50
3.3 STP.....	52
3.4 SWOT	53
3.4.1 SWOT dari Acara Ruwat Bumi Guci	53
3.4.2 SWOT dari Perancangan Media Promosi Ruwat Bumi Guci	54
BAB IV PEMECAHAN MASALAH	56
4.1 Konsep Komunikasi	56
4.2 Konsep Kreatif	56
4.2.1 Warna	58
4.2.2 Tipografi.....	59
4.2.3 Layout	60
4.2.4 Logo	60
4.3 Konsep Media	61
4.3.1 <i>Timeline</i> Penayangan Promosi untuk Tahun 2021	62

4.3.2 <i>Budgeting</i>	63
4.4 Hasil Karya.....	64
4.4.1 Instagram Feeds	64
4.4.2 Media Cetak	75
4.4.3 <i>Souvenir</i>	78
4.4.4 Video.....	82
BAB 5 PENUTUP	84
5.1 Kesimpulan	84
5.2 Saran.....	85
DAFTAR PUSTAKA	86
LAMPIRAN.....	90



DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 <i>Timeline</i> Produksi	64
Tabel 4.2 <i>Budgeting</i>	65



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Skema Perancangan	5
Gambar 2.1 Komposisi <i>Rule of Third</i>	16
Gambar 2.2 Komposisi Arah Gerak	17
Gambar 2.3 Komposisi <i>Point of View</i>	17
Gambar 2.4 Komposisi <i>Framing</i>	18
Gambar 2.5 Komposisi Perspektif	19
Gambar 2.6 <i>Legibility</i>	21
Gambar 2.7 <i>Legibility</i>	22
Gambar 2.8 <i>Readability</i>	22
Gambar 2.9 <i>Clarity</i>	23
Gambar 3.1 Mandatori	28
Gambar 3.2 Gunungan	31
Gambar 3.3 Kambing Kendit	32
Gambar 3.4 Pancuran 13	33
Gambar 3.5 Tumpeng	34
Gambar 3.6 Proses Pemandian Kambing Kendit	35
Gambar 3.7 Kostum dan persiapan acara RBG	36
Gambar 3.8 Proses Arakan Gunungan	37
Gambar 3.9 Proses Memandikan Kambing Kendit	37
Gambar 3.10 Pembacaan Riwayat Guci	38
Gambar 3.11 Sesi Doa	39
Gambar 3.12 Berebut Gunungan	40
Gambar 3.13 Seni Karawitan	40
Gambar 3.14 Diagram Jenis Kelamin	41
Gambar 3.15 Diagram Tempat Tinggal Asal	42
Gambar 3.16 Diagram Status dan Pekerjaan	43

Gambar 3.17 Diagram Penghasilan Bulanan	43
Gambar 3.18 Diagram Hobi dan Kesukaan	44
Gambar 3.19 Diagram Media Sosial Favorit	45
Gambar 3.20 Diagram Intensitas Berpariwisata	45
Gambar 3.21 Diagram <i>Partner</i> Berpariwisata	46
Gambar 3.22 Diagram Pariwisata yang Disukai	47
Gambar 3.23 Diagram Pernah Tidaknya Melakukan Wisata Budaya	47
Gambar 3.24 Diagram Perilaku saat Berwisata Budaya	48
Gambar 3.25 Diagram Wawasan Mengenai Ruwat Bumi Guci	48
Gambar 3.26 Diagram Pernah Tidaknya Melihat Promosi RBG	49
Gambar 3.27 Diagram Dimana Melihat Promosi RBG	50
Gambar 3.28 Diagram Ketertarikan Terhadap RBG.....	50
Gambar 3.29 Poster Promosi Acara Sedekah Bumi Desa Wisata Cibuntu	51
Gambar 3.30 Poster Acara Dieng <i>Culture Festival</i>	53
Gambar 4.1 Warna	60
Gambar 4.2 Font Heading	61
Gambar 4.3 Font Poppins	62
Gambar 4.4 Logo	63
Gambar 4.5 Instagram <i>Feeds</i>	67
Gambar 4.6 Instagram <i>Feeds</i>	68
Gambar 4.7 Instagram <i>Feeds</i>	69
Gambar 4.8 Instagram <i>Feeds</i>	70
Gambar 4.9 Instagram <i>Feeds</i> Seni Karawitan	71
Gambar 4.10 Instagram <i>Feeds</i> Gunungan	72
Gambar 4.11 Instagram <i>Feeds</i> Kambing Kendit	73
Gambar 4.12 Instagram <i>Feeds</i>	74
Gambar 4.13 Instagram Kuis Trivia	75
Gambar 4.14 Instagram <i>Feeds</i> Lokasi	75
Gambar 4.15 Instagram <i>Ads</i>	76
Gambar 4.16 <i>Feeds Giveaway</i>	77
Gambar 4.17 Brosur Lipat (Tampak Depan)	78
Gambar 4.18 Brosur Lipat (Tampak Belakang)	78

Gambar 4.19 X-Banner	79
Gambar 4.20 <i>Billboard</i>	80
Gambar 4.21 Topi	81
Gambar 4.22 <i>Coffee Cup</i>	81
Gambar 4.23 Gantungan Kunci	82
Gambar 4.24 Pin	82
Gambar 4.25 <i>Paper Bag</i>	83
Gambar 4.26 <i>Polo Shirt</i> RBG	83
Gambar 4.27 <i>Counter Table</i>	84
Gambar 4.28 Video <i>Highlight</i> RBG	85

