

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Dalam perkembangan zaman yang semakin modern dan banyak dipengaruhi dengan budaya luar. Kesenian daerah sedikit terlupakan, Seperti kesenian sandiwara sunda, wayang golek dan tari tradisional yang sudah mulai tergeser oleh kemajuan zaman. Di Bandung salah satu tempat pagelaran kesenian di gelar yaitu gedung Rumentang Siang Bandung. Meskipun merupakan gedung yang sudah tua, namun para seniman masih memakai gedung ini untuk menampilkan pagelaran seni. Rumentang Siang merupakan gedung yang memiliki peran besar dalam perkembangan seni di kota Bandung. Sampai saat ini beberapa pagelaran seni di Bandung masih dilakukan oleh komunitas-komunitas seni walaupun sudah mulai meredup dan berkurangnya peminat. Pagelaran yang diadakan di Rumentang Siang pun masih kesulitan dalam meraih penonton dan memasarkan pagelarannya ([www.ayobandung.com](http://www.ayobandung.com):2019).

Gedung Rumentang Siang merupakan salah satu gedung di kota Bandung yang dijadikan tempat untuk aktivitas seni di kota Bandung. Dibangun pada tahun 1936 di zaman penjajahan yang dahulu merupakan gedung opera. Setelah kemerdekaan gedung ini beralih fungsi menjadi bioskop dengan nama Rivoli. Kemudian pada tahun 1975 pada era kepemimpinan Solihin GP, gedung ini dijadikan gedung kesenian untuk seniman kota Bandung dengan nama gedung Rumentang Siang ([www.ayobandung.com](http://www.ayobandung.com):2019). Kata Rumentang memiliki arti dalam bahasa sunda yaitu “ *rentang-rentang* ” atau samar-samar dalam bahasa indonesia, dan kata “siang” yang berarti nyata. Jika digabungkan maksud dari nama nya yaitu ingin membuat keberadaan para seniman tersebut menjadi lebih nyata dan terlihat oleh pecinta seni dimanapun berada ( Bakti Tresnawan, 2014).

Dalam pemasaran dan promosi gedung pagelaran penting sekali untuk membuat strategi promosi agar seniman tetap memakai gedung Rumentang Siang dan masyarakat datang ke Rumentang Siang untuk menonton pagelaran seni. Untuk itu diperlukan ilmu desain komunikasi visual untuk mengemasnya menjadi lebih menarik. Maka dari itu diambil topik “Perancangan Media Promosi Gedung Pagelaran Rumentang Siang Bandung”.

### **1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup**

Berdasarkan data dari latar belakang yang telah diuraikan, maka masalah yang ditemukan adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana mempromosikan gedung pagelaran Rumentang Siang Bandung agar tetap diminati?
2. Bagaimana merancang media promosi yang tepat untuk memasarkan pagelaran seni yang diadakan di Rumentang Siang?

### **1.3 Tujuan Perancangan**

Berdasarkan permasalahan dan ruang lingkup diatas, maka tujuan perancangan ini adalah membuat media promosi yang menarik untuk mempromosikan sandiwara sunda yang diadakan di gedung Rumentang Siang Kota Bandung.

1. Merancang strategi promosi untuk gedung pagelaran Rumentang Siang .
2. Merancang media promosi yang tepat untuk memasarkan pagelaran seni yang diadakan di Rumentang Siang.

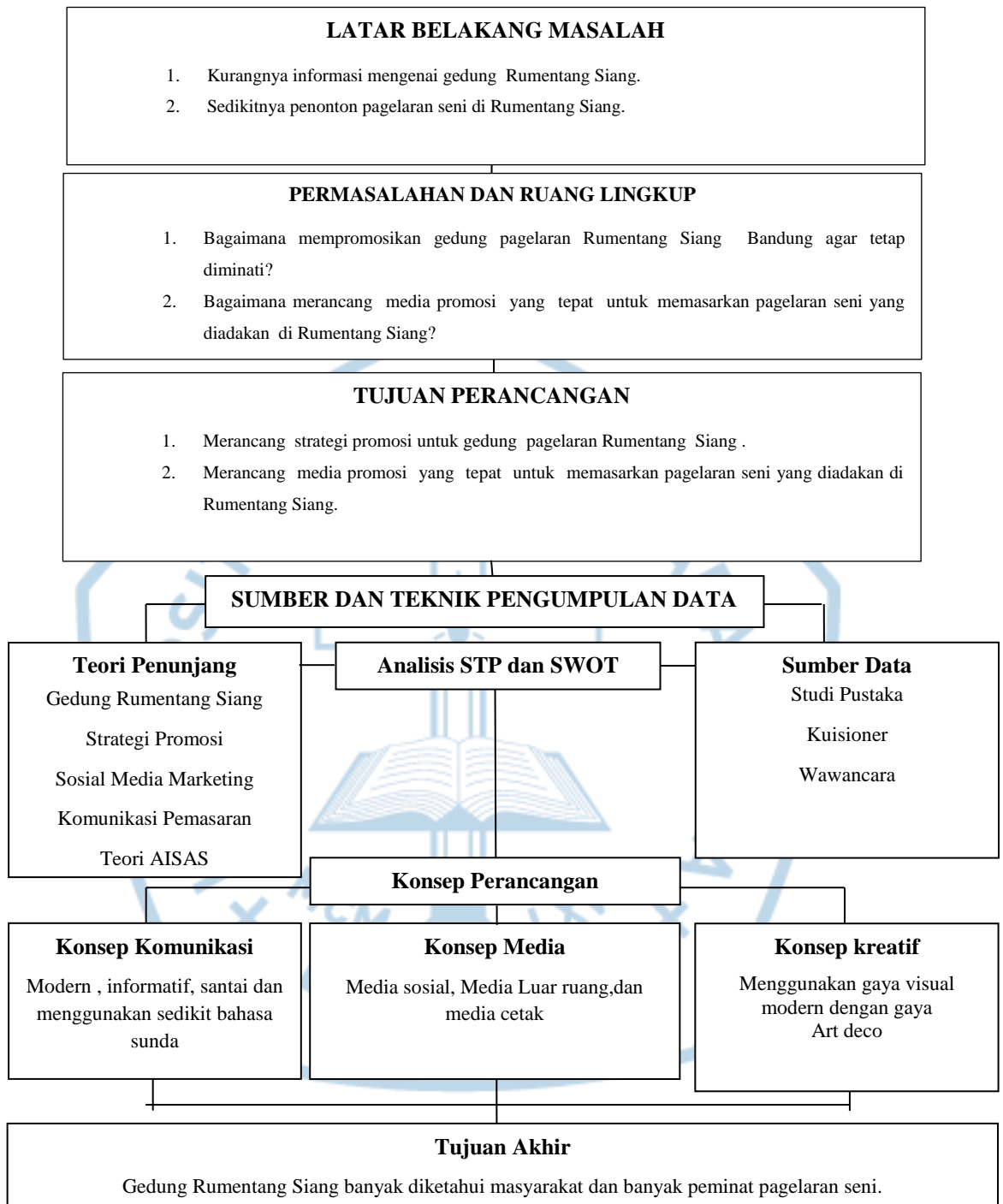
### **1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data**

Sumber data mengenai Gedung Rumentang Siang akan diambil dari jurnal internet. Teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Studi Pustaka untuk mencari informasi mengenai gedung Rumentang Siang, strategi promosi, media sosial marketing, teori periklanan dan teori AISAS yang diambil dari buku atau jurnal di Internet.
2. Kuisisioner kepada 100 responden untuk mengetahui pengetahuan dan ketertarikan terhadap pagelara seni di Rumentang Siang.
3. Wawancara seniman yang berpentas di gedung Rumentang Siang Bandung.



## 1.5 Skema Perancangan



Gambar 1.1 Skema Perancang

(Sumber : penulis, 2020)