

BAB I

1.1. Latar Belakang Masalah

Wisatawan baik lokal maupun mancanegara sebagian besar mengunjungi pulau Lombok hanya untuk menikmati keindahan alam yang terpampang luas di sepanjang garis pantai. Pulau Lombok memang terkenal dengan keindahan pantainya yang selalu menjadi sasaran para wisatawan baik lokal maupun mancanegara untuk menghabiskan waktu berlibur mereka. Tentunya di pulau Lombok tidak hanya terdapat pantai. Namun berbagai keindahan alam lain seperti gunung, bukit, dan air terjun juga tidak kalah menarik untuk dikunjungi. Disamping itu, kebudayaan yang berada di pulau Lombok juga tidak kalah menarik untuk dipelajari. Mulai dari seni tari, bela diri, musik tradisional, seni menenun, hingga tradisi-tradisi masyarakat lokal yang unik dan menarik untuk disaksikan. Seperti Nyongkolan (pernikahan adat), Ngurisang (pemotongan rambut pada bayi), dan Bau Nyale.

Berdasarkan artikel yang ditulis oleh Toni Bramantoro dalam www.tribunnews.com, dikatakan bahwa Kepala Dinas Pariwisata NTB, Lalu Moh Faozal mengatakan, pelaksanaan Festival Bau Nyale 2017 seperti tahun-tahun sebelumnya mengambil lokasi di Pantai Seger. Sedangkan, untuk rangkaian acara dilaksanakan berbeda dari rangkaian tahun lalu. "Kita serius dengan event Bau Nyale, bukan seremoni tetapi ini sebagai bentuk keseriusan provinsi dan kabupaten Lombok Tengah dalam melaksanakan kalender pariwisata," jelas Faozal yang sudah *me-launching Calendar of Event 2017* bersama Menteri Pariwisata Arief Yahya di Balairung, Gedung Sapta Pesona, Jalan Medan Merdeka Barat, Jakarta Pusat tersebut. Diharapkan, banyak dari Wisnus dan Wisman akan menghadiri pelaksanaan Festival Bau Nyale seperti pada tahun-tahun sebelumnya. Kata Lalu, hampir setiap tahun, event ini selalu heboh dan menjadi atraksi wisata yang melegenda.

Menurut Lalu, Bau Nyale adalah event tahunan masyarakat Sasak di Kabupaten Lombok Tengah. Banyak yang tidak ngeh dengan istilah Bau Nyale. Dalam bahasa Lombok, kata Bau artinya menangkap, sedangkan Nyale hewan sejenis cacing laut.

Hewan laut ini uniknya hanya keluar setahun sekali dan muncul di sepanjang pesisir selatan pulau Lombok tersebut. Nyale muncul sekitar hari-hari menjelang akhir, awal tahun Penanggalan Sasak. Hal ini terjadi apabila ada kemunculan bintang Rowot. Di kalender penanggalan Sasak, bulan ke satu dimulai pada 25 Mei dan banyaknya hari dalam satu bulan adalah 30 hari. Penentuan tanggal Bau Nyale (Menangkap Cacing Nyale)

ditentukan atas dasar penanggalan Sasak tersebut sekaligus keputusan dari musyawarah para tetua adat.

Berdasarkan wawancara yang dilakukan penulis dengan Ibu Baiq Azizah Haryantini, SP., MP. Atau yang juga akrab dengan panggilan “Ibu Atin”. Beliau merupakan penduduk lokal suku Sasak yang sangat paham akan adat istiadat dan kebudayaan yang ada di tanah Sasak. Beliau menjelaskan bahwa “Bau Nyale” atau yang artinya “menangkap cacing laut”, merupakan sebuah tradisi yang berasal dari legenda Putri Mandalika, yang merupakan putri cantik jelita dari pasangan Raja Tonjang Beru dan Dewi Seranting. Karena kecantikan dan kebaikan hatinya yang tersebar hingga ke seluruh kerajaan di pulau Lombok saat itu, Putri Mandalika akhirnya diperebutkan oleh para pangeran dari masing-masing kerajaan. Hingga akhirnya terjadi perang saudara, pertumpahan darah, dan berbagai penyimpangan dari perilaku manusia karena dirinya, Putri Mandalika akhirnya menjadi gusar dan berkeputusan untuk bersikap adil dengan cara melompat dari tebing di tepi laut. Putri Mandalika berharap dengan apa yang dilakukannya tersebut dapat menghentikan segala hal buruk yang terjadi, meninggalkan kedamaian, dan berharap kesuburan akan terjadi di daerah setempat, tepatnya di daerah Kuta, Lombok Tengah.

Setelah sang Putri melompat ke laut, jasad putri tidak ditemukan. Yang muncul beberapa saat kemudian adalah cahaya kerlap-kerlip dari laut yang sangat banyak. Dan setelah para penduduk setempat turun dan melihat lebih dekat, ternyata cahaya itu berasal dari cacing-cacing kecil yang sangat banyak. Dan sejak saat itulah para penduduk lokal setempat mempercayai bahwa Putri Mandalika menjelma menjadi cacing laut yang menyala sehingga di sebut sebagai “Nyale” yang artinya “Menyala”.

“Nyale” muncul pada saat puncak musim penghujan yaitu sekitar bulan Februari atau Maret dan kemunculan “Nyale” ini biasanya berdurasi selama satu minggu. Para tetua adat setempat memperkirakan kemunculan “Nyale” dengan cara penghitungan kalender Sasak yang sama dengan kalender Hijriah, dan juga berdasarkan iklim serta fase bulan dan keadaan pasang-surut air laut. Uniknya, disetiap kemunculan “Nyale” ini, para warga selalu berkumpul bersama-sama untuk menangkap “Nyale” di pantai Aan yang berdekatan dengan pantai Kuta. Warga setempat mempercayai bahwa dengan mengambil “Nyale” dan menaruhnya di ladang sawah mereka, akan menyebabkan kesuburan di daerah setempat. Hal ini tentunya menarik perhatian Pemda Lombok Tengah yang akhirnya diadakan festival rutin disetiap tahunnya, hingga juga menarik masyarakat pulau Lombok secara keseluruhan untuk ikut meramaikan tradisi ini.

Berdasarkan wawancara yang dilakukan dengan Lalu Chandra Yudistira, yang merupakan penduduk lokal tanah Sasak, dan merupakan konsultan penyelenggara festival “Bau Nyale” yang diserahkan dari Pemda Lombok Tengah kepadanya, Chandra mengatakan bahwa festival “Bau Nyale” ini sudah berlangsung sejak lama. Namun, baru di tahun 2017 ini pertama kalinya festival “Bau Nyale” memiliki tema acara sendiri yang bertemakan “Heritage of Mandalika” yang artinya “Peninggalan dari Putri Mandalika”. Dimana acara tersebut bertujuan mengenang kembali jasa kebaikan Putri Mandalika, dan melanjutkan tradisi leluhur yang mempercayai segala kebaikan yang diterima dari peninggalan Putri Mandalika. Pada festival tersebut diadakan berbagai macam sei pertunjukan adat suku Sasak dan juga diramaikan dengan berbagai hidangan masakan tradisional khas suku Sasak. Festival tersebut didatangi lebih dari 10.000 pengunjung baik wisatawan lokal, maupun penduduk di luar pulau Lombok dan mancanegara. Untuk wisatawan yang berasal dari luar pulau Lombok didata sekitar 500 orang yang ikut meramaikan festival tersebut.

Chandra menyatakan bahwa festival “Bau Nyale” ini bukan merupakan hal yang sepele. Melainkan hal ini dapat mendatangkan banyak keuntungan di berbagai aspek, contohnya penghasilan dalam sektor pariwisata semakin meningkat, meningkatkan kesadaran masyarakat untuk lebih peduli dalam melestarikan kebudayaan setempat, meningkatkan rasa bangga terhadap kebudayaan yang dimiliki oleh penduduk lokal, dan berpotensi untuk dijadikan sebagai *event* nasional. Diharapkan festival “Bau Nyale” ini dapat dikenal lebih luas di seluruh pelosok Indonesia atau bahkan luar negeri, sehingga kebudayaan di tanah Sasak juga dapat memiliki nama di mata orang banyak. Terlebih letak geografisnya yang berdampingan dengan tempat wisata lain seperti Pantai Aan, pantai Kuta, pantai Seger, Pantai Mawun, Batu Payung, bukit Merese, dan Selong Belanak. Juga dikelilingi Gili Nanggu, Gili Tangkong, Gili Kedis, Gili Gede, Gili Layar, dan Gili Asahan. Chandra juga mengatakan bahwa upaya dalam mempromosikan festival ini sudah dilakukan, namun sangat minim. Misalnya upaya yang telah dilakukan hanya berupa poster, TVC, *flooring* melalui radio, dan *posting*-an di media sosial. Belum ada iklan festival, logo, dan *tagline* khusus yang mempromosikan festival “Bau Nyale”. Dan upaya-upaya tersebut dilakukan setelah festival diadakan, dan hanya disebar secara asal karena memang tidak ada SDM yang dapat mengolah dan mengoperasikannya secara tepat, sehingga tidak mengenai target audiens dan kurang mendapat perhatian dari audiens.

1.2. Permasalahan

1.2.1. Identifikasi Masalah

Berdasarkan permasalahan yang terjadi di atas dapat disimpulkan identifikasi masalah, antara lain :

1. Ketidaktahuan wisatawan tentang kelebihan dari festival ini.
2. Kurangnya strategi promosi yang dilakukan oleh pihak penyelenggara festival tersebut.
3. Belum ada identitas seperti logo dan *tagline* khusus untuk festival “Bau Nyale”.
4. Kurangnya media promosi.

1.2.2. Rumusan Masalah

1. Bagaimanakah perancangan strategi promosi yang tepat untuk membuat festival “Bau Nyale” dikenal tidak hanya di pulau Lombok, tetapi di seluruh Indonesia?
2. Bagaimanakah perancangan media promosi yang tepat untuk membuat festival “Bau Nyale” dikenal tidak hanya di pulau Lombok, tetapi di seluruh Indonesia?

1.3. Ruang Lingkup

Berikut adalah ruang lingkup yang dibuat penulis untuk membantu memudahkan arah pembahasan, dalam merancang kampanye untuk mengangkat kembali festival “Bau Nyale” :

1. Apa

Dalam hal ini, yang akan penulis lakukan adalah mempromosikan festival “Bau Nyale” agar lebih dikenal tidak hanya di pulau Lombok, tetapi di seluruh Indonesia.

2. Dimana

Kegiatan ini akan dilaksanakan di Pantai Aan, Lombok Tengah.

3. Kapan

Perancangan promosi ini dimulai pada bulan September 2017 hingga Mei 2018.

4. Siapa

Target audiens yang dituju adalah dewasa berusia 22-35 tahun yang berpotensi untuk membantu mendokumentasikan kegiatan selama festival berlangsung dan masih bebas dalam mencari hal-hal yang baru.

5. Bagaimana

Dibuatnya perancangan strategi yang disesuaikan dengan target audiens dan diperlukannya juga perancangan media agar menaysar target audiens dengan tepat, sehingga pesan yang ingin disampaikan dapat diterima dengan baik oleh target audiens.

1.4. Tujuan Perancangan

1. Membuat strategi promosi yang tepat agar festival “Bau Nyale” dikenal tidak hanya di pulau Lombok, tetapi di seluruh Indonesia.
2. Membuat rancangan media promosi yang tepat agar festival “Bau Nyale” dikenal tidak hanya di pulau Lombok, tetapi di seluruh Indonesia.

1.5. Manfaat Perancangan

1.5.1. Bagi Masyarakat Umum

Menjadikan festival “Bau Nyale” menjadi *event* nasional, sehingga dapat memberi informasi dan edukasi seputar kebudayaan yang ada di pulau Lombok.

1.5.2. Bagi Masyarakat Lokal

Menjadikan festival “Bau Nyale” menjadi *event* nasional, meningkatkan kesadaran dan rasa bangga masyarakat lokal akan kebudayaan yang dimiliki, serta meningkatkan penghasilan di sektor pariwisata.

1.5.3. Bagi Akademis

Mendapat informasi mengenai nilai-nilai kebudayaan yang ada di Indonesia dengan harapan dapat berguna dan menjadi contoh sebagai referensi bagi pelaku peneliti sejenis.

1.6. Metode Penelitian

1.6.1. Metode Yang Digunakan

Metode yang digunakan dalam perancangan kampanye ini adalah metode kualitatif. Metode kualitatif adalah penelitian yang memberi gambaran cermat mengenai individu atau kelompok tertentu tentang keadaan dan gejala yang terjadi. (Koentjaraningrat, 1993:89)

1.6.2. Metode Pengumpulan Data

1. Wawancara

Dalam proses wawancara, penulis melakukan wawancara mendalam dengan Ibu Baiq Azizah Haryantini, SP., MP. Yang merupakan salah satu penduduk lokal di tanah Sasak yang bertujuan untuk mendapatkan data informasi yang valid mengenai sejarah dan perkembangan alat musik tradisional Gendang Beleq.

2. Observasi

Penulis melakukan observasi terhadap penduduk lokal pulau Lombok yang juga merupakan salah satu konsultan penyelenggara festival “Bau Nyale” untuk melihat tingkah laku dan penyikapan mereka terhadap perkembangan kebudayaan dari tahun ke tahun.

3. Studi Pustaka

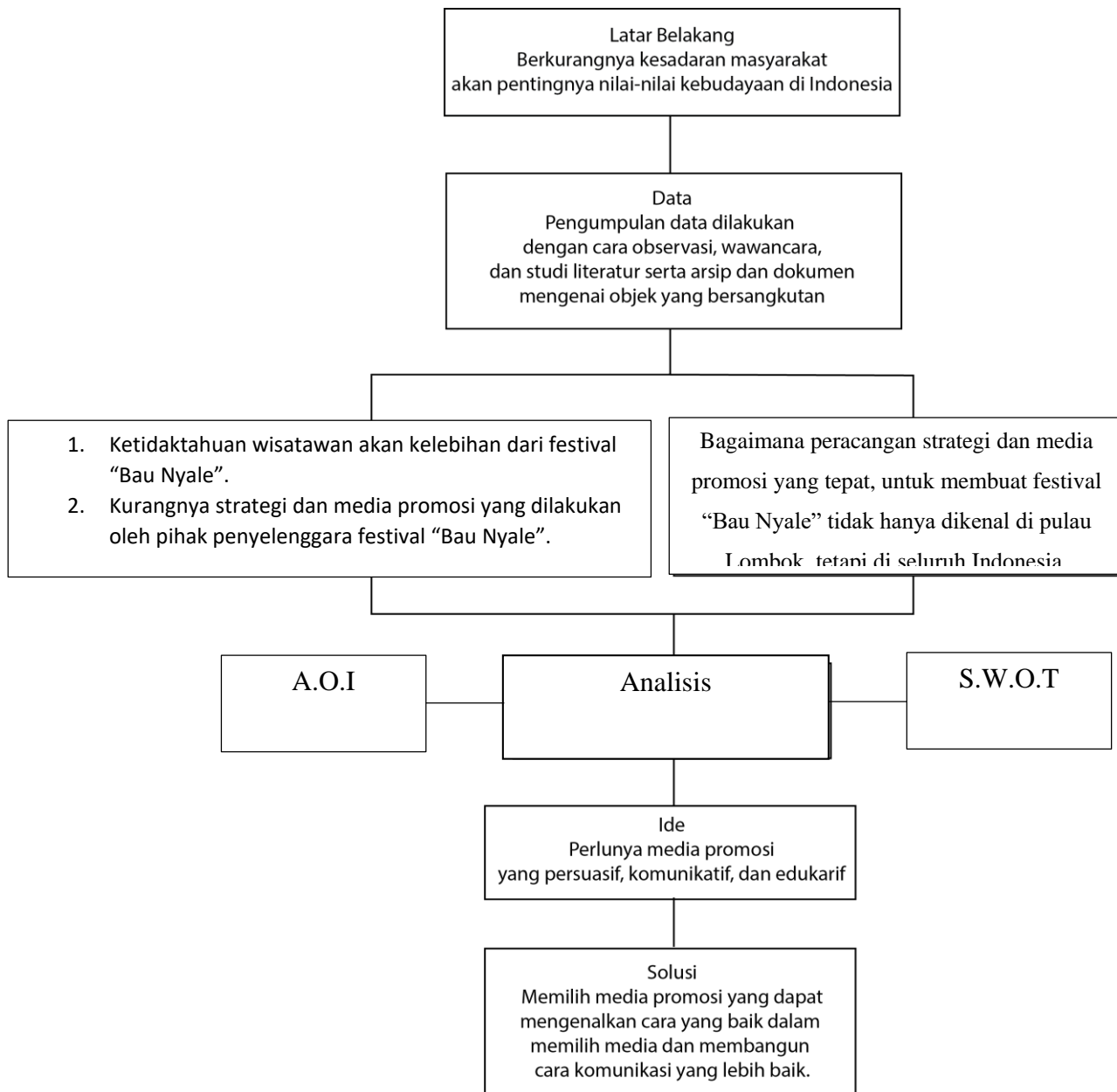
Dalam proses pengumpulan data, penulis menggunakan beberapa referensi buku yang berkaitan dengan promosi, teori desain komunikasi visual, dan kebudayaan. Penulis juga menggunakan teori dari beberapa ahli yang terkait guna mendukung perancangan promosi yang dibuat.

1.6.3. Metode Analisis

Adapun metode analisis yang digunakan dalam perancangan promosi ini adalah analisis SWOT. Dimana analisis ini berfungsi untuk membandingkan kampanye-kampanye sejenis yang nantinya akan dijadikan sebagai acuan dalam membuat strategi yang lebih efektif.

Disamping itu, penulis juga menerapkan analisis AOI (*Activities, Opinions, Interests*). Dimana AOI adalah faktor-faktor yang mempunyai hubungan langsung dengan perilaku konsumen termasuk dalam pola konsumsi. (Kasali 2000:260).

1.7. Kerangka Perancangan



1.8. Sistematika Penulisan

1. BAB 1 Pendahuluan

Pada bagian pendahuluan ini, membahas dan menguraikan latar belakang studi, yang terdiri dari keterangan dari latar belakang masalah, perumusan masalah, rumusan masalah, ruang lingkup masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian, teknik pengumpulan data, dan kerangka perancangan.

2. BAB II Dasar Pemikiran

Pada bab ini berisikan teori yang bersumber pada literatur seperti buku dan jurnal penelitian terkait, yang relevan untuk digunakan sebagai acuan perancangan kampanye.

3. BAB III Data dan Analisis

Pada bab ini berisi data-data yang sudah didapat dan dikumpulkan penulis melalui proses wawancara, observasi, dan studi pustaka. Menjelaskan analisa terhadap permasalahan yang diangkat guna perancangan tugas akhir.

4. BAB IV Konsep dan Hasil Perancangan

Pada bab ini menguraikan konsep yang dirancang untuk kampanye, dimulai dari ide besar, pendekatan, media dan konsep visual guna mendapatkan hasil perancangan yang baik dan tepat sasaran.

5. BAB V Penutup

Pada bab ini berisikan kesimpulan dan saran yang merupakan jawaban terhadap rumusan masalah dan uraian-uraian pada bab sebelumnya.