

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Permasalahan

Kota Tangerang adalah kota yang terletak di Provinsi Banten yang dikenal sebagai kota industri. Kota ini terletak tepat sebelah barat ibu kota negara Indonesia. Kota yang dikunjungi sebagai tempat transit tetapi belum banyak orang yang mengetahui keistimewaan kota ini. Kota yang memiliki bandara internasional terbesar di Indonesia menunjukkan bahwa Kota Tangerang memiliki potensi dalam pengembangan daerahnya dalam berbagai bidang. Sebagai pusat manufaktur dan industri di pulau Jawa dan memiliki lebih dari 1000 pabrik. Kota Tangerang setiap tahun memiliki banyak warga pendatang yang ingin mengadu nasib dalam mencari kerja.

Kota Tangerang sebagai salah satu kota manufaktur dan industri terbesar di Indonesia seperti Jakarta. Kota Tangerang dikenal masyarakat luas dengan sejumlah pabrik serta mall – mall besar, seperti Bumi Serpong Damai (BSD) City, Lippo Mall Karawaci, pabrik Gajah Tunggal, Wardah, Mayora, dan Indofood. Selain itu Kota Tangerang memiliki bandara yang sebagai pintu gerbang Indonesia yaitu Bandara Internasional Soekarno Hatta yang berada di wilayah Kota Tangerang. Namun hal tersebut membuat masyarakat umum kurang mengetahui sisi lain yang ada di Kota Tangerang. Banyaknya potensi yang dimiliki Kota Tangerang terutama dalam bidang pariwisata baik alam / buatan, budaya, dan festival tahunan. Sesuai dengan Peraturan Daerah Kota Tangerang (Nomer 7 Tahun 2016 : 18 (1)) menyatakan :“Usaha daya tarik wisata merupakan usaha yang kegiatannya mengelola: daya tarik wisata religi; daya tarik wisata alam; daya tarik wisata budaya; dan/atau daya tarik wisata buatan/binaan manusia.”

Kota Tangerang memiliki berbagai macam tempat pariwisata. Tempat pariwisata yang ada di Tangerang berupa taman sebanyak 8 lokasi, danau buatan (situ) sebanyak 5 lokasi, pantai sebanyak 3 lokasi, tempat wisata rohani yang terkenal (masjid, klenteng, gereja, dll) sebanyak 6 lokasi, dan masih banyak lagi lokasi tempat berkumpul / jajanan (pasar) serta mall besar yang ada di Tangerang. Selain tempat pariwisata, Kota Tangerang pun memiliki festival tahunan nasional yaitu Festival Cisadane, dengan kegiatan utamanya yaitu lomba perahu dayung dan perahu hias.

Selain perlombaan dayung tingkat nasional dan lomba perahu hias, Festival Cisadane juga terdapat ritual pelepasan bebek ke sungai, pelepasan lampion warna – warni. Festival Cisadane juga dimeriahkan dengan pertunjukan kembang api dan sinar laser, pelepasan 300 lampion warna-warni, pameran produk kuliner khas Tangerang, pertunjukan seni seperti barongsai. Ada pula penampilan kesenian khas misalnya Gambang Kromong, tarian lenggang cisadane, dan lenong. Selain itu juga dimeriahkan dengan berbagai macam bazaar murah dari UKM Tangerang.

Festival Cisadane diadakan tahunan dengan tujuan mempromosikan budaya yang ada di Tangerang sekaligus memperdayakan ekonomi masyarakat dan untuk hiburan masyarakat baik dari dalam ataupun luar Tangerang. Menurut data Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Tangerang pengunjung pada tahun 2017 mencapai 50 ribu orang, meningkat dibandingkan tahun sebelumnya yaitu 30 ribu pengunjung. Dan pada tahun 2018 diperkirakan sebanyak 75 ribu orang (Pembukaan 20ribu orang, perhari pengunjung mencapai 3 – 5ribu, dan penutupan 40 ribu orang) dengan mayoritas umur diatas 35 tahun, baik penduduk asli Tangerang, maupun yang dari luar. Pertumbuhan pengunjung yang rendah diperkirakan karena Festival Cisadane ini kurang diketahui masyarakat umum dan pendatang yang dikarenakan pelaksanaannya yg hanya setahun sekali, lokasi dan waktu kegiatan yang kurang banyak diketahui pendatang dikarenakan kurangnya promosi yang dilakukan oleh pemerintah sehingga masyarakat tidak mengetahui bahwa adanya Festival Cisadane. Menurut hasil pengamatan, promosi yang dilakukan oleh Kota Tangerang hanya digencarkan melalui meda sosial Instagram, karena website yang dimiliki Kota Tangerang hanya berisikan informasi data khusus saja, dan tidak mempublikasikan tentang event / acara yang ada. Akun sosial media yang aktif mengenai Kota Tangerang ialah @tangerangkota (28 Ribu pengikut) dan media parternya yaitu @abouttng (325 Ribu pengikut) dengan intensitas postingan hanya saat openning dan closing Festival Cisadane.

Penulis sebagai putra daerah Kota Tangerang serta sesuai dengan Peraturan Daerah Kota Tangerang (Nomer 7 Tahun 2016 : 61) menyatakan : “Masyarakat dapat berperan dalam pemberian pendapat, saran, dan usul secara bertanggung jawab mengenai penyelenggaraan kepariwisataan sesuai dengan prosedur penyampaian pendapat”, ingin ikut serta dalam mensosialisasikan kegiatan Festival Cisadane karena besarnya potensi pariwisata dengan adanya Festival Cisadane serta bertujuan untuk mengembangkan ekonomi warga kota Tangerang, maka penulis mengangkat permasalahan ini sebagai tugas akhir desain komunikasi visual dengan judul "RANCANGAN PROMOSI FESTIVAL CISADANE TANGERANG".

1.2 Permasalahan

Berdasarkan latar belakang diatas penulis mengidentifikasi dan merumuskan permasalahan sebagai berikut

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, dapat diambil identifikasi masalah sebagai berikut :

1. Menurut hasil kwesioner pra penelitian, rata – rata masyarakat mengetahui Festival Cisadane namun tidak mengetahui waktu & tempat pelaksanaan, dan kegiatan didalamnya.
2. Berdasarkan observasi pra penelitian, Kota Tangerang kurang aktif mempromosikan Festival Cisadane

1.2.2 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana merancang promosi Festival Cisadane yang sesuai dengan target audience?

1.3 Ruang Lingkup

1.3.1 Batasan Masalah

Agar pembahasan tugas akhir ini lebih terfokus, penulis memberikan ruang lingkup masalah pada perancangan ini. Adapun ruang lingkup tugas akhir ini sebagai berikut.

1. Apa

Perancangan media promosi Festival Cisadane Tangerang.

2. Bagaimana

Media ini akan membungkus semua tentang Festival Cisadane dan disampaikan langsung kepada penerima.

3. Siapa

Target *audience* dari perancangan ini adalah masyarakat kota tangerang khususnya serta masyarakat diluar kota tangerang pada umumnya yang pergi ke Tangerang dengan *range* usia 15 hingga 35 Tahun.

4. Kapan

Pengumpulan data, analisis, dan perancangan tugas akhir ini dilakukan pada jangka waktu Agustus hingga Desember 2018. Sehingga dapat di aplikasikan untuk Festival Cisadane 2019.

5. Dimana

Pengumpulan data dilakukan kepada target khalayak di Kota Tangerang, baik observasi langsung, maupun wawancara dan kwesioner.

1.4 Tujuan Penelitian

Berikut tujuan dalam perancangan Tugas Akhir :

1. Meningkatkan informasi pariwisata Festival Cisadane periode tahun 2019 sehingga membantu dalam menaikkan jumlah pengunjung.
2. Menjadi referensi media promosi pemerintah untuk Festival Cisadane ditahun berikutnya.

1.5 Metode Pengumpulan Data

1. Observasi

Menurut Arikunto (2010) observasi ialah suatu aktiva yang sempit, yakni memperhatikan sesuatu dengan menggunakan mata. Didalam pengertian psikologi, observasi atau pengamatan, meliputi kegiatan pemuatan perhatian terhadap sesuatu objek dengan menggunakan seluruh alat indra. Pada perancangan Tugas Akhir ini akan melakukan pengamatan dan perbandingan terhadap objek penelitian seperti sarana promosi yang telah ada dan kearifan lokal yang paling diunggulkan di kota Tangerang, umumnya sungai cisadane dan melakukan perbandingan dengan festival sejenis yang sudah memiliki promosional kit yang bagus.

2. Wawancara

Wawancara adalah percakapan antara dua orang atau lebih yang memiliki tujuan didalamnya. Tujuannya adalah mendapatkan informasi dari narasumber (Suwardikoen, 2013:23). Dan untuk melengkapi data, akan dilaksanakan wawancara kepada Dinas Pariwisata kota Tangerang maupun Dinas Pariwisata Provinsi Banten, serta wawancara kepada ahli promosi / periklanan.

3. Metode Studi pustaka

Studi pustaka adalah mengumpulkan informasi atau data dengan bantuan berbagai macam material seperti dokumen, buku, catatan, majalah, kisah – kisah

sejarah, dsb. (Mardalis : 1999). Pada perancangan tugas akhir ini dilakukan pencarian mengenai informasi Festival Cisadane yang dimiliki perpustakaan Kota Tangerang. Serta observasi media – media promosi yang dimiliki perpustakaan Kota Tangerang.

Selain itu mengambil dasar teori dari buku-buku pengetahuan desain grafis dan buku – buku lainnya yang relevan dan dapat dipertanggung jawabkan sumber dan kebenarannya

4. Kuesioner Pra Penelitian

Pengertian kuisisioner adalah pertanyaan yang tertulis mengenai suatu hal yang harus diisi secara tertulis oleh responden. Pertanyaan yang bersifat umum, tidak mendalam dan diarahkan ke suatu jawaban untuk dikuantifikasi. Pada prinsipnya tujuan kuisisioner adalah cara untuk mendapatkan data dalam waktu singkat dengan banyaknya responden yang dapat sekaligus dihubungi (Soewardikoen, 2013 : 35). Melakukan pemungutan suara kepada masyarakat umum dan pendatang di Kota Tangerang mengenai Festival Cisadane Tangerang dengan batasan usia 15 – 35 tahun. Ditujukan untuk mengetahui seberapa mengetahui, suka, sering, dan antusias target audiens terhadap rancangan yang akan dibuat.

1.6 Metode Analisis

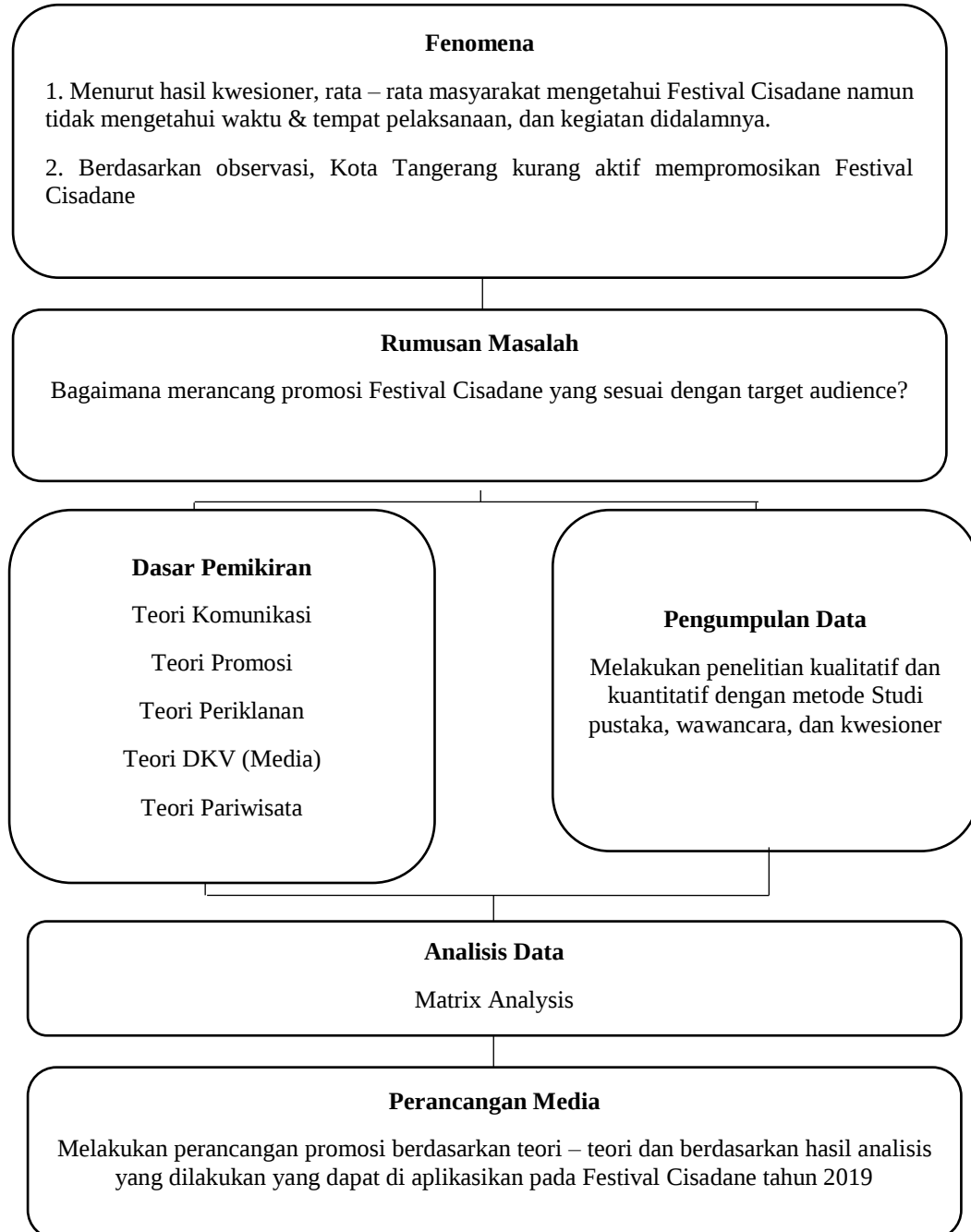
Berikut adalah metode analisis yang digunakan untuk mengolah data yang telah didapat dari metode penelitian diatas:

1.Matriks

Matriks merupakan kolom dengan baris-baris yang mewakili dua dimensi yang berbeda berisikan informasi atau konsep. Mekanisme dari teori ini adalah membandingkan dan mengidentifikasi data secara berjajaran. Cara ini mudah dilakukan untuk menganalisis perbedaan atau persamaan data dari suatu objek data penelitian (Soewardikoen, 2013:60-61)

1.7 Kerangka Penelitian

Tabel 1. 1 Kerangka Penelitian



1.8 Pembabakan

BAB 1 : Pendahuluan

Dalam bab ini merupakan bagian awal dan pembuka. Berisikan uraian latar belakang yang mendasari penelitian tugas akhir, permasalahan, identifikasi masalah, dan rumusan masalah. Pada bab ini juga berisikan ruang lingkup, tujuan perancangan serta manfaat perancangan, juga metode penelitian, pengumpulan data dan kerangka perancangan.

BAB 2 : Dasar Pemikiran

Penulis menjelaskan tentang dasar pemikiran dan teori-teori desain komunikasi visual yang relevan untuk di jadikan acuan dalam merancang.

BAB 3 : Data dan Analisis Masalah

Penulis memaparkan data-data, teori, analisis dan kesimpulan dari objek penelitian yang diperoleh, sebagai data tambahan untuk rancangan.

BAB 4 : Konsep dan Hasil Perancangan

Penulis menjelaskan konsep pesan, konsep kreatif, hasil dari analisis data yang telah diperoleh, dan penjelasan rancangan yang akan dibuat. Bab ini juga berisikan hasil rancangan, mulai dari sketsa, proses rancangan hingga hasil dan penerapannya pada media.

BAB 5 : Penutup dan kesimpulan

Bagian ini merupakan bab penutup dari penelitian tugas akhir yang dilakukan. Berisikan kesimpulan serta saran dan rekomendasi dari dosen pembimbing dan penguji untuk perancangan yang diharapkan dapat bermanfaat bagi penulis dan pembaca.