

ABSTRAK
PERANCANGAN PROMOSI
OBJEK WISATA PASAR SENI TAMAN IMPIAN JAYA
ANCOL
Oleh : Naya Prathita
NIM : 1601152496

Provinsi DKI Jakarta memiliki banyak sekali tempat- tempat Pariwisata yang bagus dan tidak kalah menarik untuk di kunjungi dengan Provinsi lain. DKI Jakarta memiliki Objek wisata Pasar Seni yang merupakan sarana kegiatan pelayanan dalam usaha pemasaran hasil karyaseni, melalui promosi, penjualan, peragaan, pameran dan pertunjukan. Salah satunya, Pasar Seni Ancol yang terletak di Kawasan Ancol Taman Impian yang mencapai luas sekitar 552 Hektar. Tepatnya di bagian barat dari pintu masuk Ancol Taman Impian . Berdasarkan data, pengunjung Taman Impian Jaya Ancol di tahun 2016 sebesar 18.007.919 orang, tahun 2017 sebesar 18.713.717 orang , terjadi peningkatan sebesar 29 % (705, 798 orang). Pendapatan Ancol Taman Impian pada tahun 2016 850.298.55 , tahun 2017 895. 298.55 mengalami peningkatan 4.500.000 (17, 3%).

Peningkatan yang dialami Ancol Taman Impian tidak memengaruhi untuk Pasar Seni Ancol, berdasarkan Observasi mengalami sepi pengunjung disebabkan animo / minat masyarakat yang menurun, dan berdasarkan Studi pustaka ,Media social berupa instagram yang dimiliki Pasar seni ancol memiliki sedikit followers yang dibawah 100.000 hanya berjumlah 2. 592, Hal ini menyebabkan kurang minatnya masyarakat, masalah yang datang disebabkan banyaknya masyarakat yang kurang mengetahui keberadaan Pasar Seni Ancol dan apa saja yang terdapat di lingkungan Pasar Seni Ancol menjadi masalah tersendiri, karena kebanyakan dari mereka memilih menghabiskan liburannya di area pantai dan juga di Dufan (Taman Impian Jaya Ancol) . tak hanya itu mulai banyaknya galeri-galeri seni yang di buka diluar sana membuat pasar seni di anggap sebelah mata dan tidak menarik. Kurangnya sebuah pengetahuan tentang apa itu pasar seni dan juga apa saja kegiatan serta fasilitas yang ada disana tampaknya menjadi salah satu penyebab sepi pengunjung Pasar Seni. dan bersamaan dengan revitalisasi yang dilakukan Pasar Seni Ancol guna

menaikkan kembali antusiasme masyarakat dan menaikkan pelayanan. Tujuan dalam perancangan Tugas Akhir ini untuk meningkatkan kembali minat wisatawan local maupun wisatawan mancanegara melalui promosi, sehingga PAD turut mengalami kenaikan. penulis memperoleh data yang di butuhkan melalui metode pengamatan, Observasi, wawancara kepada narasumber, studi pustaka, dan kuisioner kepada responden yang dapat mewakili target khalayak sasaran. Kemudian penulis juga melakukan analisis STP dan Matriks Perbandingan untuk mengetahui potensi lebih lanjut sebagai landasan perancangan. Berdasarkan hasil analisis, maka di rancanglah media promosi dengan konsep “ Kembali Lestarikan Budaya Seni” dengan memanfaatkan media online maupun offline. Perancangan ini di harapkan mampu membantu pengelola pihak Pasar Seni Ancol untuk menarik pengunjung kembali agar tertarik berkunjung ke Pasar Seni Ancol

Kata Kunci: Promosi, Media, Pasar Seni, Taman Impian Jaya Ancol.