

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

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. Di kalangan masyarakat Jakarta, Pasar seni merupakan Pusat Kesenian dan Kerajinan yang memberikan inspirasi serta wawasan bagi penikmat seni, kolektor seni dan pengusaha. Berbagai macam Pasar Kesenian di Jakarta. Salah satunya, Pusat kesenian Pasar Seni Taman Impian Jaya Ancol ini merupakan wujud nyata dari kepedulian ancoldemi kelangsungan hidup para seniman berbakat . Pada tahun 1975 dengan bangunan sederhana yang terletak di antara Gelanggang samudra dan Gelanggang renang di mulailah kegiatan Pasar Seni selama tiga hari yang kemudian meningkat menjadi tujuh hari setiap bulannya , hal inilah yang menjadi cikal awal terbentuknya Pasar Seni Ancol. Melihat bahwa Pasar Seni memiliki daya Tarik sendiri yang terus meningkat peminatnya bagi para pengunjung maupun para seniman sendiri, maka di bangunlah sebuah kompleks permanen untuk menampung kegiatan para pengrajin dan seniman . Pada tahun 1977, Pasar Seni mulai dibangun dan diresmikan Pada tanggal 17 desember 1977 oleh H .Tjokropanolo yang merupakan Gubernur pada saat itu, dan seperti yang di sampaikan tentang sejarah Pasar seni pada blog resmi Taman Impian Jaya Ancol menjelaskan, Pada tanggal 22 agustus 1980 Kawasan Pasar Seni di perluas kembali , dan pada tahun 1984 di buatlah sebuah bangunan dua lantai yang di beri nama North Art Space galeri Jaya Ancol , yang merupakan tempat pameran karya para seniman di pertontonkan di lantai satu, dan dilantai dua ialah tempat kantor manajemen pasar seni di tahun 2009 pihak Pasar Seni melakukan revitalisasi galeri jaya ancold, bangunan tersebut diperluas dan di beri nama galeri pasar seni yang merupakan pameran hasil karya para seniman ancold, dan NAS (North Art Space) yang merupakan tempat di selenggarakan pameran-pameran besar hasil kesenian tangan para seniman hebat .([http://repository.fe.unj.ac.id/2895/3/Chapter\\_1.pdf](http://repository.fe.unj.ac.id/2895/3/Chapter_1.pdf)) .

Bangunan dengan luas mencapai 5, 25 ha dan jumlah kios sebanyak 230 buah, pasar seni ini beroperasi setiap hari pada pukul 09-00 – 21-00 WIB. Dengan fasilitas 230

kios yang disediakan sebagai studio seniman dan ruang usaha kreatif, pasar seni juga memiliki panggung pertunjukan dan menaungi lebih dari 150 seniman, pengrajin dan pengusaha kreatif, di antaranya seni lukis, seni patung, bengkel keramik kerajinan, seni pahat dan fotografi, Art Academy membuka membuka kursus seni musik keyboard, vocal, piano klasik, populer, gitar, bass, biola, drum, desain web, multimedia anak-anak, kerajinan keramik, melukis. Serta ada juga panggung pasar seni sebagai pertunjukan seni, sebagai tempat dilaksanakannya pertunjukan kesenian. (<https://www.ancol.com/id/destination/pasar-seni>)

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%). (<https://www.korporatancol.com>) Peningkatan yang dialami Ancol Taman Impian tidak memengaruhi untuk Pasar Seni Ancol, berdasarkan Observasi mengalami sepi dari 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 kurangnya promosi di media social yang dimiliki Pasar Seni Ancol. 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 diPasar Seni. Hal ini juga disebabkan minimnya penyebaran informasi social media mengenai Pasar Seni Ancol yang dikelola oleh pihak Pasar Seni Ancol dan pihak Taman Impian Jaya Ancol, dan masyarakat sekarang ini banyak menggunakan media social sebagai media informasi mencari wisata melalui internet., dan Pasar Seni Ancol kurang aktif di media social, membuat nama "Pasar Seni" redup di kalangan masyarakat. (<https://elib.unikom.ac.id>)

Metode yang dilakukan untuk pengumpulan data diantaranya adalah metode pengamatan, observasi, wawancara, kuisioner dan studi pustaka serta melakukan analisis berupa analisis STP dan analisis matriks perbandingan yang akan menghasilkan data untuk

digunakan dalam perancangan promosi untuk Pasar Seni Ancol. Media utama yang akan dibuat ialah media digital berupa bentuk Social media yang dilengkapi dengan adanya media pendukung berupa media cetak untuk media cetak yaitu E-Poster instagram , Poster, Flyer, X-Banner, Merchandise,dll. Untuk Social media yaitu instagram.

### **1.2 Identifikasi Masalah**

Kurangnya pengunjung di Kawasan Pasar Seni Taman Impian Jaya Ancol dikarenakan kurangnya maksimal promosi yang dilakukan di Pasar Seni Taman Impian Jaya Ancol guna menarik pengunjung Pasar Seni Ancol.

### **1.3 Rumusan Masalah**

Bagaimana merancang media promosi yang dapat menarik minat masyarakat untuk mengunjungi Objek wisata Pasar Seni di Taman Impian Jaya Ancol?

### **1.4 Ruang Lingkup**

Untuk memberikan informasi mengenai Pasar seni ancil bagi wisatawan lokal dan mancanegara:

1. Apa ( *What* )

Penulis akan fokus membahas tentang promosi yang akan di gunakan untuk menarik pengunjung wisatawan local dan mancanegara.

2. Kapan ( *When* )

Kegiatan dimulai dari bulan Agustus 2019 sampai desember 2019.

3. Dimana ( *Where* )

Lokasi yang akan diobservasi berada di Taman impian jaya ancil lodan timur no 1/7 , RW 10, Ancol, Kec. Pademangan, kota Jakarta utara.

4. Siapa ( *Who* )

Perancangan promosi di tujukan kepada masyarakat local dan wisatawan mancanegara

5. Kenapa ( *Why* )

Karena banyak masyarakat yang belum mengetahui objek wisata yang berada di pasar seni ancil

6. Bagaimana ( *How* )

Penulis akan melakukan metode pengumpulan data dengan menggunakan kuisisioner , wawancara, dan observasi secara langsung serta melakukan analisis

dengan menggunakan STP & Matrix perbandingan untuk mendapatkan data yang mumpuni.

### **1.5 Tujuan Perancangan**

Merancang promosi yang dapat menarik minat masyarakat untuk mengenal dan mengunjungi objek wisata Pasar Seni Ancol yang berada di Taman Impian Jaya Ancol.

### **1.6 Cara Pengumpulan Data dan Analisis**

Adapun beberapa metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian Tugas Akhir, antara lain:

#### **1.6.1 Metode Pengumpulan Data**

##### **a. Primer**

##### **1. Pengamatan**

Pengamatan pada aspek imaji atau gambar untuk memaknai pesan yang di sampaikan gambar (Soewardikoen., 2013: 14 )

Peneliti melakukan pengamatan secara langsung terhadap promosi wisata pasar seni di Kawasan taman impian jaya ancol.

##### **2. Kuesioner**

Data Kuantitatif merupakan hasil Perhitungan dari poin-poin variabel objek penelitian. Dari hasil perhitungan tiap unsur yang di tanyakan kepada responden dapat di ketahui mana unsur yang signifikan lemah dan mana unsur signifikan yang tinggi . setelah mendapatkan hasil data kuisisioner maka dapat di analisis dengan mengaitkan suatu variabel dan gejala yang terjadi sehingga menjadi sebuah sebab akibat (Soewardikoen 2013 : 45)

##### **3. Observasi**

Menurutnya observasi Teknik pengumpulan data , dimana peneliti melakukan pengamatan secara langsung ke objek penelitian yang di tuju untuk melihat dari dekat kegiatan yang di lakukan, Menurut (Riduwan, 2004 : 104)

#### **4. Wawancara**

Wawancara lebih dari percakapan biasa, wawancara selalu ada, tujuan “Percakapan Suatu Tujuan” pewawancara dapat mengarahkan pembicaraan sedemikian rupa untuk objek yang di inginkannya, sekaligus mengarahkan diskusi ke arah yang di inginkannya dengan mengajukan beberapa pertanyaan (Tohir, 2013 : 20).

Peneliti melakukan wawancara dengan dinas pariwisata serta penanggung jawab pada lokasi wisata di taman impian jaya ancol , wawancara dilakukan secara terstruktur.

##### **b. Sekunder**

###### **1. Studi Pustaka**

Studi Pustaka adalah proses membaca referensi untuk mengisi frame of mind yang bertujuan untuk memperkuat perspektif dan kemudian meletakkannya ke dalam konteks (Soewardikoen, 2013 : 6).

Penulis mengumpulkan beberapa informasi dari beberapa referensi buku , buku elektronik (e-book), maupun internet yang berkaitan dengan pasar seni.

#### **1.6.2 Metode Analisis**

Adapun beberapa metode analisis yang digunakan dalam penelitian tugas akhir, antara lain:

##### **a. Segmenting**

Menurut (Berkowitz, 2014 : 57) segmentasi ialah kegiatan membagi suatu pasar ke dalam sebuah kelompok-kelompok yang lebih homogen diantaranya memiliki kebutuhan yang sama dan memberikan timbal balik kepada suatu hal tertentu.

##### **b. Targetting**

Target pasar ialah proses mengevaluasi dan memilih satu atau beberapa segmen pasar yang di nilai paling menarik untuk di layani dengan

program pemasaran spesifik perusahaan, (Tjiptono dan Chandra, 2012: 162).

**c. Positioning**

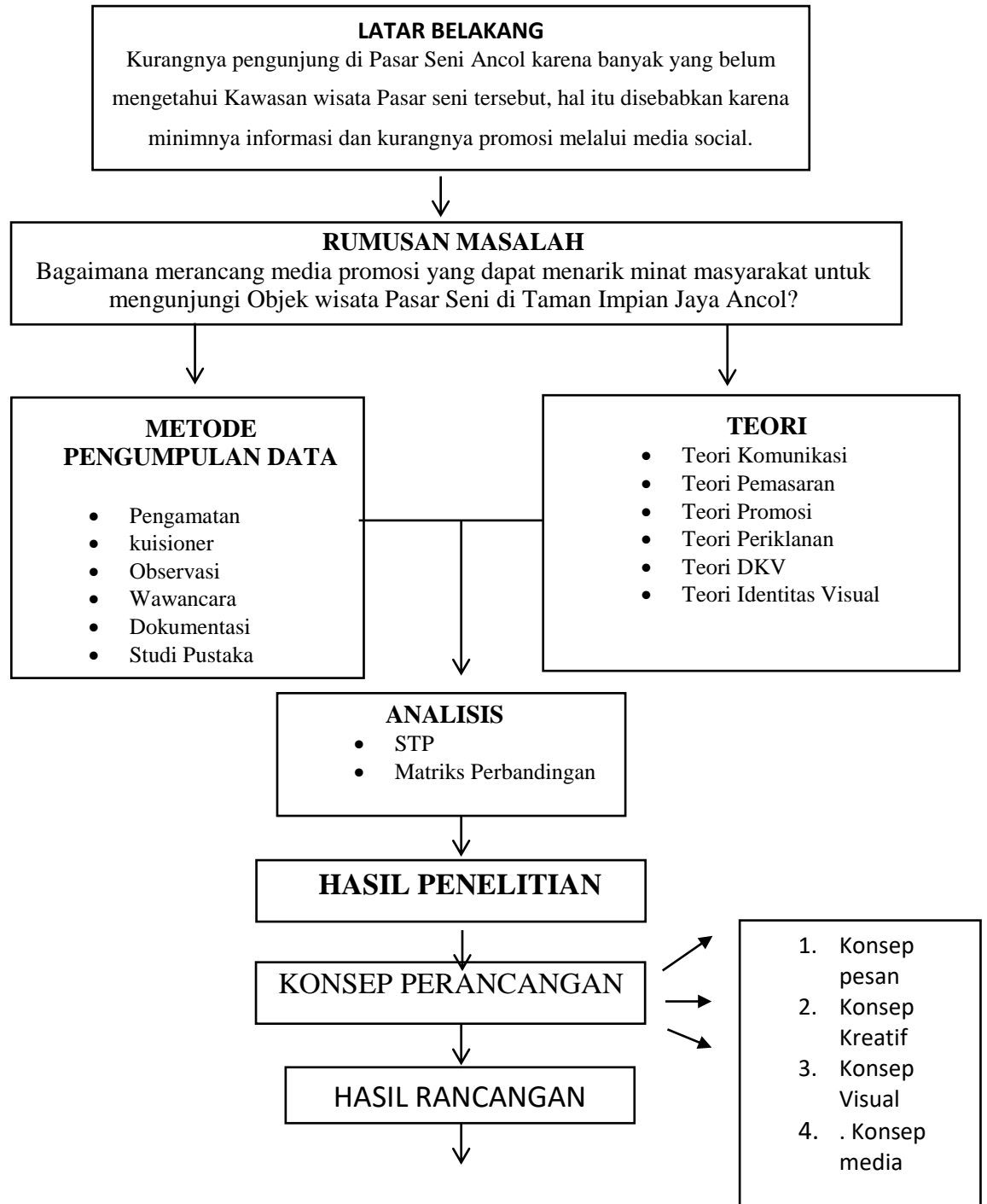
Positioning merupakan cara produk , merek/ organisasi perusahaan di persepsikan secara relative di bandingkan dengan produk, merek / organisasi pesaing oleh pelanggan saat ini maupun calon pelanggan.

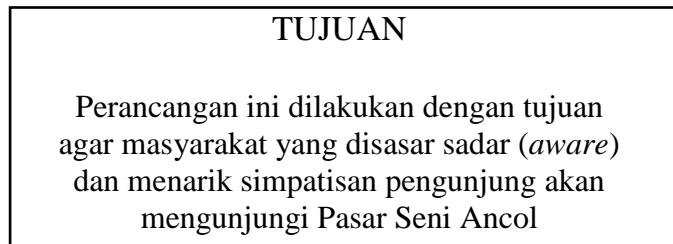
**d. Matriks Perbandingan**

Matriks membantu mengidentifikasi bentuk penyajian lebih sebanding, dengan cara menjajarkan informasi berupa gambar maupun tulisan dan di nilai menggunakan satu tolak ukur yang sama sehingga terlihat sekali perbedaanya, analisis matriks bertujuan untuk memberi informasi dari data yang di perbandingkan. (Soewardikoen, 2013 : 51)

### 1.7 Kerangka Penelitian

Berikut ialah kerangka dari perancangan yang akan dibuat pada penelitian ini:





Gambar 1.1 Bagan Struktur Perancangan

Sumber : Dokumentasi Pribadi

## **1.8 Pembabakan**

Laporan ini terdiri dari beberapa bab dalam susunan seperti berikut:

### **BAB I. PENDAHULUAN**

Bab ini terdiri dari latar belakang, permasalahan, fokus, tujuan, metode pengumpulan data, metode analisis serta kerangka penelitian, hal tersebut merupakan tahap awal dari yang dilakukan dalam melaksanakan perancangan yang akan dilakukan.

### **BAB II. LANDASAN TEORI**

Bab ini berisikan tentang teori – teori dasar yang diambil untuk menjadi referensi dan panduan dalam penelitian tugas akhir yang dibuat.

### **BAB III. DATA DAN ANALISIS**

Bab ini akan menjabarkan data yang telah didapat dengan menggunakan metode penelitian dan dilengkapi dengan analisis data menggunakan STP, AISAS dan matriks perbandingan yang telah dilakukan untuk menjadi pedoman pada tahap selanjutnya.



#### **BAB IV. PERANCANGAN & HASIL**

Bab ini berisi tentang perancangan dan hasil rancangan objek yang dilakukan setelah melakukan penelitian dengan menggunakan analisis STP dan Matriks Perbandingan, serta Observasi yang dilakukan di lapangan secara langsung.

#### **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini akan diisi setelah sidang selesai dan penulis telah memperbaiki laporan tugas akhir sesuai dengan revisi yang telah diberitahukan. Berisikan kesimpulan dan saran yang direkomendasikan dari penguji.