

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pelestarian Budaya adalah upaya seseorang dalam mengapresiasi suatu nilai-nilai seni dan budaya di Indonesia. Indonesia memiliki keanekaragaman budaya yang sangat banyak, untuk itu perlu adanya mengajarkan suatu budaya pada generasi penerus bangsa. Salah satu cara mengajarkan suatu budaya adalah dengan memperkenalkan budaya tersebut di dalam suatu *Event Budaya*. *Event Budaya* merupakan rangkaian acara yang memiliki nilai budaya yang sangat tinggi, dimana di dalam suatu *Event* budaya seseorang bisa mendapatkan edukasi sekaligus hiburan tentang budaya di Indonesia. *Event* budaya bisa dilakukan dimana saja, contohnya di suatu Daerah yang memiliki nilai budaya yang sangat tinggi dan memanfaatkan budaya tersebut menjadi suatu *Event Budaya* di daerahnya. *Event* tersebut bisa menjadi salah satu wisata baru di Indonesia dengan memperkenalkan budaya dari daerah tersebut. Dengan begitu wisatawan domestik bisa menambah edukasi dan membuka mata tentang kekayaan dan berbagai macam budaya di Indonesia.

Kabupaten Lebak merupakan suatu daerah di Provinsi Banten, Kabupaten lebak memiliki budaya yang sangat kental, dimana di daerah tersebut terdapat suku yang sudah terkenal di Indonesia, yaitu Suku Baduy. Suku Baduy terletak di Kadujangkung, Bojong Menteng, Leuwidamar, Kabupaten Lebak, Provinsi Banten. Suku Baduy memiliki ciri khas yaitu pakaian berwarna serba hitam, memakai lomar (penutup kepala), memakai tas koja dari bahan rotan untuk baduy luar dan pakaian serba putih memakai lomar (penutup kepala) dan tas koja untuk baduy dalam. Setiap tahun suku baduy selalu melakukan upacara adat dimana di dalam upacara tersebut masyarakat baduy memberikan hasil buminya (panen) kepada Kepala daerah di provinsi Banten, yaitu Bupati Kabupaten Lebak dan Gubernur Banten. Lebih dari 1000 masyarakat baduy berjalan kaki membawa sebagian hasil buminya menuju Alun-alun Rangkasbitung Kabupaten Lebak, lokasi upacara adat tersebut

dilaksanakan. Hasil bumi yang dibawa oleh masyarakat baduy tersebut di serahkan kepada Kepala Daerah bertujuan untuk bersilaturahmi dan menghormati pihak Kepala Daerah yang menjadi tempat tinggal masyarakat Baduy.

Penyerahan hasil bumi tersebut dikemas menjadi suatu *Event* Budaya oleh pemerintah Kabupaten Lebak dengan nama “Seba Baduy”. Menurut Farid Surawan S.E selaku Kepala Seksi Promosi dan Ekonomi Kreatif *Event* Seba Baduy, “*Event* Seba Baduy adalah *Event* terbesar yang dimiliki Kabupaten Lebak, *Event* tersebut berlokasi di ibu Kota Kabupaten Lebak yaitu Kota Rangkasbitung lebih tepatnya di Alun-alun kota Rangkasbitung dan Pendopo Alun-alun Rangkasbitung, *Event* tersebut dibentuk dari tahun 2015 – 2019, dimana di dalam *Event* tersebut wisatawan bisa berjumpa dan berpartisipasi di dalam dialog budaya (berdiskusi) langsung dengan warga baduy yang berjumlah sekitar 1000 orang”. Selain itu wisatawan bisa menyaksikan rangkaian acara penyerahan hasil bumi masyarakat baduy, berfoto bersama dengan masyarakat baduy, mencoba kesenian khas baduy seperti menenun kain batik baduy, dan mengikuti rangkaian acara seperti tarian tradisional. Rangkaian acara yang mendidik dan menambah wawasan akan adat istiadat di Indonesia khususnya Kabupaten Lebak. Melihat potensi wisata yang sangat tinggi di dalam upacara adat tersebut, dibentuklah suatu *Event* dimana *Event* tersebut dibuka untuk wisatawan lokal maupun luar untuk datang dan menyaksikan upacara adat Suku Baduy. *Event* Budaya tersebut memiliki nilai budaya yang sangat tinggi. Selain memberikan edukasi terhadap wisatawan, *Event* tersebut memberikan liburan yang produktif menghasilkan ilmu pengetahuan tentang kebudayaan daerah di Indonesia.

Selain acara upacara adat, *Event* Seba Baduy memiliki beberapa rangkaian acara diantaranya Rombongan perjalanan 1000 masyarakat badut, Pameran Ekonomi Kreatif, Pameran Seni Rupa, Pertunjukan Seni masyarakat baduy, Ritual Upacara Adat dan Dialog Budaya Sunda. Dengan begitu *Event* Budaya Seba Baduy Lebak Banten dianggap memiliki potensi yang sangat tinggi, namun masih banyak masyarakat diluar provinsi Banten yang belum mengetahui *Event* Budaya Seba Baduy Lebak Banten. Berdasarkan hasil survey yang telah penulis dapatkan,

dimana survey tersebut ditujukan kepada masyarakat diluar provinsi banten, survey tersebut mendapatkan 136 *Responden*, dimana 80,1% *Responden* sekitar 109 *Responden* tidak mengetahui *Event* budaya tersebut dan tidak pernah mengunjunginya, 16,9% sekitar 23 *Responden* mengetahui dan tidak pernah mengunjungi *Event* tersebut, dan 2,9% sekitar 4 *Responden* mengetahui dan pernah mengunjungi *Event* tersebut. Berdasarkan wawancara terhadap pengunjung *Event* Budaya Seba Baduy Lebak Banten mengatakan “informasi mengenai *Event* tersebut hanya dari mulut ke mulut dan *netizen* di sosial media melalui pencarian memakai *hashtag* bukan melalui *official* akunnya serta melihat media seperti poster di lokasi *Event*” Kendala berasal dari Pemerintah kurang memaksimalkan dalam penyebaran informasi menggunakan strategi promosi dan media visual. Sebelumnya pemerintah telah membuat media informasi melalui surat kabar, Media Lokal, dan Sosial Media, Namun belum efektif. Harapan kedepannya untuk *Event* Seba Baduy dengan potensi yang sangat tinggi ini, *Event* tersebut bisa dikunjungi oleh wisatawan diluar provinsi Banten.

Dengan berbagai fenomena dan masalah diatas, Penulis berasumsi untuk melakukan sebuah Promosi *Event* Budaya sebagai tema untuk menyelesaikan Tugas Akhir, dimana penulis menentukan strategi promosi yang tepat melalui media visual yang akan dibuat. Dengan begitu, wisatawan diluar provinsi Banten dapat melihat secara jelas bagaimana potensi dan keunikan yang dimiliki *Event* Budaya tersebut.

1.2 Identifikasi Permasalahan

Berdasarkan fenomena diatas, dapat disimpulkan bahwa:

1. *Event* Seba Baduy adalah *Event* terbesar yang dimiliki oleh Kabupaten Lebak, *Event* tersebut memiliki potensi budaya yang sangat tinggi. Namun pemerintah kurang maksimal dalam membuat sebuah strategi promosi.
3. *Event* Seba Baduy telah melakukan strategi promosi melalui media Surat Kabar, Media Lokal, dan Media sosial. Namun hal tersebut masih kurang

efektif sehingga dibutuhkan strategi kreatif dan media visual agar informasi tersampaikan kepada wisatawan diluar provinsi Banten.

1.3 Rumusan Permasalahan

Berdasarkan identifikasi masalah yang sudah di paparkan diatas, dibentuklah sebuah rumusan masalah sebagai berikut

1. Bagaimanakah perancangan strategi pesan promosi *Event* Budaya Seba Baduy Lebak Banten yang tepat sesuai dengan target audiens?
2. Bagaimanakah perancangan strategi kreatif untuk mempromosikan *Event* Budaya Seba Baduy Lebak Banten yang tepat sesuai dengan target audiens?

1.4 Ruang Lingkup Penelitian

Agar pembahasan lebih terarah, penulis membuat sebuah ruang lingkup. Perancangan promosi *Event* Seba Baduy ditujukan kepada para wisatawan diluar daerah provinsi Banten. Khususnya para wisatawan luar yang ingin mencari tempat wisata budaya namun tetap mendapatkan sebuah hiburan yang mengagumkan.

Berdasarkan wawancara dengan Kepala Seksi Promosi dan Ekonomi Kreatif *Event* tersebut, pemerintah telah melakukan upaya promosi diberbagai media seperti Surat Kabar, Media Lokal, dan Sosial Media. Namun kurang efektif jika dilihat dari jumlah pengunjung.

Solusi bagi penulis dengan melihat permasalahan dalam data pengunjung tersebut, yaitu membuat sebuah strategi kreatif khususnya dalam bidang *Advertising* dan membuat suatu media *placement* agar wisatawan diluar provinsi Banten bisa mendapatkan informasi tentang adanya *Event* Seba Baduy di daerah Kabupaten Lebak, Provinsi Banten. Media *Placement* tersebut akan di tempatkan dalam beberapa daerah khususnya di Bandara. Dimana tempat tersebut terdapat banyak wisatawan domestik asing yang pastinya menjadi sebuah referensi bagi wisatawan untuk datang ke wisata budaya *Event* Seba Baduy.

1.5 Tujuan Penelitian

Dalam perancangan promosi *Event* budaya yang dilakukan, penulis berharap tujuan tersebut tercapai, yaitu:

1. Terancangnya strategi pesan promosi *Event* Budaya Seba Baduy Lebak Banten sesuai dengan target audiens
2. Terancangnya strategi media visual promosi *Event* Budaya Seba Baduy Lebak Banten sesuai dengan target audiens

1.6 Manfaat Penelitian

Dengan adanya hasil dari sebuah perancangan strategi kreatif untuk mempromosikan *Event* budaya Seba Baduy, penulis berharap adanya manfaat bagi penulis, Fakultas Industri Kreatif Universitas Telkom, serta para pembaca, yaitu:

1. Bagi Penulis
 - a. Mendapatkan pelajaran bagaimana cara memecahkan suatu masalah dalam bidang Desain Komunikasi Visual khususnya *Advertising*.
 - b. Mendapatkan suatu pengalaman dimana penulis harus terjun langsung ke lapangan untuk mencari data dan bertemu dengan narasumber tertentu.
 - c. Mengetahui bagaimana cara membuat suatu laporan yang benar dan tata cara penulisan dalam laporan tersebut.
 - d. Untuk memenuhi syarat kelulusan mata kuliah Seminar di Fakultas Industri Kreatif Universitas Telkom.
2. Bagi Fakultas Industri Kreatif Universitas Telkom
 - a. Membangun sebuah kerjasama antara Fakultas Industri Kreatif dengan Pemerintah Kabupaten Lebak yang sekiranya bisa mendapatkan informasi dan wawasan yang lebih luas.
 - b. Dapat memperlihatkan potensi mahasiswa dari Fakultas Industri Kreatif kepada pemerintah Kabupaten Lebak.

- c. Menjadi salah satu sumber referensi dalam laporan yang mengambil topik *Event* budaya tersebut.
3. Bagi Pembaca
 - a. Memberi jawaban kepada pembaca seputar solusi strategi kreatif dalam pemecahan masalah tersebut.
 - b. Memberi pengetahuan dan wawasan yang lebih luas tentang adanya suatu *Event* dan data yang benar terhadap *Event* tersebut.
 - c. Menjadi sebuah referensi bagi pembaca untuk strategi kreatif yang dibuat dalam laporan ini.
 - d. Menjadi sebuah tolok ukur pembaca dalam menciptakan sebuah ide dan solusi untuk pemecahan masalah dalam laporan ini.

1.7 Metodologi Penelitian

Metode yang digunakan dalam penulisan ini adalah metode penelitian kualitatif. Penulis menggunakan metode tersebut dikarenakan penelitian ini berhubungan langsung dengan fakta dan fenomena yang terjadi di masyarakat. Selain itu, penelitian ini juga membutuhkan data individual dan bersifat subjektif. Menurut Sugiyono (2013:2), “Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu”. Berdasarkan teori tersebut ada beberapa hal yang harus diutamakan, yaitu cara ilmiah, data, tujuan dan kegunaan.

1.7.1 Metode Pengumpulan Data

1. Observasi

Menurut Sugiyono (2015: 204) “Observasi merupakan kegiatan pemuatan penelitian terhadap suatu objek”. Penulis melakukan observasi pada 12 juni 2019 menuju lokasi tempat diadakannya *Event* tersebut berlangsung, dan pada tanggal 18 Agustus 2019 penulis observasi ke bandara husein sastranegara, dan stasiun kota Rangkasbitung untuk menentukan penempatan media yang akan penulis gunakan agar sampai kepada *Target audience*.

2. Wawancara

Menurut Joko Subagyo (2011:39) Wawancara adalah “Suatu kegiatan yang dilakukan untuk mendapatkan informasi secara langsung dengan mengungkapkan pertanyaan-pertanyaan pada para *Responden*. Wawancara bermakna berhadapan langsung antara interview dengan *Responden*, dan kegiatannya dilakukan secara lisan”. Penulis melakukan sebuah wawancara singkat dengan Farid Surawan S.E selaku Kepala Seksi Promosi dan Ekonomi Kreatif *Event Seba Baduy* yang berlokasi di Dinas Pariwisata Kabupaten Lebak. Selain itu penulis juga melakukan wawancara dengan pengunjung *Event Seba Baduy* yaitu Minati Badzlina seorang mahasiswa di daerah Kabupaten Lebak.

3. Studi Pustaka

Menurut (Nazir, 2013:93) studi pustaka adalah Teknik pengumpulan data dengan mengadakan studi penelaah terhadap buku-buku dan laporan-laporan yang ada hubungannya dengan masalah yang dipecahkan. Penulis membaca beberapa buku mengenai Periklanan diantaranya *Advertising* Ed.8 Oleh Sandra Moriarty (2018), *Perilaku Konsumen dan Pemasaran* Oleh Danang Sunyoto (2015), *Desain Komunikasi Visual* Oleh Rakhmat Supriyono (2010).

4. Literatur

Penulis memperoleh data utama mengenai *Event Seba Baduy* dengan menganalisa sebuah informasi melalui sebuah poster yang di *share* oleh *netizen* di Sosial Media yaitu Blog, Instagram dan Youtube. Penulis juga mendapatkan data dan informasi secara *digital* pada berbagai sumber Internet yang berupa jurnal berita pada banyak laman, seperti laman Dinas Pariwisata Kabupaten Lebak (Lebakunique).

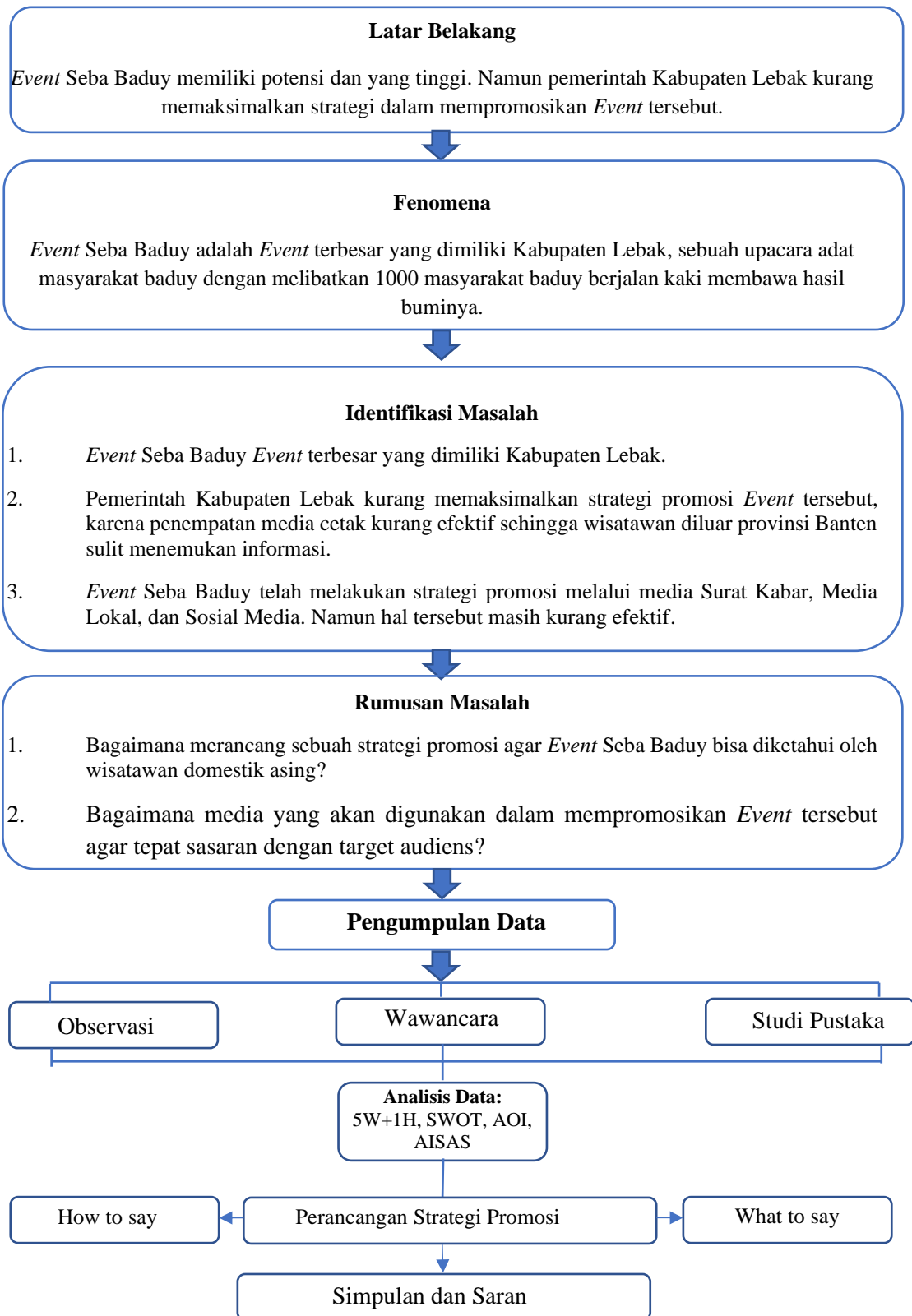
1.7.2 Metode Analisis

Metode analisis data dilakukan dengan prinsip 5W + 1H diantaranya *What*, *Why*, *Who*, *Where*, *When*, dan *How*. Menurut Ardianto (2010:58-59) “Dalam menganalisis sebuah data tidak memakai bantuan ilmu statistika, melainkan menggunakan rumus 5W+1H (*Who*, *What*, *When*, *Where*, *Why*, dan *How*)”.

Dalam pemecahan suatu masalah penulisan ini menggunakan metode analisis SWOT, Menurut Davies (1993:19) SWOT adalah metode analisis yang berhubungan dengan perbandingan sebuah produk dan produk lain yang dipilih dalam hal kompetitor. Menganalisis *Strength* (Kekuatan). *Weakness* (Kelemahan), *Opportunities* (Peluang) dan *Threats* (Ancaman).

Sedangkan dalam menganalisis perilaku *Target audience* penulis menggunakan metode AOI (*Activity*, *Opinion*, dan *Interest*) menurut Wijayanti (2017:4) menjelaskan bahwa “Perkembangan akan menyesuaikan bagaimana perilaku konsumen, dengan kebutuhan dan gaya hidup, serta berbagai faktor di dalamnya”. Selain menggunakan analisis AOI penulis juga menggunakan metode analisis AISAS (*Attention*, *Interest*, *Search*, *Action*, dan *Share*) metode ini adalah metode *Advertising* dimana dalam metode ini membantu penulis dalam menempatkan sebuah media promosi, dan strategi promosi yang akan penulis gunakan dalam pemecahan masalah dalam bidang *Advertising*.

1.8 Kerangka Penelitian



Bagan 1.1 Kerangka Penelitian
Sumber: Dokumen Pribadi

1.9 Pembabakan

BAB I Pendahuluan

Di bagian pendahuluan, penulis menjelaskan permasalahan yang terdiri dari latar belakang, Identifikasi permasalahan, Rumusan masalah, Ruang lingkup penelitian, Tujuan penelitian, Manfaat penelitian, Metodologi penelitian, Metode pengumpulan data, Metode Analisis, dan Kerangka penelitian.

BAB II Dasar Pemikiran

Pada bagian ini membahas tentang teori yang bersumber pada buku yang sudah penulis pilih, buku tersebut digunakan sebagai pendukung teoritis dalam perancangan promosi sebuah *Event* budaya, diantaranya teori promosi dari buku *Advertising* Edisi 8 oleh Sandra Moriarty (2018).

BAB III Data dan Analisis Masalah

Pada bab ini penulis menyantumkan data yang kemudian disusun dengan mengolah data dan menganalisa hasil observasi, dan wawancara pada seorang pengunjung *Event* Seba Baduy, serta melakukan wawancara dengan Kepala Seksi Promosi Ekonomi Kreatif Dinas Komunikasi dan Informatika.

BAB IV Konsep dan Hasil Perancangan

Pada bab ini penulis menuturkan konsep dan strategi kreatif yang akan dilakukan pada perancangan promosi *Event* budaya Seba Baduy sebagai *Event* budaya yang memberikan edukasi dan juga hiburan. Berisi penjelasan media visual yang akan digunakan oleh penulis agar memperoleh hasil perancangan promosi yang baik.

BAB V Penutup

Bab ini berisi kesimpulan dan saran yang merupakan jawaban dari rumusan masalah yang menjelaskan hasil dari perancangan promosi *Event* Seba Baduy di Kabupaten Lebak, Provinsi Banten.