

PERANCANGAN VISUAL MEDIA PROMOSI PEKAN KEBUDAYAAN ACEH DI WILAYAH NANGGROE ACEH DARUSSALAM

Sarah Nazura¹, Dr. Anne Nurfarina², S.sn.³

¹Desain Komunikasi Visual, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom

Abstrak

ABSTRACT VISUAL COMMUNICATION DESIGN OF PEKAN KEBUDAYAAN ACEH (ACEH CULTURAL) EVENT IN NANGGROE ACEH DARUSSALAM Oleh: Sarah Nazura NPM: 108300080
PekanKebudayaan Aceh is a cultural event that has been held 5 times in Banda Aceh and it will be held again in this 2013. This event was held firstly in 1958 since the building process of Aceh after DI/TII around 1950. This event has an impact and a big opportunity for Nanggroe Aceh Darussalam cultural and tourism development, redesign is needed particularly in promotion media of Pekan Kebudayaan Aceh event, since the promotion media that has been done is still too minimum and it's causing the lack of knowledge and awareness of Aceh citizen toward the event. Visual Communication Redesign in promotion media of Pekan Kebudayaan Aceh event is using an approaching concept towards 10 ethnic that exist in Aceh. It is expected to increase the awareness of Aceh citizen toward the event including the billboard, poster, calender event, x-banner, and etc. This promotion media design is expected to help the Cultural and Tourism Ministry of Banda Aceh in increasing the number of visitor and tourist in Pekan Kebudayaan Aceh event. Key words: Pekan Kebudayaan Aceh, Promotion Media, Aceh Cultural



Telkom
University

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pekan Kebudayaan Aceh (PKA) merupakan suatu *event* kebudayaan yang telah diselenggarakan sebanyak 5 kali di kota Banda Aceh dan akan diselenggarakan kembali pada tahun 2013 ini. *Event* ini pertama kali diadakan pada tahun 1958 dari pembangunan Aceh pasca DI/TII pada tahun 1950-an. Maka tujuan utama yang ingin dicapai adalah bagaimana melalui *event* ini masyarakat Aceh mampu bangkit untuk menata kembali kehidupan masa depannya yang sempat suram akibat perang. Menurut laporan sejarah PKA I, PKA II, dan PKA III pada tahun 1958, 1972, dan 1988, masyarakat Aceh sendiri menyambut antusias *event* ini dan sekaligus menunjukkan fakta bahwa ada semangat dan harapan baru untuk merajut kembali kehidupannya setelah didera konflik yang berkepanjangan serta setelah dihantam gelombang tsunami pada Desember 2006 lalu.

Selain itu tujuan dari *event* Pekan Kebudayaan Aceh ini adalah untuk membangun kembali daerah Aceh sekaligus untuk mempromosikan kebudayaan Aceh yang memiliki identitas Islam yang kuat, dan semua itu memerlukan penggalan serta pembenahan kembali agar budaya tersebut dapat hidup dan berkembang untuk dapat dijadikan aset kebudayaan Bangsa. *Event* ini juga tentunya mendapat perhatian khusus oleh pemerintah Aceh karena Pekan Kebudayaan Aceh ini merupakan salah satu sarana yang tepat untuk mengaktualisasikan visi dan misi Pekan Kebudayaan Aceh di bidang kebudayaan Aceh. Dengan kegiatan Pekan Kebudayaan Aceh bukan hanya dimaksudkan untuk dapat mengisi pembangunan dibidang seni budaya tetapi juga sekaligus untuk menjadi sarana pembangunan masyarakat Aceh. PKA menjadi sarana pembangunan manusia, dan manusia adalah faktor kunci dalam pembangunan diberbagai kehidupan. Pembangunan manusia berarti menyangkut upaya pembangunan sikap, wawasan, apresiasi dan aspek aspek kepribadian lainnya kearah yang lebih baik.

Menurut data dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Nanggroe Aceh Darussalam, Aceh mempunyai banyak tempat wisata yang sangat potensial jika dikembangkan dengan baik. Dinas kebudayaan dan pariwisata Provinsi Nanggroe Aceh Darussalam juga telah mencanangkan program *visit* Aceh 2013. Begitu juga dengan Pekan Kebudayaan Aceh, *event* ini sebenarnya juga sangat berpotensi dalam menarik wisatawan karena acaranya yang menampilkan keberagaman kebudayaan Aceh yang terdiri dari 8 etnis di 23 kabupaten/kota di wilayah Provinsi Nanggroe Aceh Darussalam dan dihadiri oleh 5 Negara yaitu China, Austria, Malaysia, Jerman dan Korea Selatan. Acara yang ditampilkan pun beragam mulai dari pawai budaya, anugerah budaya, gebyar seni, malam maha karya semesta raya dan masih banyak lagi acara lainnya. Pekan Kebudayaan Aceh yang ke 5 yang diselenggarakan tahun 2009 lalu secara resmi dibuka oleh Presiden Republik Indonesia yaitu Bapak Susilo Bambang Yudhoyono, baru kemudian menyusul acara acara kebudayaan seperti yang telah disebutkan diatas.

Meskipun event ini sangat potensial untuk menarik wisatawan baik di dalam maupun luar daerah, namun diperlukan kembali pembenahan terhadap *event* tersebut khususnya terhadap media promosi, mengingat media promosi yang dilakukan pada *event* sebelumnya hanya *billboard* saja. Media promosi yang akan digunakan seperti media cetak dan media-media lainnya berfungsi untuk menginformasikan *event* dan kegiatan-kegiatan yang akan dilaksanakan selama *event* berlangsung kepada masyarakat baik di Aceh maupun diluar dari daerah Aceh. Evaluasi pengelolaan *event* mencakup kegiatan promosi yang dilakukan sehingga informasi mengenai *event* bisa sampai ke target *audience*. Pentingnya event ini juga sebagai salah satu strategi untuk promosi budaya dan pariwisata alam Aceh tentu diperlukan media yang tepat sehingga dapat menjangkau masyarakat lebih luas. Karena untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan tentu saja dibutuhkan pengembangan obyek-obyek pariwisata lebih maksimal dan tentunya media promosi yang lebih tepat.

Hal ini mendorong penulis untuk menjadikan topik ini sebagai tugas akhir dengan harapan bisa memberikan solusi bagi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Banda Aceh dalam membuat rancangan media promosi yang lebih tepat bagi target *audience*.

1.2 Identifikasi Masalah

1. Konflik berkepanjangan & tsunami memerlukan event yang dapat mempersatukan masyarakat Aceh kembali.
2. Pekan Kebudayaan Aceh yang semakin kurang diminati masyarakat Aceh
3. Rendahnya tingkat *awareness* masyarakat Aceh terhadap *event* Pekan Kebudayaan Aceh sebagai akibat dari minimnya media promosi terhadap *event* ini.
4. Perlunya media promosi yang dapat meningkatkan *awareness* masyarakat Aceh terhadap *event* Pekan Kebudayaan Aceh.

1.3 Rumusan Masalah

“Bagaimana merancang visual media promosi *event* Pekan Kebudayaan Aceh yang tepat bagi target *audience*”.

1.4 Fokus Penelitian

Dalam pengerjaan tugas akhir ini, ruang lingkup atau fokus penelitian dan perancangan media promosi ini adalah:

1. Apa
Perancangan komunikasi visual media promosi event Pekan Kebudayaan Aceh.
2. Kenapa
Karena didaerah Aceh sendiri media *event* Pekan Kebudayaan Aceh yang ditampilkan hanya billboard saja oleh karena itu perlunya media-media pendukung yang lebih komunikatif dan informatif untuk lebih meningkatkan *awareness* masyarakat Aceh terhadap event tersebut.
3. Siapa
Segmen dari media promosi ini yaitu laki laki dan perempuan usia 15-45 tahun yang gemar mengikuti acara hiburan maupun acara kebudayaan yang rutin diselenggarakan oleh pemerintah daerah.
4. Dimana

Media promosi ini khususnya ditempatkan di Nanggroe Aceh Darussalam dan akan diluaskan jangkauannya hingga pulau Sumatra agar *event* ini dapat menarik jumlah wisatawan dan pengunjung PKA.

5. Kapan

Pengumpulan data dilakukan sejak bulan Maret - April 2013 sedangkan untuk perancangan media promosi dilakukan mulai Maret - Juni 2013. Dan event Pekan Kebudayaan Aceh sendiri diselenggarakan pada bulan September 2013.

1.5 Tujuan Perancangan

“Meningkatkan *awareness* masyarakat tentang event Pekan Kebudayaan Aceh melalui perancangan visual media promosi yang lebih komunikatif dan informatif”.

1.6 Cara Pengumpulan Data

Dalam perancangan atau penelitian ini, metode pengumpulan data dilakukan dengan beberapa cara yaitu:

1. Observasi

Melalui pengumpulan data dan pencatatan (obyek, artefak, kejadian, permasalahan) ke Dinas Kebudayaan & Pariwisata di kota Banda Aceh mengenai event Pekan Kebudayaan Aceh.

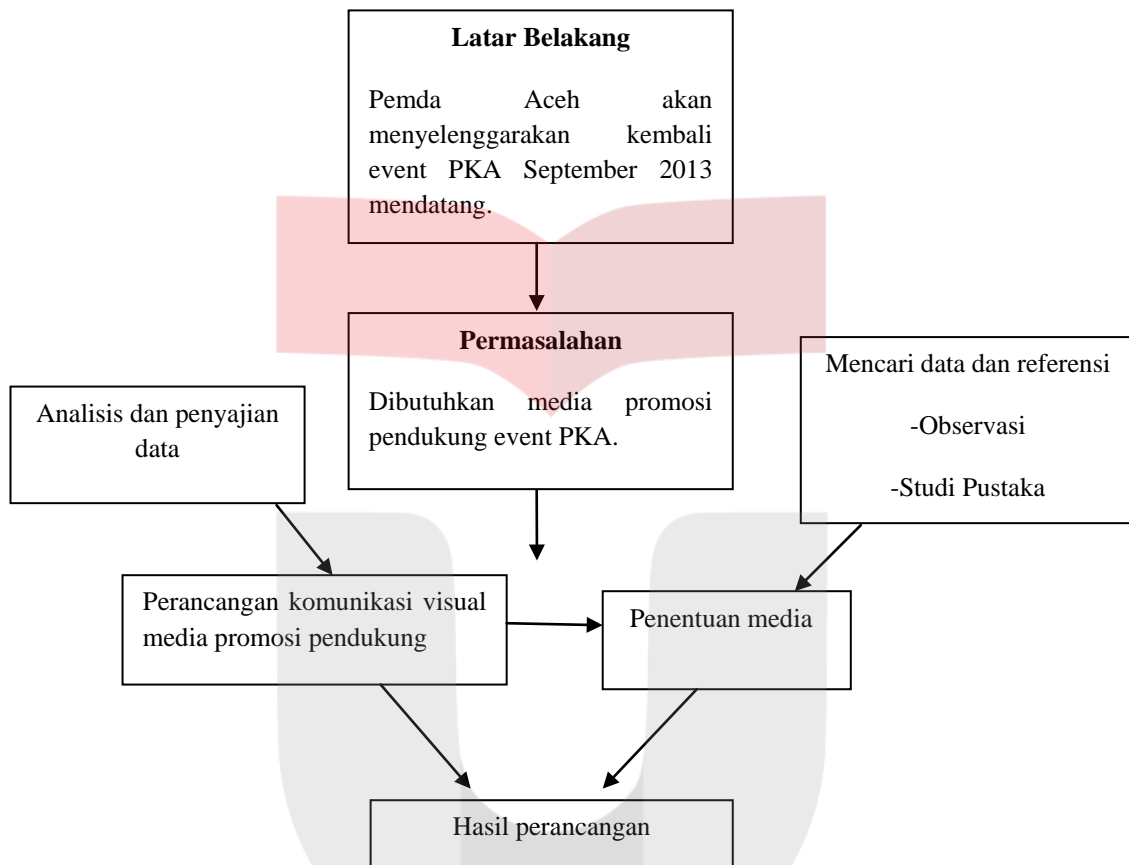
2. Wawancara

Wawancara dilakukan kepada bapak Nurdin M.Hum dari pihak Dinas Kebudayaan & Pariwisata kota Banda Aceh selaku salah satu panitia penyelenggara *event* Pekan Kebudayaan Aceh untuk mendapatkan data-data mengenai Pekan Kebudayaan Aceh serta kendala-kendala yang dihadapi selama ini.

3. Studi Pustaka

Pengumpulan data dengan cara membaca serta mempelajari buku serta literatur-literatur yang berkaitan dengan perancangan *event*, pemasaran *event*, dan teori-teori yang berkaitan dengan desain komunikasi visual.

1.7 Kerangka Perancangan



Bagan 1.1

Skema Perancangan

1.8 Pembabakan

Guna memudahkan memahami hasil penelitian, maka penulisan dibagi dalam pembabakan yang akan disusun menurut sistematika penulisan yang ada , sehingga akan menghasilkan konsep dasar konsep dasar yang sesuai untuk mendukung desain yang dihasilkan:

BAB I Pendahuluan, berisi tentang sekilas mengenai *event* Pekan Kebudayaan Aceh yang berisi uraian tentang latar belakang masalah, alasan mengapa memilih topik media promosi

bagi Pekan Kebudayaan Aceh, identifikasi masalah, rumusan masalah, fokus, tujuan perancangan, cara pengumpulan data, ruang lingkup yang akan diteliti dan teknik pengumpulan data kerangka penelitian, dan pembabakan.

BAB II **Dasar Pemikiran**, berisi uraian tentang teori teori dan dasar pemikiran yang akan dipakai sebagai pijakan untuk merancang media promosi agar tepat sasaran, serta teori untuk analisis dari teori dan data yang digunakan untuk merancang media promosi *event*.

BAB III **Data**, menjelaskan berbagai data mengenai event Pekan Kebudayaan Aceh seperti latar belakang, maksud dan tujuan, visi misi acara, bentuk kegiatan, data mengenai potensi pariwisata di Nanggroe aceh Darussalam serta yang berkaitan dengan obyek perancangan yang didapat dari hasil observasi, wawancara, dan studi pustaka.

Analisis, menjelaskan berbagai analisis tentang teori yang digunakan pada bab II dengan fakta yang didapat dalam bagian data. Analisis ini diharapkan mampu memberikan pemecahan masalah yang nantinya akan diuraikan pada konsep komunikasi, konsep media, dan konsep kreatif.

BAB IV **Konsep**, menjelaskan tentang konsep-konsep yang akan digunakan dalam perancangan *event* seperti konsep dari media promosi *event*. Seperti konsep media promosi, konsep kreatif, konsep visual dan juga konsep media.

Hasil Perancangan, mulai dari sketsa hingga penerapan visualisasi yang akan diaplikasikan ke berbagai macam media.

BAB V **Penutup**, menjelaskan mengenai kesimpulan, saran dan masukan selama perancangan ini dilakukan.



BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Perancangan tugas akhir ini dibuat untuk meningkatkan *awareness* masyarakat terhadap *event* “PEKAN KEBUDAYAAN ACEH” yang meliputi konsep dan strategi media promosi sebagai solusi bagi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Banda Aceh untuk meningkatkan pengunjung. Perancangan komunikasi visual media promosi ini dibuat untuk mempromosikan *event* ini kepada masyarakat terutama masyarakat Aceh. Dengan adanya perancangan media promosi ini diharapkan dapat meningkatkan *awareness* masyarakat terhadap *event*, sehingga dapat meningkatkan pengunjung dan lebih mendapatkan keuntungan tersendiri bagi pemerintah kota Banda Aceh dan Nanggroe Aceh Darussalam.



Telkom
University

DAFTAR PUSTAKA

- A,Shone, and B, Parry (2002), *Succesfull events management*, London Continuum, A practical Handbook.
- A.Shimp, Terence, (2006), *Periklanan Promosi*, Jakarta, Erlangga.
- Assauri, Sofyan, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta, Rajawali Pers.
- Bangun, Darwin, (1989), *Manajemen Perusahaan*, Jakarta, P2PLTK.
- Dameria, Anne, (2007), *Colour Basic Panduan Dasar Warna Untuk Desainer & Industri Grafika*, Jakarta, Link & Match Graphic.
- Kasali, Rhenald, (2007), *Manajemen Periklanan*, Jakarta, Pustaka Utama Grafiti.
- Kusrianto, Adi, (2007), *Pengantar Desain Komunikasi Visual*, C.V Andi Offset.
- Lull, James, (1988), *Media Komunikasi kebudayaan*, Jakarta, Yayasan Obor Indonesia.
- M. Kesrul, (2003), *Penyelenggaraan Operasi Pariwisata*, Jakarta, PT Grasindo.
- M.Si, Nuruddin, (2008), *Hubungan Media, Konsep & Aplikasinya*, Jakarta, PT Raja Grafindo Persada.
- Noor, Any, (2009), *Manajemen Event*, Bandung, Alfabeta.
- Rahman, Arif, (2010), *Strategi Dahsyat Marketing Mix*, Jakarta, Trans Media Pustaka.
- Rakhmad, Jalaluddin, (1999), *Psikologi Komunikasi*, Bandung, PT Remaja Rosdakarya.
- Rangkuti, Freddy, (2012), SWOT Balance Scorecard: *Teknik Menyusun Strategi Corporate yang Efektif Plus Cara Mengelole Kinerja dan Resiko*, Jakarta, Gramedia Pustaka Utama.
- Ruslan, Rusady, (2005), *Kampanye Public Relation*, Jakarta, PT Raja Grafindo Persada.
- Rustan, Suriyanto, (2009), *Layout Dasar & Penerapannya*, Jakarta, PT Gramedia Pustaka.
- Sachari, Agus, (2007), *Budaya Visual Indonesia*, Jakarta, Erlangga.
- Safanayong, Yongki, (2006), *Komunikasi Visual Terpadu*, Jakarta, Arte Intermedia.

Sobur, Alex, (2003), *Semiotika Komunikasi*, Bandung, Rosdakarya.

Soemanagara, Rd, (2008), *Strategic Marketing Communication, Konsep Strategi dan Terapan, Bandung*, Alfabeta.

Sulaksana, Uyung, (2003), *Integrated Marketing Communication*, Yogyakarta, Pustaka Pelajar.

Widyatama, Rendra, (2007), *Pengantar Periklanan* , Yogyakarta, Pustaka Book Publisher.

Sumber Lain:

www.disbudpar.aceh.go.id

www.serambinews.com

www.wikipedia.org/pariwisata

www.pemoeda-pemoedi.blogspot.com



Telkom
University