

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kepada Allah SWT atas berkat, rahmat, dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan judul **“Perancangan Media Promosi Pelestarian Nilai-nilai Budaya Kampung Naga”**. Tugas Akhir ini disusun untuk memenuhi persyaratan guna mencapai gelar Sarjana Desain Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual, Sekolah Komunikasi Multimedia Institut Manajemen Telkom.

Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada beberapa pihak yang telah membantu penulis, terutama pada :

1. Siska Noviaristanti, S.Si., MT. selaku Kaprodi S1 Desain Komunikasi Visual Sekolah Komunikasi Multimedia Institut Manajemen Telkom.
2. Bapak Dicky Hidayat, S.Sn., M.Ds dan Ibu Siska Noviaristanti, S.Si., MT. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan arahan dalam penyusunan Tugas Akhir ini.
3. Ibu Lia Yuldinawati, ST., MM dan Bapak Dr. Didit Widiatmoko, M.Sn selaku penguji siding Tugas Akhir.
4. Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Tasikmalaya atas ijin dan bantuannya dalam pengumpulan data.
5. Semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan Tugas Akhir ini baik langsung maupun tidak langsung.

Penulis menyadari bahwa penulisan Tugas Akhir ini masih jauh dari kesempurnaan, untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan penulisan Tugas Akhir ini. Penulis berharap semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi banyak orang, baik bagi penulis maupun setiap orang yang membacanya. Atas perhatiannya penulis mengucapkan terima kasih.

Bandung, Juli 2013

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PENYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	3
1.3 Rumusan Permasalahan	3
1.4 Fokus Masalah	3
1.5 Tujuan Perancangan	4
1.6 Cara Pengumpulan Data	5
1.7 Skema Perancangan	6
1.8 Pembabakan	7
BAB II DASAR PEMIKIRAN	
2.1 Pariwisata	9
2.1.1 Definisi Pariwisata	9
2.1.2 Bentuk-bentuk Pariwisata	9
2.1.3 Pariwisata Menurut Letak Geografis	11
2.1.4 Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Berwisata	11
2.1.5 Manfaat Pariwisata	12
2.2 Pemasaran	13
2.2.1 Definisi Pemasaran	13
2.2.2 <i>Marketing Mix</i>	14
2.3 Promosi	14
2.3.1 <i>Promotion Mix</i>	15
2.3.2 Periklanan	16

2.3.3 STP (<i>Segmenting, Targeting, Positioning</i>)	18
2.4 Media	23
2.4.1 Pengertian Media	23
2.4.2 Jenis-jenis Media	25
2.5 Desain Komunikasi Visual	30
2.5.1 Definisi Desain	30
2.5.2 Prinsip-prinsip Desain	30
2.5.3 Unsur-unsur Desain	31
2.5.4 Warna	33
2.5.5 Layout	35
2.5.6 Tipografi	37
2.5.7 Ilustrasi	41
A. Fotografi	41
B. Unsur-unsur Utama dalam Fotografi	41

BAB III DATA DAN ANALISIS DATA

3.1 Data	43
3.1.1 Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kab. Tasikmalaya	43
A. Struktur Organisasi	43
B. Visi dan Misi	44
C. Tugas dan Fungsi	45
3.1.2 Kampung Naga	46
A. Sejarah Kampung Naga	50
B. Religi dan Pengetahuan	51
C. Sistem Kemasyarakatan	53
D. Pemukiman	54
3.1.3 Khalayak Sasaran	55
3.1.4 Hasil Survey	56
3.1.4.1 Wawancara Terhadap Dinas Pariwisata	56
3.1.4.2 Wawancara Terhadap Masyarakat Kampung Naga....	57
3.1.5 Data Kuesioner	57
A. Profil Pengunjung	58
B. Kegemaran Pengunjung	61

C. Kampung Naga	62
3.1.6 Data Proyek Sebelumnya	64
3.1.7 Data Proyek Sejenis	67
3.2 Analisis	72
3.2.1 Analisis STP	72
3.2.2 Analisis Media Mix	74
3.2.3 Kesimpulan Hasil Analisis	76
BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN	
4.1 Konsep Komunikasi	78
4.1.1 Tujuan Komunikasi	78
4.1.2 Sasaran	78
4.1.3 Strategi	78
4.2 Konsep Kreatif	80
4.3 Konsep Visual	82
4.3.1 Gaya Gambar	82
4.3.2 Warna	83
4.3.3 Tipografi	84
4.3.4 Layout	85
4.4 Konsep Media	85
4.4.1 <i>Budgeting</i> Media	88
4.4.2 <i>Timeline</i> Media	90
4.5 Hasil Perancangan	94
4.5.1 Brosur	94
4.5.2 <i>Banner</i> Internet	95
4.5.3 Poster	96
4.5.4 Surat Kabar	97
4.5.5 <i>X-Banner</i>	98
4.5.6 <i>T-Shirt</i>	99
4.5.7 <i>Mug</i>	99
4.5.8 Buku Panduan Wisata	100
4.5.9 Majalah	102
4.5.10 <i>Sticker</i>	103

4.5.11 Website	103
BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN	
5.1 Kesimpulan	104
5.2 Saran	104
DAFTAR PUSTAKA	xiv
LAMPIRAN	xvi

DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1	Skema perancangan	6
Gambar II.1	Faktor yang mempengaruhi kedatangan wisata	12
Gambar II.2	Skema Warna	33
Gambar II.3	Warna RGB	34
Gambar II.4	Warna CMYK	34
Gambar II.5	Huruf klasik	38
Gambar II.6	Huruf transisi	38

Gambar II.7	Huruf modern roman	39
Gambar II.8	Huruf <i>Sans Seif</i>	39
Gambar II.9	Huruf berkait balok.....	40
Gambar II.10	Huruf tulis	41
Gambar II.11	Huruf hiasan	41
Gambar III.1	Logo Kabupaten Tasikmalaya	43
Gambar III.2	Peta Kabupaten Tasikmalaya	45
Gambar III.3	Kujang	46
Gambar III.4	Mata pencaharian masyarakat Kampung Naga	47
Gambar III.5	Rumah Kampung Naga	48
Gambar III.6	Kampung Naga	49
Gambar III.7	Sungai Ciwulan	49
Gambar III.8	Kepercayaan Masyarakat Kampung Naga	52
Gambar III.9	Dua hutan yang mengapit Kampung Naga	54
Gambar III.10	Tempat Ibadah Kampung Naga	55
Gambar III.11	Grafik Jenis Kelamin Pengunjung	58
Gambar III.12	Grafik Usia Pengunjung	58
Gambar III.13	Grafik Pendidikan Terakhir Pengunjung	59
Gambar III.14	Grafik Pekerjaan Pengunjung	59
Gambar III.15	Grafik Pendapatan Pengunjung	60
Gambar III.16	Grafik Status Pernikahan Pengunjung	60
Gambar III.17	Grafik Kegemaran Pengunjung Terhadap Wisata	61
Gambar III.18	Grafik Jenis Pariwisata Pengunjung	61
Gambar III.19	Grafik <i>Partner</i> Wisata	62
Gambar III.20	Grafik informasi tentang Kampung Naga	62
Gambar III.21	Grafik kepeahaman pengunjung terhadap media	63
Gambar III.22	Grafik ketertarikan pengunjung terhadap media	63
Gambar III.23	Buku Informasi Pariwisata	64
Gambar III.24	Buku Informasi Pariwisata	64
Gambar III.25	<i>Website</i> Dinas Pariwisata	65
Gambar III.26	<i>Screenshoot</i> liputan berita SCTV	66
Gambar III.27	Kampung Naga di KOMPAS.com	67

Gambar III.28	Hasil analisis cluster menggunakan SPSS	73
Gambar VI.1	Batik Kujang	80
Gambar VI.2	Kampung Naga	81
Gambar IV.3	Segilima	81
Gambar IV.4	Skema Warna Utama	83
Gambar IV.5	Skema Warna Pendukung	83
Gambar IV.6	Jenis huruf <i>Awesome Java</i>	84
Gambar IV.7	Jenis huruf <i>Comfortaa</i>	85
Gambar IV.8	Jenis huruf <i>cambria</i>	85
Gambar IV.9	Brosur	94
Gambar IV.10	<i>Banner</i> Internet	95
Gambar IV.11	Penerapan <i>Banner</i> Internet	95
Gambar IV.12	Poster	96
Gambar IV.13	Surat Kabar	97
Gambar IV.14	Penerapan Surat Kabar	97
Gambar IV.15	<i>X-Banner</i>	98
Gambar IV.16	<i>T-Shirt</i>	99
Gambar IV.17	<i>Mug</i>	99
Gambar IV.18	Buku Panduan Wisata	100
Gambar IV.19	Buku Panduan Wisata	101
Gambar IV.20	Iklan Majalah	102
Gambar IV.21	<i>Sticker</i>	103
Gambar IV.22	<i>Website</i>	103

DAFTAR TABEL

Tabel II.1	Karakteristik <i>promotion mix</i>	16
Tabel II.2	Psikologi warna	35
Tabel III.1	Data Obyek Wisata Kabupaten Tasikmalaya	46
Tabel III.2	Data Hasil <i>Media Mix</i>	75
Tabel IV.1	Total <i>budgeting</i> media promosi selama satu tahun	90
Tabel IV.2	<i>Timeline</i> media internet selama satu tahun	90
Tabel IV.3	<i>Timeline</i> media alternatif selama satu tahun	91

Tabel IV.4 *Timeline* media cetak selama satu tahun 92