KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur hanya pada Allah SWT maha segala yang telah memberikan nikmatnya sehingga penulis bisa menyelesaikan tugas akhir sesuai dengan waktu yang ditentukan.

Tugas akhir ini disusun dengan judul **"PROMOSI KAMPUNG BUDAYA SINDANGBARANG - BOGOR"** dengan tujuan menyelesaikan studi di program studi Desain Komunikasi Visual yang menjadi salah satu syarat yang harus dipenuhi agar mendapatkan gelar sarjana, strata satu (S1).

Akhir kata, penulis berharap bahwa tugas akhir ini dapat memberikan manfaat bagi yang berkepentingan dalam melakukan perancangan promosi suatu perusahaan. Kekurangan, keterbatasan dan kemampuan yang penulis miliki membuat tugas akhir ini masih jauh dari sempurna oleh karena itu penulis sangat berharap banyak untuk saran dan kritik yang dapat membangun. Terima kasih.

Bandung, Februari 2011

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN

KATA PENGANTAR……. i

DAFTAR ISI…… ii

DAFTAR GAMBAR……... v

DAFTAR TABEL…… vii

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah……. 1

1.2 Identifikasi Masalah……. 4

1.3 Fokus Masalah……. 5

1.4 Batasan Masalah ……. 6

1.5 Tujuan Perancangan…… 6

1.6 Definisi Kata Kunci……... 6

BAB II

PEMBAHASAN UMUM LEMBUR BATIK

2.1 Pengertian Umum Budaya……... 9

2.1.1 Wujud Kebudayaan…… 9

2.2 Kota Bogor……. 11

2.2.1 Perihal Kota Bogor……. 11

2.2.2 Letak Geografis Kota Bogor……. 12

2.3 Kampung Budaya Sindangbarang Bogor…….. 13

2.3.1 Profil Kampung Budaya Sindangbarang Bogor…… 13

2.3.2 Sejarah Kampung Budaya Sindangbarang Bogor…… 14

2.3.3 Program Jangka Pendek dan jangka Panjang Kampung Budaya Sindangbarang Bogor……... 15

2.3.4 Fasilitas…… 16

2.3.5 Bentuk Bangunan Rumah Adat Sunda Kampung Budaya Sindangbarang Bogor……. 19

2.3.6 Daftar Harga…… 21
2.3.7 Kegiatan Kampung Budaya Sindangbarang Bogor……..... 22
2.3.8 Denah Kampung Budaya Sindangbarang Bogor……. 22
2.4 Tujuan Kampung Budaya Sindangbarang……..... 23
2.5 Potensi kampung Budaya Sindangbarang……..... 24
2.6 Tinjauan Khusus Kampung Budaya Sindangbarang Bogor……... 25
2.7 Promosi……... 26
2.7.1 Tujuan Promosi……..…... 26
2.8 Psikologi Remaja……... 27
2.9 Khalayak Sasaran……..…… 27
2.10 Kajian Permasalahan……. 28

BAB III

STRATEGI PERANCANGAN PROMOSI KAMPUNG BUDAYA SINDANGBARANG

3.1 Strategi Komunikasi…… 29
3.1.1 Tujuan Komunikasi…….. 30
3.1.2 Tema Dasar Komunikasi…… 30
3.1.3 Positioning…….…… 30
3.1.4 Pendekatan bahasa……. 31
3.1.5 Materi Pesan……. 32
3.2 Strategi Kreatif…….. 32
3.2.1 Strategi Verbal…….. 32
3.3 Strategi Media…… 33
3.3.1 Pemilihan Media…….. 33
3.3.2 Pertimbangan Media…….. 34
3.3.3 Media Pendukung…… 35
3.3.4 Penyebaran Media…….. 35
3.3.4.1 Tempat Penyebaran Media…… 35
3.3.4.2 Jadwal Penyebaran Media…… 35

3.4 Strategi Distribusi……. 37
3.5 Konsep Visual…… 38
3.5.1 Format Desain……. 38
3.5.2 Layout…… 38
3.5.3 Tipografi……. 39
3.5.4 Warna……. 40
3.5.5 Ilustrasi…….. 41
BAB IV
MEDIA DAN TEKNIS PRODUKSI
4.1 Media Cetak…….. 42
4.1.1 Poster……. 42
4.1.2 Iklan Tabloid dan Majalah Remaja……. 43
4.1.3 Brosur……. 44
4.1.4 Spanduk……. 45
4.1.5 Flyer…… 46
4.1.6 X-banner……. 47
4.2 Media Elektronik…….. 48
4.2.1 E-banner……. 48
4.3 Stationery…… 49
4.4 Merchandise…….. 50
4.5 T-shirt…….. 51
4.6 Gimmick…….. 52
4.6 Mobil Operasional…… 53
4.7 Papan Jadwal Kunjungan…… 54
DAFTAR PUSTAKA …….. 55
LAMPIRAN…….. 56

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Peta Lokasi Kampung Budaya Sindangbarang …….	2
Gambar 1.2	Rumah Berdinding Bambu.....	3
Gambar 1.3	Rumah Gede ……..	3
Gambar 2.1	Batu Menhir peninggalan Kerajaan Pajajaran……..	11
Gambar 2.2	Peta Kota Bogor.....……	12
Gambar 2.3	Kampung Budaya Sindangbarang ……	14
Gambar 2.4	Bangunan Khas Budaya Sunda.....…	16
Gambar 2.5	Rumah Penginapan …….	16
Gambar 2.6	Ruang Tidur dan Ruang Keluarga..……	16
Gambar 2.7	Ruang Diskusi dan Berkumpul ……..	17
Gambar 2.8	Belajar Tari dan Musik Tradisional ……	17
Gambar 2.9	Pijat Refleksi Tradisional ……	17
Gambar 2.10	Hiburan Kesenian Secara Langsung…….	18
Gambar 2.11	Permainan Tradisional ……	18
Gambar 2.12	Arum Jeram & Flying Fox ……..……	18
Gambar 2.13	Kegiatan Arum Jeram Kampung Budaya Sindangbarang.....	20
Gambar 4.5	Denah Kampung Budaya Sindangbarang.....	22
Gambar 4.1	Varian poster……	42
Gambar 4.2	Iklan Tabloid& Majalah Remaja……..……	43
Gambar 4.4	Brosur……	44
Gambar 4.5	Spanduk……	45
Gambar 4.6	Flyer……..……..	46
Gambar 4.7	X-Banner…..……	47
Gambar 4.8	E-Banner……...	48
Gambar 4.9	Stationery……..……	49
Gambar 4.10	Merchandise ……	50
Gambar 4.11	T-shirt……..	51
Gambar 4.12	Gimmick……..	52

Gambar 4.13 Mobil Operasional…… 53
Gambar 4.14 Papan Jadwal kunjungan…… 54

DAFTAR TABEL

Tabel 2.14	Daftar harga kunjungan……..	20
Tabel 2.15	Daftar harga sewa penginapan……..	20
Tabel 2.16	Daftar harga Arum Jeram……..……..	21
Tabel 3.1	U.S.P (*Uniqe Selling point*)……..	31
Tabel 3.2	Jadwal Penyebaran Media……..	36
Tabel 3.3	Strategi Distribusi……..	37
Tabel 3.4	Warna…….	40