

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan salah satu negara kaya akan karya seni budaya. Setiap wilayah mempunyai pengaruh terhadap timbulnya berbagai macam karya seni budaya Indonesia sendiri kental dengan nilai tradisional yang sangat menjunjung tinggi nilai budaya leluhurnya, warisan budaya yang diwariskan oleh para leluhur perlu dijaga dan dilestarikan. Salah satu contoh peninggalan kekayaan karya seni budaya yaitu wayang kulit, keris, alat musik permainan tradisional, dan lain lain. Perkembangan zaman modern sangat mempengaruhi perubahan pola hidup manusia. Perubahan ini disebabkan oleh perkembangan teknologi yang begitu pesat. Oleh karena itu banyak masyarakat khususnya anak-anak yang sudah meninggalkan kebudayaan dan nilai tradisi. Peninggalan yang diwariskan oleh leluhur akan dilupakan dan ditinggalkan apabila bila tidak ada yang menjaga dan melestarikannya.

Menurut Hatadiningrat Didi (2016), Sanggar Gubug Wayang merupakan salah satu tempat koleksi berbagai macam peninggalan cagar budaya lebih mirip dengan museum. Sanggar ini baru dibuka pada 15 Agustus 2015 untuk umum, yang terletak di Jl. Kartini No 23 Mojokerto Jawa Timur. Sanggar Gubug Wayang ini didirikan oleh bapak Senjoyo. Berdirinya Sanggar Gubug Wayang dilatarbelakangi oleh bentuk kecintaan terhadap budaya Indonesia, sehingga

bapak Senjoyo mendirikan sebuah Sanggar yang berguna dan berfungsi untuk tempat pembelajaran tentang nilai peninggalan sejarah dan untuk mengingat kembali akan budaya yang terdapat di Nusantara.

Sanggar Gubug Wayang menampilkan beberapa kategori koleksi peninggalan budaya antara lain : wayang kulit, wayang golek, wayang potehi, topeng, wayang tokoh bangsa dan tokoh internasional, keris, batu akik, alat musik tradisional, dan masih banyak lainnya. Namun di sanggar ini tidak hanya menyediakan peninggalan bersejarah akan tetapi menyediakan tempat bagi masyarakat yang memiliki bakat dalam bidang kesenian seperti seni tari, seni musik khususnya gamelan, dan seni tradisi lainnya.

Sampai saat ini masyarakat kurang menyadari akan keberadaan Sanggar Gubug Wayang Mojokerto dan kurang daya tarik untuk mengunjungi sanggar ini. Oleh karena itu untuk mengenalkan Sanggar Gubug Wayang tersebut membutuhkan media promosi yang bertujuan untuk mengenalkan kepada masyarakat secara luas. Karena tujuan dari didirikannya Sanggar Gubug Wayang ini untuk mengingatkan kembali masyarakat tentang budaya bangsa dan untuk mempersatukan bangsa. Sanggar Gubug Wayang Mojokerto belum terlalu dikenal oleh masyarakat. Data yang diperoleh dari jumlah kunjungan wisatawan Sanggar Gubug Wayang Mojokerto kunjungan terbanyak berasal dari luar kota Mojokerto sebanyak 60% yakni kota Jombang, Sidoarjo, Gresik, Lamongan. 30% wisatawan berasal dari mancanegara dan 10% berasal dari Mojokerto sendiri. Hasil ini dihitung berdasarkan penjualan tiket selama Sanggar Gubug Wayang pertama kali dibuka untuk umum sampai sekarang sudah terjual kurang lebih 450 – 600 tiket

perbulannya. Oleh sebab itu dibutuhkan upaya pengenalan Sanggar Gubug Wayang Mojokerto dengan harapan masyarakat dapat mengenal kekayaan budaya bangsa.

Segmentasi pasar pada Sanggar Gubug Wayang Mojokerto ini difokuskan pada segmentasi remaja. Remaja yang menjadi segmentasi adalah remaja usia 12-17 tahun. Dimana pada usia ini adalah masa perkembangan dimana pada masa itu remaja dapat dibekali pengetahuan tentang apapun salah satunya adalah budaya, dengan harapan budaya bisa dikembangkan dan dilestarikan agar tidak mati karena pada usia remaja memiliki pikiran yang kreatif dan inovatif (Morisan, 2010: 61).

Metode yang digunakan didalam penelitian ini menggunakan brand awareness yang bertujuan untuk meningkatkan daya tarik pengunjung yang kurang menyadari keberadaan Sanggar Gubug Wayang ini, upaya yang dilakukan yaitu dengan membuat beberapa media promosi untuk dipublikasikan kepada masyarakat luas.

Menurut Kotler (2001:68) promosi adalah aktivitas yang mengunggulkan produk dan membujuk pelanggan sasaran untuk membelinya. Promosi menjadi salah satu aspek rangkaian yang cukup penting yang dapat menjadi sarana perusahaan untuk berkomunikasi dengan target audiens guna menciptakan citra perusahaan di tengah masyarakat. Sanggar Gubug Wayang membutuhkan sebuah media promosi untuk mengenalkan kepada masyarakat dengan lebih jelas tentang apa, mengapa, bagaimana dan dimana itu Sanggar Gubug Wayang.

Menurut Kotler (2005:98) media promosi terbagi menjadi 5 jenis yaitu periklanan, personal selling, publisitas, promosi penjualan, dan pemasaran langsung. Sebagai salah satu langkah untuk meningkatkan pengunjung yang datang dalam perancangan media promosi Sanggar Gubug Wayang, penulis akan menambahkan media promosi yang belum digunakan oleh Sanggar Gubug Wayang yaitu promosi melalui media cetak, antara lain : poster, x-banner, brosur, dan juga melalui video youtube.

Salah satu media sosial yang paling efektif untuk meningkatkan brand awareness Sanggar Gubug Wayang yaitu video melalui media sosial youtube. Youtube dapat menjangkau masyarakat luas, dimanapun dan kapanpun. Agar masyarakat dapat mengetahui informasi lebih jelas.

Media cetak juga sangat berperan penting untuk mempromosikan Sanggar Gubug Wayang ini. Salah satunya adalah poster. Menurut Ardhi (2013:40), poster memiliki karakteristik media yang informatif, dapat dibaca berulang, tidak diatur untuk dipindahkan dan mampu menjangkau banyak audiens dan atraktif. Poster dapat diletakkan di keramaian dan sering dikunjungi oleh masyarakat. salah satunya disekolahan dan di tempat pembelanjaan.

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian tugas akhir ini adalah merancang media promosi sanggar gubug wayang sebagai upaya meningkatkan brand awareness. Brand awareness adalah kesanggupan seseorang calon pembeli untuk mengenali atau mengingat kembali bahwa suatu merk merupakan bagian dari kategori produk tertentu. Oleh karena itu, agar dikenal oleh masyarakat. Sanggar gubug wayang memerlukan media promosi yang terbaru supaya dapat

mempromosikan dan mengenalkan warisan produk budaya lokal Indonesia. Dengan adanya sanggar gubug wayang di Mojokerto diharapkan masyarakat Indonesia dapat mencintai seni dan budaya bangsa serta memahami nilai-nilai luhur yang harus dipelihara dan dilestarikan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka dapat disimpulkan perumusan masalah sebagai berikut: “ Bagaimana Merancang Media Promosi video Youtube Koleksi Sanggar Gubug Wayang Mojokerto Berbasis Budaya Sebagai Upaya Meningkatkan Brand Awareness ?

1.3 Batasan Masalah

Dari permasalahan yang dirumuskan di atas, batasan masalah yang digunakan adalah sebagai berikut:

- a. Media Utama yang digunakan adalah video youtube
- b. Media pendukung yang digunakan adalah melalui media cetak yaitu poster, brosur, dan x-banner
- c. Koleksi wayang

1.4 Tujuan

Tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah Untuk merancang media promosi Koleksi Sanggar Gubug Wayang Mojokerto Berbasis Budaya Sebagai Upaya Meningkatkan Brand Awareness.

1.5 Manfaat

1.5.1 Manfaat teoritis

Manfaat teoritis dari perancangan media promosi ini adalah dapat menambah pengetahuan umum akan pentingnya media cetak dan media sosial khususnya dalam merancang media promosi Sanggar Gubug Wayang.

1.5.2 Manfaat Praktis

- a. Media promosi yang telah dirancang dapat menambah pengetahuan dan wawasan tentang Koleksi Sanggar Gubug Wayang agar mereka mengetahui sejarah peninggalan budaya Indonesia.
- b. Media promosi yang diciptakan agar dapat mampu diapresiasi oleh masyarakat umum
- c. Agar dapat memberikan informasi kepada masyarakat agar karya seni yang ada di sanggar gubug wayang mampu diapresiasi oleh generasi khususnya dalam bidang pengembangan karya seni budaya.