

RINGKASAN

TASYA AULIA. Perencanaan Media Promosi di Kawasan Situs Cagar Budaya Barujaya Berdasarkan Persepsi Masyarakat Kabupaten Karawang. Dibimbing oleh **KANIA SOFIANTINA RAHAYU.**

Peninggalan sejarah kebudayaan tersebut dapat berupa bangunan, artefak, prasasti, dan lainnya. Salah satu kawasan yang memiliki peninggalan sejarah berupa bangunan, artefak dan prasasti yaitu Kawasan Situs Cagar Budaya Batujaya yang terletak di Kecamatan Batujaya, dan Pakisjaya, Kabupaten Karawang, Jawa Barat. Kawasan Cagar Budaya Batujaya diperkirakan lebih tua dari Candi Borobudur, dan Candi Prambanan. Kawasan ini merupakan pintu yang membuka dunia kepurbakalaan dalam kerangka sejarah kebudayaan Indonesia. Jumlah kunjungan pada Kawasan Situs Cagar Budaya Batujaya terus menurun dalam empat tahun terakhir berdasarkan data Badan Pusat Statistik Kabupaten Karawang 2021. Hal ini berkaitan dengan terjadinya Pandemi Covid-19, serta kurangnya kegiatan promosi. Perencanaan media promosi merupakan salah satu upaya agar tetap diketahui keberadaannya, dan meningkatkan kunjungan Kawasan Situs Cagar Budaya Batujaya. Perencanaan ini bertujuan untuk mengidentifikasi sumberdaya wisata, mengetahui karakteristik, persepsi, dan kesiapan pengelola, mengetahui karakteristik, persepsi, dan preferensi masyarakat, dan merancang media promosi *e-leaflet* Instagram dan desain *branding merchandise* berupa logo berdasarkan persepsi masyarakat Kabupaten Karawang.

Jenis data yang diambil dalam kegiatan Tugas Akhir yaitu sumberdaya wisata budaya, dan spiritual, data karakteristik, persepsi, dan kesiapan pengelola, data masyarakat yang mencakup karakteristik, persepsi, dan preferensi, serta rancangan media promosi *e-leaflet* Instagram dan desain *branding merchandise* berupa logo berdasarkan persepsi masyarakat Kabupaten Karawang. Metode yang digunakan yaitu observasi, wawancara, studi literatur, dan penyebaran kuesioner online baik yang tidak didampingi, atau didampingi secara langsung. Analisis yang digunakan yaitu analisis kualitatif untuk mendeskripsikan sumberdaya wisata budaya dan spiritual dan analisis kuantitatif menggunakan skala likert 1-5 dengan indikator penilaian Avenzora (2008).

Kawasan Situs Cagar Budaya Batujaya memiliki 62 titik situs, yang terdiri dari 30 situs yang sudah diekskavasi, lima situs sudah menjadi daya tarik wisata, dan 25 titik situs yang baru diketahui keberadaannya. Sumberdaya 30 situs meliputi Situs Segaran I, Situs Segaran II A, Situs Segaran II B-1, Situs Segaran II B-2, Situs Segaran II C, Situs Segaran II D, Situs Segaran III A, Situs Segaran B, Situs Segaran IV, Situs Segaran V, Situs Segaran VI, 5 sektor Situs Telagajaya I A, B, C, D, dan E, Situs Telagajaya II, Situs Telagajaya III, Situs Telagajaya IV A dan B, Situs Telagajaya V, Situs Telagajaya VI, Situs Telagajaya VII, Situs Telagajaya VIII, Situs Telagajaya IX, Situs Telagajaya X, dan Museum Situs Cagar Budaya Batujaya. Pengelola yang terdiri dari Bidang Promosi dan Pemasaran Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Karawang, serta Bidang Juru Pelihara Lapang dari Balai Pelestarian Cagar Budaya sebagian besar berjenis kelamin laki-laki dengan usia rata-rata berkisar 26-45. Seluruh pengelola berupa Aparatur Sipil Negara (ASN). Berkaitan dengan dominasi Pendidikan terakhir lulusan SMA/Sederajat pendapatan sebesar Rp1.000.000-5.000.000 per bulannya, seluruh pengelola berstatus sudah



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

menikah. Pengelola menyatakan setuju dan siap dengan dirancangnya media promosi dirancangnya perencanaan media promosi berdasarkan masyarakat Kabupaten Karawang.

Karakteristik masyarakat, sebagian besar responden berjenis kelamin laki-laki berentang usia 12-15 tahun, bekerja sebagai pelajar atau mahasiswa, berstatus belum menikah, dan berpendapatan sebesar Rp1.000.000-Rp5.000.000. Seluruh responden sudah mewakili semua kecamatan yang ada di Kabupaten Karawang. Masyarakat berpersepsi bahwa Kawasan Situs Cagar Budaya Batujaya harus dipromosikan, dan hasil persepsi terhadap media promosinya yaitu booklet, poster, video reels Instagram, *typografi* Instagram, *merchandise*, dan *event*. Berdasarkan pertimbangan dari pengelola, Arkeolog Bidang Budaya Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Karawang tidak setuju dengan rancangan *event*. Hal tersebut berkaitan dengan dampak negatif pada bangunan cagar budaya. Media promosi yang akan dirancang yaitu media lini atas berupa *e-leaflet* Instagram, dan media lini bawah *merchandise*. *E-leaflet* yang dirancang berjumlah tiga buah untuk postingan *feeds* yang berurutan. Desain *branding merchandise* berupa logo dibuat berdasarkan denah dari Situs Candi Jiwa, dan Situs Candi Blandongan sebagai maskot Kawasan Situs Cagar Budaya Batujaya.



Sekolah Vokasi
College of Vocational Studies

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.

2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.