



ABSTRAK

Kabupaten Karawang memiliki kekayaan budaya yang berpotensi menjadi daya Tarik wisata dan dapat dipromosikan ke seluruh nusantara. Perencanaan Media Promosi di Kawasan Cagar Budaya Batujaya bertujuan untuk (1) mengidentifikasi sumberdaya kawasan, (2) mengetahui karakteristik, persepsi dan preferensi masyarakat, dan (3) mengetahui karakteristik, persepsi dan kesiapan pengelola, serta (4) merancang media promosi yang akan dibuat berdasarkan persepsi masyarakat. Metode yang digunakan dalam Tugas Akhir ini adalah observasi, wawancara dengan menggunakan teknik *Snowball Sampling*, studi literatur pada sumberdaya kawasan, penyebaran kuesioner secara *online* untuk pengelola secara *purposive sampling*, dan pada data masyarakat secara *Random Sampling*. Analisis yang digunakan dalam Tugas Akhir yaitu menggunakan kualitatif untuk mendeskripsikan sumberdaya kawasan cagar budaya, dan analisis kuantitatif dengan menggunakan skala likert 1-5, dan menggunakan 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. Lima situs yang sudah menjadi daya tarik wisata yaitu Situs Candi Jiwa, Situs Candi Blandongan, Situs Damar, Situs Telagajaya VIII, dan Museum Situs Cagar Budaya Batujaya. Berdasarkan hasil identifikasi menunjukkan bahwa pengelola Kawasan Situs Cagar Budaya Batujaya setuju dengan adanya perencanaan media promosi berdasarkan persepsi masyarakat Kabupaten Karawang. Sebagian besar masyarakat Kabupaten Karawang memilih media promosi berupa media sosial Instagram, dan *merchandise* sebagai media promosi karena media tersebut merupakan media yang sering digunakan oleh masyarakat saat ini. Rancangan luaran perencanaan media promosi ini yaitu membuat *e-leaflet* Instagram, dan desain untuk *branding merchandise*.

Kata Kunci: Cagar Budaya Batujaya, Promosi Batujaya

ABSTRACT

Karawang Regency has a rich culture that becomes a tourist attraction and can awaken the entire archipelago. Promotional Media Planning in the Batujaya Cultural Conservation Area aims to (1) identify the area, (2) determine the characteristics, perceptions and preferences of the community, and (3) determine the characteristics, perceptions and readiness of managers, and (4) design promotional media that will be made based on public perception. The methods used in this Final Project are observation, interviews using the Snowball Sampling technique, literature study on regional resources, distributing online questionnaires for managers by purposive sampling, and on community data by Random Sampling. The analysis used in the Final Project is using qualitative to describe the resources of the cultural heritage area, and quantitative analysis using



a Likert scale of 1-5, and using Avenzora's (2008) assessment indicators. The Batujaya Cultural Conservation Site area has 62 sites, consisting of 30 sites that are dead, five sites that have become tourist attractions, and 25 sites that have just been discovered. Five sites that have become tourist attractions are the Soul Temple Site, Blandongan Temple Site, Damar Site, Telagajaya VIII Site, and the Batujaya Cultural Heritage Site Museum. Based on the results show that the manager of the Batujaya Cultural Conservation Site Area agrees with the planning of promotional media based on the perception of the people of Karawang Regency. Most of the people of Karawang Regency choose promotional media in the form of Instagram social media, and merchandise as promotional media because these media are media that are often used by people today. The output design of this promotional media plan is to make Instagram e-leaflets, and designs for branding merchandise.

Key words: Batujaya Cultural Conservation, Batujaya Promotion



Sekolah Vokasi
College of Vocational Studies

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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.