



RINGKASAN

MARSYA DHEA SALSABILA. Perencanaan Media Promosi pada Festival Kuliner di Kota Bogor Provinsi Jawa Barat. *Promotional Media of Traditional Cullinary Festival in Bogor City West Java Province*. Dibimbing oleh **IRA RESMAYASARI.**

Kuliner adalah suatu bagian hidup yang erat kaitannya dengan konsumsi makanan sehari-hari karena setiap orang memerlukan makanan yang sangat dibutuhkan. Kuliner terbagi menjadi kuliner tradisional dan modern. Kuliner menjadi ciri kekayaan dan keragaman budaya di Indonesia dengan ditandai oleh perbedaan-perbedaan di setiap daerahnya. Kuliner tradisional di Kota Bogor sangat beragam. Namun, terdapat kekhawatiran yang muncul mengenai potensi hilangnya kuliner tradisional dan pengetahuan tentang kuliner tradisional di kalangan generasi muda. Upaya memperkenalkan kuliner tradisional Indonesia kepada generasi muda dan masyarakat yang telah dilakukan salah satunya adalah dalam bentuk festival. Perkembangan festival sangat berkaitan dengan bagaimana promosi yang dilakukan. Kegiatan promosi dilakukan agar festival lebih dikenal oleh masyarakat luas. Tujuan dari kegiatan Tugas Akhir ini adalah (1) Mengidentifikasi potensi wisata kuliner tradisional dan venue di Kota Bogor, (2) Membuat rancangan festival kuliner tradisional di Kota Bogor, (3) Membuat rancangan media promosi festival kuliner tradisional Kota Bogor, dan (4) Mengetahui karakteristik, motivasi, dan persepsi responden terhadap rancangan media promosi yang dibuat. Luaran yang dihasilkan adalah media promosi berupa poster, spanduk, video promosi pada aplikasi Instagram, TikTok, dan Youtube.

Kegiatan tugas akhir mengenai perencanaan media promosi pada festival kuliner tradisional dilakukan di Kota Bogor dengan waktu pelaksanaan mulai dari pertengahan Maret hingga akhir Mei 2022. Metode pelaksanaan yang digunakan yaitu studi literatur, observasi langsung, wawancara dan penyebaran kuesioner. Data yang dibutuhkan adalah potensi wisata kuliner dan *venue*, yang kemudian akan menghasilkan rancangan festival kuliner. Festival kuliner membutuhkan media promosi, oleh karena itu, media promosi berupa iklan yaitu poster dan spanduk serta media interaktif yaitu video promosi pada aplikasi Instagram, TikTok dan Youtube. Rancangan media promosi disebarkan kepada masyarakat untuk mengetahui karakteristik, motivasi dan persepsi dari rancangan yang telah dilihat. Teknik yang digunakan untuk pengambilan data yaitu Teknik *purposive sampling*. Penyebaran kuesioner dilakukan kepada 150 responden.

Potensi wisata kuliner tradisional terdapat 28 kuliner tradisional terbagi menjadi 4 kategori utama yaitu 15 jenis makanan utama, 5 jenis makanan ringan, 2 jenis oleh-oleh dan 6 jenis minuman. Serta terdapat potensi wisata 11 *venue* potensial di Kota Bogor. Pemilihan *venue* mempertimbangkan letak, kapasitas, fasilitas, aksesibilitas, lahan parkir dan biaya sewa *venue*.

Perencanaan festival yang dibuat bernama “Bogor Refoodlution”. “Bogor” yang menjelaskan bahwa perencanaan festival kuliner tradisional yang akan dibuat berlokasi di Kota Bogor dan topik yang akan diangkat adalah kuliner tradisional yang ada di Kota Bogor. Kata “Refoodlution” berasal dari sebuah kata dalam Bahasa Inggris yaitu *revolution* yang secara harfiah memiliki arti perubahan. Bogor Refoodlution memiliki arti revolusi makanan dari era tradisional ke era modern.



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

Hal ini terjadi pada penjaan kuliner tradisional biasanya hanya dijual pada pasar tradisional atau hanya pada tempat tertentu. Pada perencanaan festival kuliner tradisional yang akan dibuat, kuliner tradisional disajikan dalam bentuk festival. Festival akan dilaksanakan pada hari Minggu, 16 Oktober 2022 untuk memperingati Hari Pangan Nasional dan berlokasi di GOR Pajajaran Kota Bogor. Festival “Bogor Refoodlution” akan dilaksanakan selama 6 jam dan memiliki sasaran 3.000 peserta. Kekurangan anggaran biaya pada festival sebesar Rp78.865.000. Sponsor terbagi menjadi sponsor diamond, emerald, gold, silver, media partner dan donatur. Atribut festival terbagi menjadi atribut panitia yaitu logo festival, kaos panitia, dan tanda pengenal, atribut peserta yaitu tiket dan Cinderamata yaitu kaos, botol minum dan *totebag*.

Rancangan media promosi yang dibuat memiliki *background* berwarna merah dan dipadukan dengan warna kuning. Informasi yang dicantumkan dalam media promosi terdiri dari nama festival, tanggal pelaksanaan, tempat pelaksanaan, *itinerary*, harga tiket, link registrasi tiket, *tagline* dan daftar sponsor. Rancangan media promosi disebar kepada 150 responden untuk mendapatkan data karakteristik, motivasi dan persepsi. Responden termotivasi untuk mengunjungi “Bogor Refoodlution” dengan persepsi yang baik karena media promosi dipandang menarik.

Kata Kunci : Festival Kuliner, Kuliner Tradisional, Media Promosi



Sekolah Vokasi
College of Vocational Studies