



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Vespa World Days adalah sebuah acara tahunan untuk memperingati hari besar legenda abadi Vespa. Pada tahun 1954 *Vespa World Days* bernama *Eurovespa*. Pertama kali diselenggarakan di negara Perancis tepatnya di kota Paris pada tahun 1954. Semua pecinta vespa dari belahan Eropa hingga manca negara datang untuk meramaikan acara tersebut. Pada tahun 2006 *Piaggio Group* dan *Piaggio Foundation* membentuk *Vespa World Club* dengan tujuan untuk mempromosikan, menyatukan dan mengkoordinasikan semua *club* Vespa di seluruh dunia. Tahun 2007 nama acara *Eurovespa* diubah menjadi *Vespa World Days*.

Danny Mamesah selaku *President Vespa Club Indonesia* mengutarakan dalam sesi wawancara yang penulis lakukan pada tanggal 08 Februari 2019, *Vespa Club Indonesia* telah mengikuti acara *Vespa World Days* pada 3 (tiga) tahun terakhir, yaitu tahun 2016 ST. Tropez di negara Perancis, 2017 Celle di Jerman dan 2018 Belfast di Britania Raya. Pada tahun ketiga Indonesia terpilih menjadi tuan rumah acara *Vespa World Days* di tahun 2020. Beliau juga mengutarakan Bali menjadi tempat penyelenggaraan acara tersebut dengan bertujuan untuk menarik perhatian pecinta Vespa Internasional maupun nasional, dikarenakan Bali sebagai magnet pariwisata dunia serta menjadi sebuah pintu untuk mengenalkan Indonesia ke mata dunia. Dalam pengalaman Danny Mamesah yang diceritakan dalam wawancara, setiap 3 (tiga) negara yang mengadakan acara *Vespa World Days* selalu

mempromosikan acara tersebut dengan menonjolkan dan menampilkan ciri khas kota dan negara tersebut yang menjadi tempat acara berlangsung. Sehingga pecinta Vespa manca negara tertarik untuk menghadiri acara tersebut.

Dengan melihat bagaimana promosi yang dilakukan oleh 3 (tiga) negara sebelumnya, *Vespa Club Indonesia* berkeinginan bahwa acara *Vespa World Days* di Bali tahun 2020 mengangkat karakteristik dan ciri khas kekayaan budaya yang dimiliki oleh Bali kepada pecinta Vespa Internasional dan juga ke mata dunia yang dikemas secara Internasional tetapi tetap memiliki nuansa Bali yang kaya dengan keanekaragaman budayanya, agar para pecinta Vespa manca negara dapat tertarik untuk menghadiri acara *Vespa World Days 2020* di Bali. Danny Mamesah juga mengutarakan pihak panitia baru sekedar melakukan kegiatan promosi melalui *word of mouth* dan Instagram saja, hal tersebut tidak terlalu berdampak besar, sehingga ditakutkan acara *Vespa World Days 2020* di Bali tidak dapat diketahui dan dihadiri oleh pecinta Vespa manca negara dan nasional, karena minimnya promosi yang dilakukan oleh pihak panitia penyelenggara.

Melalui kajian diatas yang telah dijabarkan, penulis tertarik untuk merancang promosi yang bernuansakan Bali dengan mengangkat kekayaan budayanya melalui perancangan promosi acara *Vespa World Days* di Bali tahun 2020.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan kajian diatas, rumusan masalah yang didapat adalah bagaimana perancangan promosi acara *Vespa World Days* di Bali tahun 2020?

1.3. Batasan Masalah

Agar perancangan tidak meluas dari pembahasan dalam tugas akhir ini, maka penulis membatasinya pada ruang lingkup penelitian sebagai berikut:

1. Target Audien

a) Geografis:

- Internasional
 - 1) Indonesia
 - 2) Malaysia
 - 3) Singapore
 - 4) Filipina
 - 5) Australia
 - 6) Brunei Darusalam
 - 7) Jepang

b) Psikografis:

- Pecinta Vespa : memiliki sifat antusiasme tinggi terhadap *scooter* Vespa
- Masyarakat yang memiliki ketertarikan dengan dunia otomotif,

c) Demografis :

- Usia : 20 – 50 tahun
- Gender : Laki-laki dan Perempuan
- Kebangsaan : WNI dan WNA
- Bahasa : Bilingual, Bahasa Indonesia dan Bahasa Inggris
- Pendidikan : Minimal Pendidikan SMA
- Pekerjaan : Pelajar dan Pekerja
- Pendapatan : UMR dan diatas UMR
- Kelas Ekonomi : SES A & SES B

2. Penelitian perancangan promosi ditunjukkan kepada pengguna Vespa dan penggemar Vespa pada umumnya.

1.4. Tujuan Tugas Akhir

Merancang promosi yang efektif sehingga acara *Vespa World Days* di Bali tahun 2020 dapat diketahui dan dihadiri oleh para pecinta Vespa nasional serta manca negara.

1.5. Manfaat Tugas Akhir

Melalui perancangan promosi acara *Vespa World Days* Di Bali tahun 2020, akhirnya akan berguna bagi khalayak banyak, khususnya adalah:

1. Bagi penulis, perancangan tugas akhir ini memiliki banyak manfaat yang didapatkan, penulis dapat belajar dan memahami bagaimana strategi promosi yang baik dan benar agar promosi tersebut dapat mengenai sasaran.

Penulis berharap bahwa melalui tugas akhir yang dilkauan penulis mendapatkan pengalaman baru dalam hal merancang sebuah promosi, mendapatkan ilmu dan infromasi yang bermanfaat juga berkembang.

2. Bagi pihak pembaca dan audien dapat mengenal acara *Vespa World Days* berskala internasional yang akan diadakan di Indonesia serta menjadi sebuah sejarah bahwa Indonesia pernah menjadi tuan rumah acara *Vespa World Days*.
3. Perancangan tugas akhir yang penulis lakukan akan berdampak positif bagi Universitas untuk dapat mengetahui ilmu-ilmu strategi promosi dalam suatu acara yang berskala internasional. Laporan ini berfungsi kepada mahasiswa yang akan mengambil topik tugas akhir dalam perancangan promosi.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA