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.

Perpustakaan Univeristas Multimedia Nusantara

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Menurut Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi DKI Jakarta (2010), Taman Mini Indonesia Indah merupakan taman miniatur Indonesia dan dapat menjadi sarana memperkokoh persatuan dan kesatuan bangsa Indonesia. Terdapat berbagai rumah adat yang melambangkan setiap provinsi. Setiap anjungan menawarkan kegiatan kebudayaan di daerah tersebut, seperti misalnya kursus menari Bali di Anjungan Bali, atau pertunjukkan tarian daerah di anjungan lainnya.

Sayangnya, saat ini Anjungan Daerah Taman Mini Indonesia Indah mulai ditinggalkan terutama oleh generasi muda. Menurut Ilham, divisi *marketing* TMII, generasi muda lebih senang datang ke 2 wahana baru di TMII, yaitu *Skyworld* dan Taman Legenda. Namun, dua wahana TMII tersebut tidak bertemakan budaya Indonesia, tetapi bertemakan luar angkasa dan dinosaurus.

Padahal, Anjungan Daerah Taman Mini Indonesia Indah memiliki nilai informasi yang mendalam mengenai budaya Indonesia. Sementara, generasi muda Indonesia masih banyak yang tidak mengetahui budaya Indonesia. Hal ini dibuktikan dari survei yang dilakukan penulis kepada 152 responden yang tinggal pada area JABODETABEK pada bulan September 2019, dibandingkan dengan *range* umur yang lain, generasi muda umur 15 – 25 tahun lebih tidak mengenal budaya Indonesia. Menurut Presiden Joko Widodo dalam Pawai Pesta Kesenian Bali ke-38 di Monumen Perjuangan Rakyat Bali pada 11 Juni 2016, bila

masyarakat tidak mendapat pendidikan budaya, mereka akan kehilangan fondasi etik dalam tatanan kehidupan mereka, bahkan generasi muda dapat mengalami krisis karakter. (diunduh dari *http://www.presidenri.go.id/berita-aktual/peran-budaya-dalam-membangun-bangsa.htm*l pada tanggal 27 Agustus 2019, pk 19:42). Menurut Sidi (2014), bangsa yang mengalami krisis karakter akan terbawa arus perkembangan global dan nantinya akan kalah dalam persaingan global.

Hal ini dapat dicegah dengan kunjungan generasi muda ke Anjungan Daerah Taman Mini Indonesia Indah. Di dalam Anjungan Daerah, generasi muda Indonesia dapat belajar mengenai budaya Indonesia. Direktur TMII, Sulistiyo mengatakan bahwa Taman Mini Indonesia Indah juga dipercaya sebagai tempat pelestari budaya akan terus memfasilitasi generasi muda Indonesia untuk mempelajari dan melestarikan budaya Indonesia. (diunduh dari *http://poskotanews.com/2016/12/18/*TMII-*apresiasi-generasi-muda-menjaga-kebuduyaan-indonesia/* pada tanggal 27 Februari 2019 pk 19.14). Berdasarkan masalah tersebut, penulis bermaksud untuk membuat perancangan promosi Anjungan Daerah Taman Mini Indonesia Indah dengan tujuan menarik minat para generasi muda Indonesia untuk lebih mengenal budaya Indonesia.

1.2. Rumusan Masalah

Bagaimana merancang promosi Anjungan Daerah Taman Mini Indonesia Indah?

1.3. Batasan Masalah

Agar penelitian lebih fokus dan tidak meluas dari pembahasan yang dimaksud, penulis membatasi target pengunjung untuk promosi Anjungan Daerah TMII sebagai berikut:

1. Geografis: Urban, khususnya JABODETABEK

2. Demografis:

Ekonomi:	SES B
Umur:	17-25 tahun
Pendidikan:	SMA
Gender:	Laki-laki dan perempuan
Pekerjaan:	Pelajar dan mahasiswa

Psikografis: Generasi muda Indonesia yang tidak tahu budaya Indonesia

1.4. Tujuan Tugas Akhir

Tujuan dari tugas akhir ini adalah promosi anjungan daerah Taman Mini Indonesia Indah.

1.5. Manfaat Tugas Akhir

Penulis berharap tugas akhir ini dapat menaikkan minat generasi muda terhadap anjungan daerah di Taman Mini Indonesia Indah bagi masyarakat, menjadi rujukan akademis dalam perancangan sejenis bagi universitas, dan menambah pengetahuan terutama dalam bidang promosi bagi penulis sendiri.