



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, 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

Bakti Budaya Djarum memprakarsai 2.000 acara budaya dan berkolaborasi dengan seniman untuk mengeluarkan pemikiran kreatif mereka sejak tahun 1992. Pada tahun 2011, Djarum Apresiasi Budaya mulai memperhatikan dan mendukung berbagai proyek seni pertunjukan Indonesia. Sebagian besar pekerjaan telah dihargai dan sangat diakui oleh masyarakat.

Pada tahun 2011, Indonesiakaya.com diluncurkan, yang merupakan situs web pengetahuan budaya yang mencakup tradisi nusantara, seni, pariwisata, dan kuliner. Di penghujung tahun 2013, Galeri Indonesia Kaya dibuka sebagai ruang belajar yang terbuka bagi masyarakat luas. Dengan adanya teknologi digital saat ini, galeri Indonesia dapat membuat website menjadi lebih menarik dan interaktif sehingga lebih banyak orang dapat melihatnya dengan lebih nyaman. Galeri yang terletak di Indonesia Raya ini memberikan pengetahuan budaya yang langka di kawasan tersebut. Semua fasilitas Galeri Indonesia Kaya dapat digunakan secara gratis.

Namun pada perjalanannya, pengunjung yang diharapkan tetap tidak mencapai target yang diinginkan oleh Galeri Indonesia Kaya terutama untuk anak muda meskipun Galeri Indonesia Kaya telah berusaha semaksimal mungkin dengan cara membuat poster dan standing banner di sekitaran mall Grand Indonesia.

Pada tahun 2018 hingga 2020, Galeri Indonesia semakin sepi keberadaanya, karena walaupun gratis banyak anak muda pergi ke Grand Indonesia bukan untuk berkunjung ke Galeri Indonesia Kaya, melainkan mereka pergi untuk berbelanja, jalan jalan hingga makan, itu dikarenakan Galeri Indonesia Kaya yang kurang akan identitas perusahaan yang menarik. Anak muda jaman sekarang perlu sesuatu yang berbeda agar bisa menarik perhatian mereka yang sesuai dengan jati diri anak muda di Jakarta pada tahun 2021 ini.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijabarkan, penelitian ini mempunyai rumusan masalah yaitu bagaimana perancangan promosi untuk Galeri Indonesia Kaya di Jakarta.

## 1.3 Batasan Masalah

Adapun Batasan masalah yang akan dibahas pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Luas lingkup hanya meliputi informasi seputar Galeri Indonesia Kaya.
2. Informasi yang disajikan yaitu semakin turun galeri Indonesia kaya semakin sepi dikarenakan berkurangnya pengunjung dan solusi yang akan saya berikan adalah perancangan media promosi untuk galeri Indonesia kaya.
3. Subjek / target khalayak

### 1.3.1 Demografis

1. Usia : Primer (18-28 tahun)

Dari rentan usia yang dijabarkan diatas bahwa target usia dari Galeri Indonesia Kaya adalah dilihat dari usia primer dan sekunder. Dimana usia primer adalah target usia yang menjadi target usia utama dari penelitian ini karena rentan usia pengunjung yang datang ke Galeri Indonesia Kaya adalah dari usia utama yaitu 18-28 tahun. Sedangkan target usia sekunder adalah sebuah target umur yang bisa dikata universal atau umum, jadi target sekunder ini adalah sebuah target umur yang pengunjungnya bisa dari rentan dari diluar umum yang sudah ditentukan penulis. Sehingga dapat disimpulkan bahwa target umur utama dari Galeri Indonesia Kaya Target Umur Primer yaitu 18-28 tahun.

2. Jenis Kelamin : Laki-laki dan perempuan

3. Pendidikan : Mahasiswa

- 4. Etnis : Semua Etnis
- 5. Agama : Semua agama
- 6. Status ekonomi : Menengah ke atas

**1.3.2 Geografis** : Anak muda di Jakarta

**1.3.3 Psikografis** :Memiliki rasa cinta akan Indonesia dan menyukai seni.

#### **1.4 Tujuan**

Tujuan dari tugas akhir ini adalah untuk perancangan promosi untuk Galeri Indonesia Kaya di Jakarta.

#### **1.5 Manfaat**

1. Bagi Penulis: bagi penulis diharapkan lebih bisa mengetahui semua sikap dan perilaku seseorang terhadap budaya bagi orang di Jakarta dan juga menambahkan berbagai macam pengalaman bagaimana perancangan promosi yang baik dan benar.
2. Bagi Masyarakat: diharapkan dapat membantu mereka untuk mengenal kebudayaan Indonesia dan dapat dijadikan referensi di kemudian hari.
3. Bagi Universitas: laporan ini bisa berguna untuk universitas dan bisa menjadi bahan ilmu pengetahuan dan menjadikan informasi yang jelas di masa yang akan datang dan berguna bagi semua mahasiswa.

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