

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Panjalu adalah sebuah Kecamatan yang ada di Kabupaten Ciamis Jawa Barat, Panjalu dikenal dengan penduduknya yang banyak merantau menjadi pedagang, khususnya di daerah Kota Bandung yaitu berada di pasar Caringin maupun Jatayu. Namun selain terkenal dengan warganya yang mahir dengan berdagang, Panjalu dikenal sebagai destinasi wisata ziarahnya, salah satu tujuan wisata utamanya yaitu situ lengkong dimana tempat makam salah satu pendiri kerajaan Panjalu berada di tengah - tengah danau tersebut. Prabu Sanghyang Borosngora adalah salah satu raja Panjalu yang menyebarkan agama Islam di Panjalu, setelah pulang dari sayembara mencari ilmu sejati sampai negeri Arab bertemu Sayidina Ali membawa sebuah kepercayaan yaitu agama Islam, selain membawa keyakinan tersebut Prabu Sanghyang Borosngora dibekali sebuah senjata yaitu Pedang Zulfikar , yang hingga saat ini pedang tersebut tersimpan rapih di museum bumi alit.

Selain peninggalan sejarah dan wisata alamnya Panjalu memiliki kesenian khas yang lahir di Panjalu seperti *wayang landung*, *buta kararas tilas*, hingga *alat musik gemyung*. Panjalu memiliki banyak potensi yang seharusnya masyarakat luas untuk mengetahuinya, selain membantu menjaga pelestarian kebudayaannya juga membantu pendapatan daerah setempat. Dalam rangka menghormati perjuangan Prabu Sanghyang Borosngora yang telah menyebarkan agama Islam di Panjalu setiap setahun sekali tepatnya saat bulan Maulud Nabi Muhammad SAW. Selain menyambut Maulud Nabi, masyarakat Panjalu mengadakan upacara adat yaitu upacara adat *nyangku*, *nyangku* yang berarti *nya'angan laku*, menerangi perilaku jika dalam arti bahasa arab yaitu *yanko* artinya mensucikan diri. *Nyangku* sendiri yaitu membersihkan benda benda pusaka peninggalan Prabu Sanghyang Borosngora saat penyebaran agama Islam di Panjalu, salah satunya Pedang Zulfikar peninggalan Sayidina Ali dan keris komando serta pusaka pusaka kerajaan lainnya.

Upacara adat *nyangku* ini juga dijadikan untuk pengenalan wisata alam dan kesenian yang ada di Panjalu, sebelum pelaksanaan pembersihan benda pusaka, panitia penyelenggara (Yayasan Borosngora) memberikan waktu selama seminggu lebih untuk menampilkan pentas kesenian yang ada di Panjalu.

Selain itu kuliner dan oleh-oleh ciri khas Panjalu dijual belikan oleh masyarakat setempat, dan acara ini menjadi peluang usaha bagi para masyarakat Panjalu yang memiliki jumlah penduduk sekitar 50.438 jiwa terhitung pada tahun 2015, Masyarakat yang mayoritas adalah petani dan pedagang namun jumlah pengangguran yang masih tinggi sekitar 2.215 jiwa. Dengan adanya acara tahunan ini mereka yang tidak memiliki pekerjaan bisa menghasilkan penghasilan. Upacara adat *nyangku* sudah dicatat oleh kementerian pendidikan dan budaya sebagai WBTB (warisan budaya tak benda) pada tahun 2017 agar diakui oleh UNESCO sehingga upacara adat *nyangku* ini dipermanenkan milik Indonesia, hal ini bisa mendorong agar upacara *nyangku* tidak dikenal hanya orang Jawa Barat saja melainkan bisa mendunia.

Upacara adat *nyangku* ini menjadi sebuah potensi untuk mengenalkan Panjalu secara menyeluruh oleh karena itu upacara adat *nyangku* ini perlu dipromosikan lebih luas lagi, bukan hanya pecinta kebudayaan saja tetapi bagi yang belum mengetahui upacara ini untuk mengetahuinya, karena sangat membantu untuk pelestarian kebudayaan dan menjadikan Panjalu menjadi salah satu pilihan untuk berdestinasi wisata pilihan karena upacara adat *nyangku* sudah menjadi festival agenda tahunan yang diselenggarakan.

Namun dalam segi promosi yang dilakukan masih sangat kurang untuk mencapai target yang lebih luas, oleh karena itu perlu di tingkatkan kegiatan promosi yang dilakukan sehingga bisa mencapai target yang sebelumnya belum pernah mengunjungi Panjalu.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah serta data dan fakta yang telah diuraikan diatas, maka identifikasi masalah dalam perancangan ini antara lain :

1. Selain wisata ziarah Panjalu memiliki banyak potensi yang seharusnya dipublikasikan kepada masyarakat luas
2. Upacara adat *nyangku* menjadi ajang pengenalan berbagai macam segala hal tentang Panjalu dari mulai sejarah hingga kesenian yang ada di Panjalu.
3. Kurangnya promosi secara luas dan kurang menarik dari segi visual
4. Masih kurangnya pengetahuan tentang Panjalu selain wisata sejarah

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

Bagaimana cara memperkenalkan potensi Panjalu sehingga bisa dikenal oleh masyarakat luas ?

1.4 Batasan Masalah

Dalam penelitian ini ada beberapa batasan masalah yang di ambil antara lain adalah memfokuskan perancangan promosi upacara adat *nyangku*, lalu penelitian ini dilakukan di tempat penyelenggaraannya upacara tersebut di Panjalu Ciamis Jawa Barat

1.5 Maksud dan Tujuan Penelitian

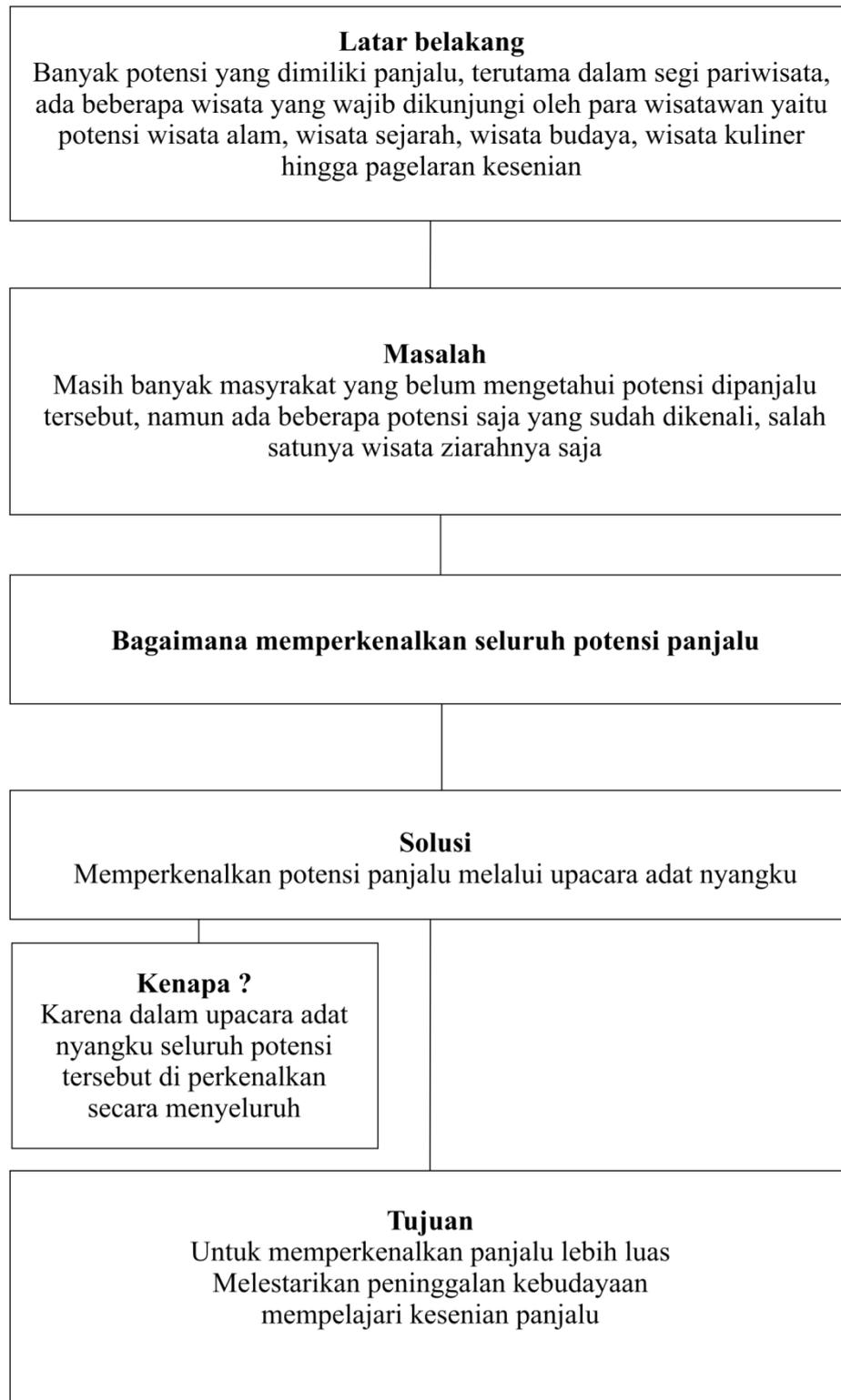
Maksud dari penelitian ini adalah :

1. Merancang media promosi untuk Upacara Adat *Nyangku Panjalu*

Tujuan dari penelitian ini adalah :

2. Mengajak Masyarakat khususnya kelas Kelas pekerja dan mahasiswa untuk ikut menjaga pelestarian kebudayaan lokal
3. Mengenalkan panjalu ke masyrakat yang lebih luas
4. Menjadi pilihan untuk berwisata khususnya wisata budaya dan wisata alam

1.6 Struktur Berfikir



Gambar 1.1 Struktur berfikir

1.7 Metode Penelitian

Metode pendekatan penelitian yang digunakan pada perancangan ini adalah metode *Mix Methods* dengan instrument penelitian observasi, kuesioner, dan wawancara. Digunakan metode tersebut bertujuan untuk memudahkan mendapatkan data pada perancangan *Promosi Festival Upacara Adat Nyangku Panjalu*

1.8 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini menjelaskan latar belakang masalah yang sedang diteliti, mencermati masalah utama sehingga dapat menyimpulkan permasalahan yang ada lalu membatasi masalah agar fokus kepada solusi yang ditawarkan.

BAB II LANDASAN TEORI

Dalam bab ini mengemukakan tentang landasan teori yaitu mengenai teori - teori yang digunakan dalam perancangan promosi yang akan dibuat.

BAB III DATA DAN ANALISA

Bab ini membahas tentang Data dan Analisa yang telah di lakukan. Mulai dari hasil observasi, kuesioner, wawancara, Analisa SWOT/5W2H, *consumer journey*, dan *what to say*.

BAB IV KONSEP PERANCANGAN

Dalam bab ini akan menjelaskan tentang bagaimana cara untuk menyampaikan dalam perancangan promosi secara detail.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini memberikan kesimpulan dari penulisan yang telah dilakukan dan memberikan saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi para pembaca.