

BAB III

DATA dan ANALISA

3.1 Data

3.1.1 Hasil Observasi

Observasi dilakukan di Kecamatan Panjalu Ciamis Jawa Barat, penelitian ini dilakukan secara terjun langsung ke lapangan bertujuan untuk mencari akar permasalahan yang sedang terjadi dengan cara berkunjung langsung ke tempat tujuan berbincang dan berinteraksi secara langsung dengan penduduk atau instansi terkait agar data semakin akurat.

3.1.2 Hasil Wawancara



Gambar 3.1 Wawancara Mang Ganda Pegiat kesenian Panjalu

Berdasarkan hasil wawancara terhadap beberapa narasumber tentang potensi yang ada di Panjalu, serta upacara adat *nyangku* ditemukan bahwa potensi yang ada di Panjalu belum banyak dikenal oleh masyarakat luas, Panjalu lebih dikenal dengan wisata ziarahnya saja.

3.1.3 Hasil Kuesioner

Kuesioner disebar kepada yang ditujukan untuk mengetahui seberapa besar pengetahuan target terhadap upacara adat *nyangku*. Berdasarkan hasil kuesioner yang telah disebar kepada 110 responden di beberapa kota besar di pulau Jawa dan Bali (Jakarta, Bandung, Yogyakarta, Denpasar) ditemukan beberapa fakta sebagai berikut :

Dari hasil kuesioner yang sudah disebar ada beberapa responden sebanyak 20% responden tinggal di Bandung dan Jakarta, sebanyak 63 responden memilih untuk berwisata alam lalu wisata budaya hanya 5 responden sehingga hampir 59 responden tidak tahu adanya festival *nyangku*

3.2 Analisis

a. Target Audiens

Demografis

- Laki Laki - Perempuan
- Kelas Pekerja & Mahasiswa
- Usia 18 - 40 Tahun

Geografis

- Perkotaan Bandung dan Jakarta

Psikografis

- Senang traveling
- Liburan keluar kota
- Ketertarikan budaya lokal
- Ketertarikan kepada hal yang baru

3.2.1 Analisis SWOT

Strength

- *Nyangku* sudah terdaftar menjadi WBTB (Warisan budaya tak benda) yang digagas oleh kementerian pendidikan dan kebudayaan untuk diakui oleh UNESCO sehingga *nyangku* bisa dikenal lebih luas dan diakui oleh dunia sebagai warisan asli dari Indonesia.
- Dalam upacara adat *nyangku*, semua hal yang berkaitan dengan panjalu dikenalkan dalam acara ini.
- Masyarakat Panjalu yang antusias ikut serta dalam menjaga pelestarian, sehingga upacara adat *nyangku* masih digelar secara rutin .

Weakness

- Kurangnya promosi yang dilakukan oleh pihak pemerintah setempat atau panitia yang menyelenggarakan
- Pro dan kontra antara kegiatan kebudayaan atau agama
- Masih kurangnya pengetahuan masyarakat terhadap upacara adat *nyangku* terutama masyarakat yang notabennya hidup modern.

Opportunity

- *Nyangku* bisa lebih dikenal secara luas , jika pemasaran dari segi promosinya di perbaiki
- Panjalu memiliki visi “ mewujudkan kecamatan Panjalu yang agamis sebagai daerah agraris dan tujuan wisata. Panjalu memiliki tekad yang kuat ingin mengenalkan daerahnya kepada khalayak luas .
- Upacara adat *nyangku* juga bisa meningkatkan pendapatan daerah dan pendapatan warga sekitar yang masih memiliki warga dengan status menganggur

Threat

Jika masyarakat Indonesia tidak mengetahui adanya upacara adat *nyangku* ini, maka *nyangku* hanya ada dalam catatan UNESCO saja tetapi warganya sendiri tidak mengetahuinya, dan bisa menyebabkan kepunahan

3.2.2 Consumer Journey

Untuk mendapatkan data melalui *consumer journey* diambil sesuai dengan kriteria yang sudah ditentukan, berikut hasil *consumer journey* yang di dapat :

- Target Audiens 1
Shafa Armudya, 23 Tahun, Wiraswasta, Bandung

Tabel 3.1 Target Audiens 1

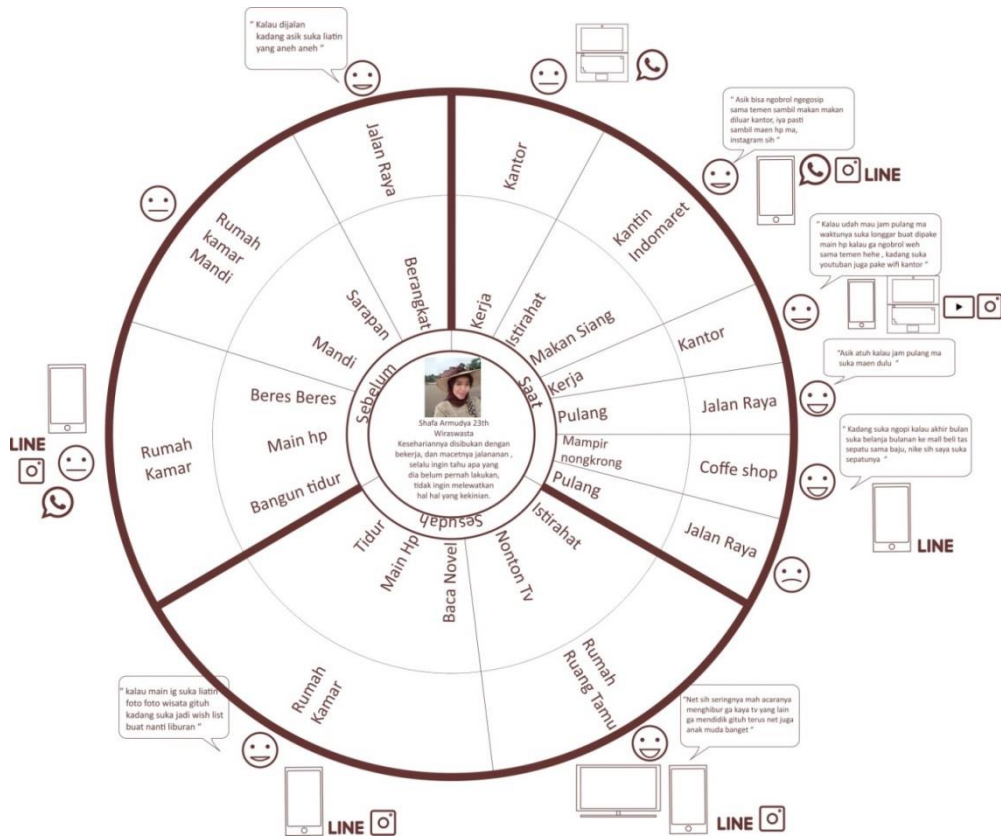
Waktu	Kegiatan	Produk
04.00 – 05.00	Bangun tidur Main Hp Mandi	Samsung, line, wa, instagram Lifeboy, pantine
06.00- 12.00	Berangkat kerja Kerja Istirahat	Honda beat Asus Nutriboost, milktea, Cheetos, buka ig
13.00- 17.00	Masuk kerja Pulang Mampir bip	Asus, ig, wa, line Honda beat Breadtalk
18.00- 21.00	Pulang, main hp, tidur	Beat, ig, wa, line

- Target Audiens 2
Rafika Fadillah , 23 Tahun, HRD , Bandung

Tabel 3.2 Target Audiens 2

Waktu	Kegiatan	Produk
05.00 – 07.00	Bangun tidur Main Hp Mandi	Samsung, candy rush, ig , wa Lifeboy, pantine, pepsodent, sariayu
08.00- 12.00	Berangkat kerja Kerja Istirahat	Honda scoopy Asus, youtube, ig, line , wa Aqua, bengbeng
13.00-17.00	Masuk kerja Istirahat Pulang	Asus, ig, wa, line Honda Scoopy
18.00-19.00	Ke mall Pulang	Mc Donal
20.00-22.00	Main hp Nonton tv Tidur	Ig, youtube, line, wa Net, Sctv

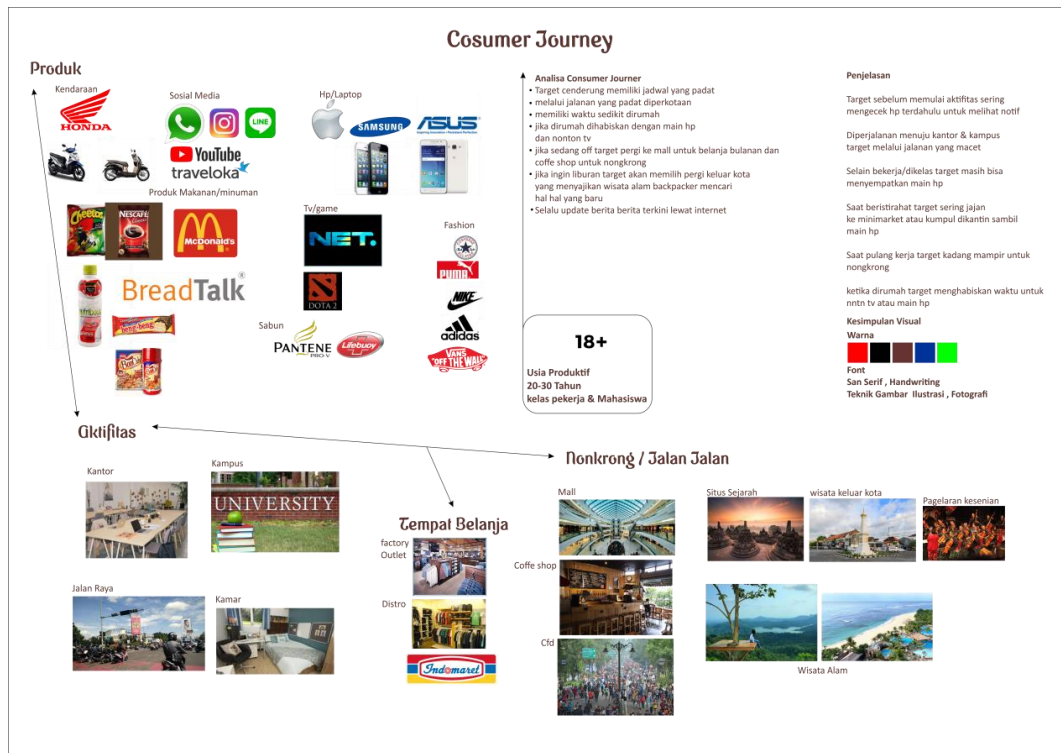
- *Consumer Journey Map*



Gambar 3.2 *Consumer Journey Map*

Alur kegiatan yang diambil adalah kegiatan TA dalam kesehariannya. Dan yang menjadi kegiatan utama TA dalam menjalani kesehariannya adalah Bekerja. Sehingga yang coba untuk ditelusuri alur kegiatannya adalah “Sebelum, Saat, dan Sesudah” kegiatan Bekerja TA.

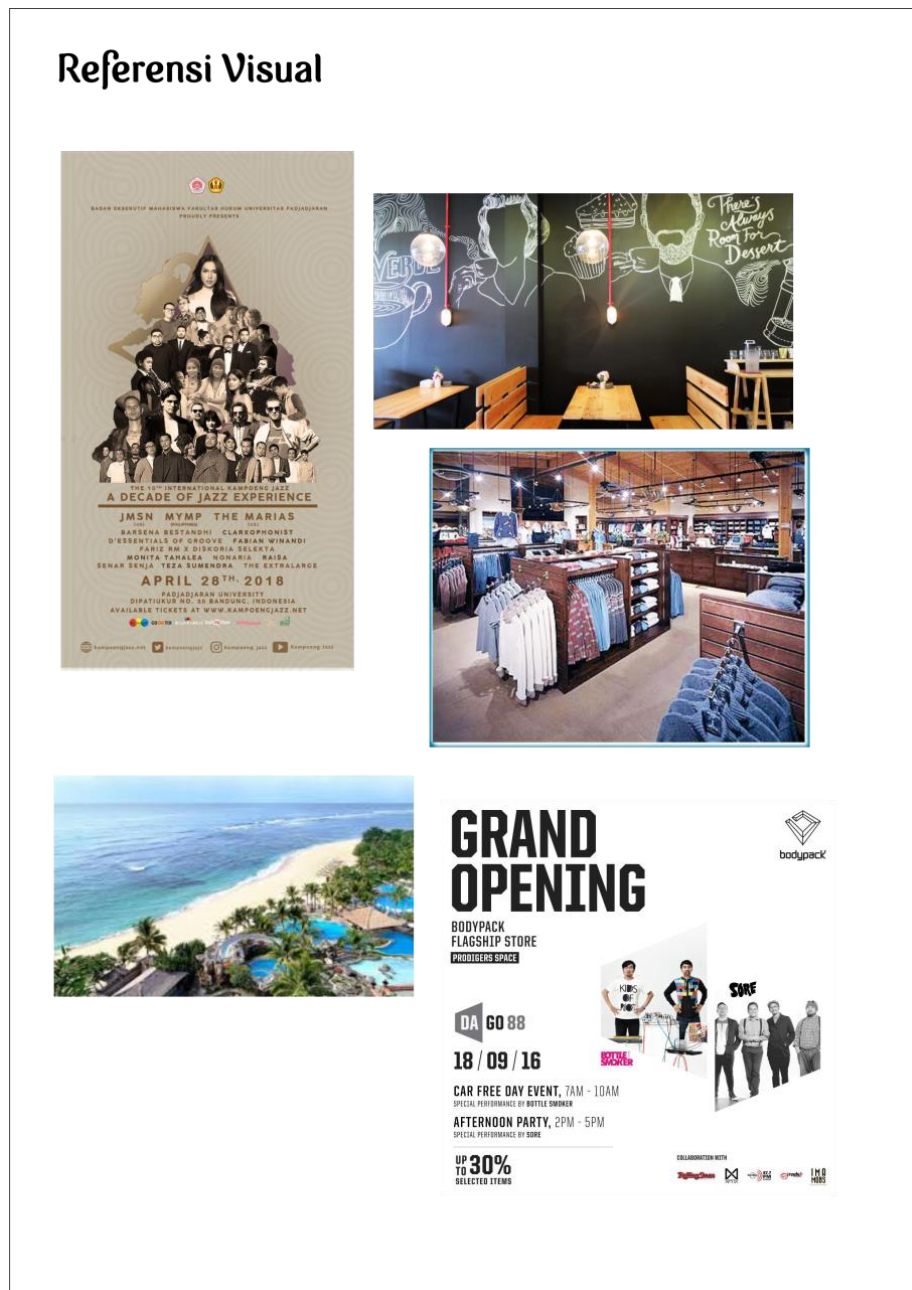
- Studi Indikator



Gambar 3.3 Consumer Journey Map Studi Indikator

3.2.1.1 Referensi Visual

Referensi visual di ambil berdasarkan kegiatan dan hobi audience yang sering berfoto saat nongkrong atau sedang liburan dan saat mengunjungi suatu acara musick modern.



Gambar 3.4 Reverensi Visual

3.2.1.2 Reverensi Desain

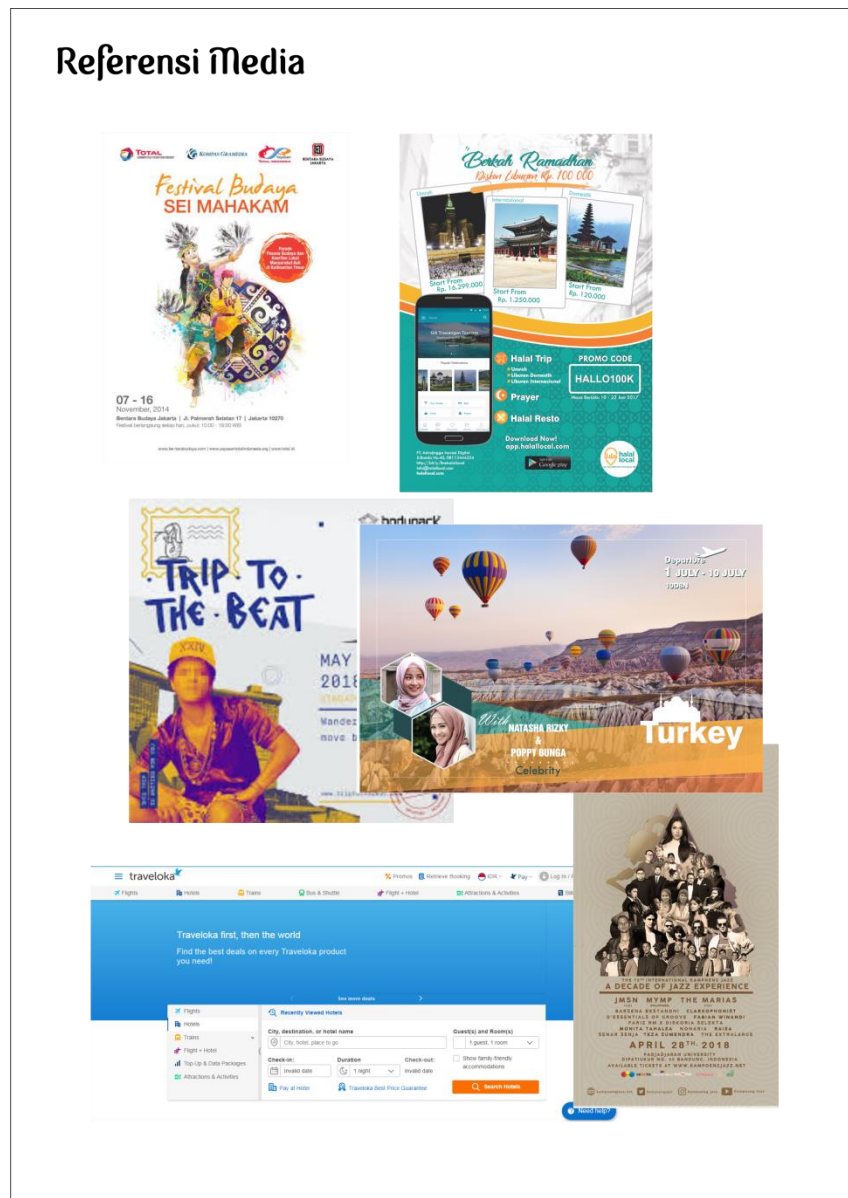
Referensi desain digunakan sebagai panduan untuk merancang visual yang akan digunakan sehingga rancangan desain yang akan digunakan sesuai referensi responden



Gambar 3.5 Reverensi Media

3.2.1.3 Reverensi Media

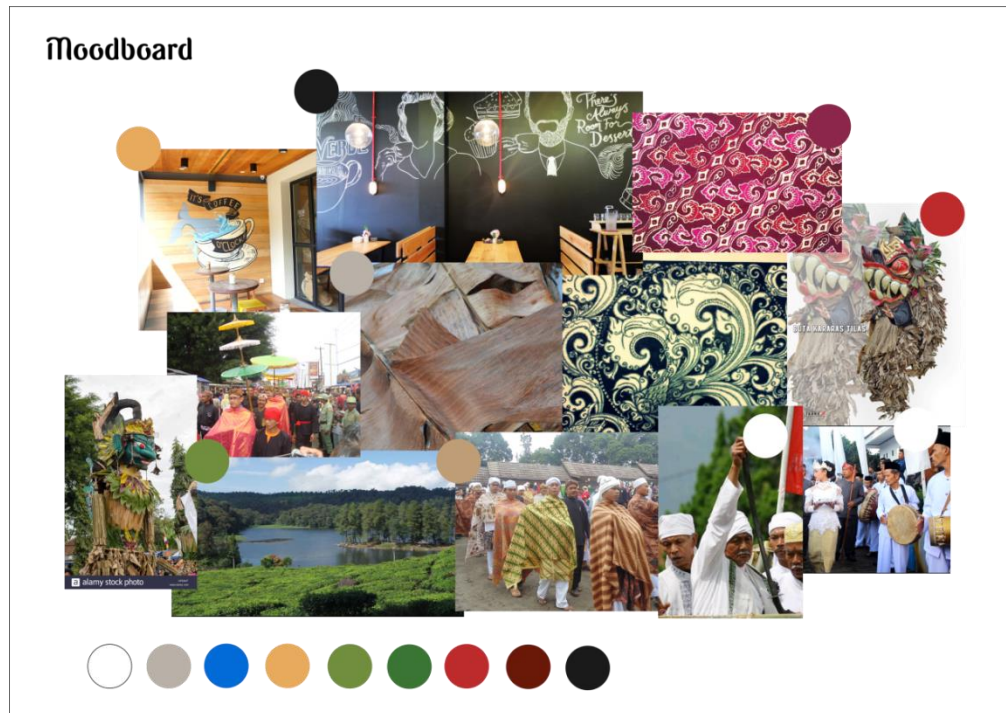
Referensi media sebagai panduan pemilihan desain media yang sesuai dengan referensi target sehingga dapat memudahkan kriteria media yang responden sukai



Gambar 3.6 Reverensi Media

3.2.1.4 Mood Board

Moodboard didapatkan dari hasil analisis pada target audience yang mana lebih mengacu terhadap visual yang akan ditampilkan



Gambar 3.7 moodboard

Consumer Insight

Insight : Ingin mempelajari hal hal yang baru dengan cara yang kekinian.

Inner Directed

Produktif , optimis , keingin tahuan yang tinggi , Mengikuti *Trend* , keteguhan rasa memiliki

Keyword

Kebudayaan, Keberagaman, Modern , destinasi

3.3 What To Says

What to say yang akan disampaikan yaitu “ Ragam pesona Panjalu “ pesan yang akan disampaikan berupa penyampaian ragam keindahan , keunikan dan berbagai macam pesona yang ada dipanjalu, karena sesuatu yang akan ditampilkan selain upacara adat *nyangku*, tetapi semua ragam yang ada dipanjalu di pentaskan di festival ini sehingga pesan ini bisa mewakili keberagaman Panjalu.