

Nama : Yoga Pratama
NIM : 20161002006
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Judul : Perancangan Media Promosi Untuk Daya Tarik
Penumpang TransTangerang

ABSTRAK

BRT TransTangerang merupakan alternatif baru sarana transportasi dalam kota yang didesain khusus untuk memberikan layanan angkutan cepat dalam kota dan memberikan kenyamanan kepada para penggunanya. Namun, minat masyarakat masih kurang terhadap penggunaan BRT TransTangerang. Kota Tangerang yang tidak banyak memiliki potensi wisata alami seperti di daerah Jawa Barat, pusat-pusat sejarah dan keramaian yang dikelola dan dikembangkan. Kota Tangerang memiliki peluang bagi pengembangan berbagai bidang kegiatan salah satunya sektor pariwisata. Maka, saat ini pemerintah setempat terus mengembangkan potensi-potensi yang ada sebagai objek wisata yang merupakan bagian dari upaya target pemerintah meningkatkan peran kota Tangerang dalam kepariwisataan nasional dan kota layak kunjung yang tertuang dalam visi konsep kota TANGERANG LIVE. Oleh karena itu, strategi promosi yang kreatif, menarik, komunikatif, dan media placement yang tepat salah satunya mempromosikan Tempat wisata sebagai penunjang kegiatan promosi BRT TransTangerang. Di harapkan mampu mempromosikan BRT TransTangerang kepada masyarakat, mengangkat citra atau brand image yang mempunyai karakter tersendiri, dan mampu meningkatkan pariwisata di Kota Tangerang.

Kata Kunci: Media Promosi, Pariwisata, Kampanye non komersil, Transportasi Umum, TransTangerang

Name : Yoga Pratama
NIM : 20161002006
Study Program : Visual Communication Design
Title : Design of Promotion Media for Attraction TransTangerang Passenger

ABSTRACT

TransTangerang BRT is a new alternative to transportation facilities in the city that is specifically designed to provide fast transportation services in the city and provide comfort to its users. However, public interest is still lacking in the use of TransTangerang BRT. Tangerang City which does not have much natural tourism potential such as in West Java, historical centers and crowds that are managed and developed. Tangerang City has the opportunity for the development of various fields of activity one of which is the tourism sector. So, now the local government continues to develop the existing potential as a tourist attraction which is part of the government's target to increase the role of the city of Tangerang in national tourism and the city worth visiting as stated in the vision of the concept of the city TANGERANG LIVE. Therefore, creative, attractive, communicative, and media placement promotion strategies that are appropriate include promoting tourist attractions as a support for BRT TransTangerang promotional activities. It is expected to be able to promote TransTangerang BRT to the public, lift an image or brand image that has its own character, and be able to improve tourism in the city of Tangerang.

Kata Kunci: Media Promotion, Tourism, Non-commercial Campaigns, Public Transportation, TransTangerang