

ABSTRAK

Perayaan *Cap Go Meh* merupakan perayaan hari ke lima belas setelah Tahun Baru Imlek dan sebagai penutup Tahun Baru Imlek. *Cap Go Meh* dari kata *Cap Go* yang artinya lima belas dan *Meh* artinya malam, jadi *Cap Go Meh* adalah malam ke lima belas. *Cap Go Meh* kota Singkawang sudah berakulturasi budaya dengan budaya yang ada di Kalimantan Barat. Kota Singkawang menjadikan *Cap Go Meh* sebagai *event* tahunan dan perayaannya berbeda dengan kota lainnya karena adanya Tatung. Tatung adalah orang yang dirasuki oleh roh atau dewa.

Masalah yang terjadi adalah masih banyaknya masyarakat di Indonesia terutama wisatawan nusantara yang belum mengetahui perayaan ini. Oleh karena itu, tujuan dari perancangan ini adalah sebagai penginformasi untuk menginformasikan *Cap Go Meh* kepada wisatawan nusantara sebagai daya tarik wisata kota Singkawang karena perbedaan perayaan tradisi *Cap Go Meh* dengan *Cap Go Meh* dengan yang lain. Mengenai *Cap Go Meh* kota Singkawang di buat media yang sesuai dengan adanya *target audience*.

Perancangan ini didesain menggunakan metode penelitian kualitatif dan data dapat diperoleh melalui wawancara dengan beberapa narasumber, observasi dengan mengamati langsung di lapangan, kuisioner sebagai penguat data yang dilakukan penulis kepada responden, studi pustaka yaitu buku atau internet dan dengan analisis data. Media utama untuk menginformasikan perayaan ini adalah buku dan beberapa media pendukung lainnya yang dijadikan sebagai media promosi.

Adanya buku tentang perayaan *Cap Go Meh* kota Singkawang adalah agar adanya media informasi yang bisa memberikan informasi yang bisa dilihat dan bisa diberikan dari pihak satu ke pihak yang lain juga dibaca terus menerus.

Kata kunci: *Cap Go Meh*, Perayaan, Singkawang, Informasi, Buku.

ABSTRACT

Cap Go Meh is a celebration of fifteenth day after the Chinese New Year and cover of Chinese New Year. The meaning of Cap Go Meh are fifteen and evening, so Cap Go Meh is the fifteenth evening. Cap Go Meh in Singkawang town is already acculturation culture with culture in West Kalimantan. Singkawang town conclude Cap Go Meh as an annual event and different from other cities because of Tatung. Tatung is a man who was possessed by a spirit or God.

The problem is many Indonesian people especially domestic tourist didn't know about this celebration. Therefore, the purpose of this planning because of differences tradition in Singkawang Cap Go Meh with the others Cap Go Meh. Regarding of Cap Go Meh in Singkawang town made the appropriate media in the presence of the target audience.

The plan is designed using qualitative research methods and data that can be obtained through interviews with several informants, direct observation by observing in the field, questionnaires as a data amplifier by the author to the respondents, namely literature books or the internet and the data analysis. The main media inform this celebration is a book and some other words are used as supporting media as a promotional media.

The existence of Cap Go Meh celebration in Singkawang town that the presence of media information that could provide information that could be seen and can be given from one to another also read continuously.

Keywords: Cap Go Meh, Celebration, Singkawang, Information, and Books.