

## **ABSTRAK**

### **PROMOSI WISATA BUDAYA DAN ALAM KABUPATEN GARUT**

Oleh :

**Maria Stella**

**NRP 1064147**

Kabupaten Garut merupakan salah satu kabupaten besar di Jawa Barat. Letaknya sangat strategis dan berbatasan dengan kota dan kabupaten yang terkenal di Jawa Barat. Kabupaten Garut memiliki alam yang indah dan objek wisata yang beragam, serta kaya akan budaya Sunda yang masih kental. Karena itulah Kabupaten Garut berpotensi menjadi tujuan wisata yang populer di Jawa Barat. Namun sayang, Kabupaten Garut masih kalah populer dari daerah - daerah lain di Jawa Barat seperti Bandung atau Tasikmalaya sebagai tujuan wisata.

Maka dari itu, diperlukan promosi wisata budaya dan alam yang ada di Kabupaten Garut. Tidak hanya mengenalkan keindahan alam yang dimiliki oleh Kabupaten Garut, namun juga menampilkan sisi budaya Sundanya yang tak kalah menarik. Saat ini, kehidupan di kota Jakarta dipenuhi rutinitas yang membut stress sehingga masyarakat Jakarta tentu membutuhkan waktu untuk berwisata melepas penat. Oleh karena itu target dikhususkan pada masyarakat yang tinggal di Jakarta.

Promosi menggunakan media – media yang sedang populer seperti website dan media sosial. Media lain berupa brosur wisata agar wisatawan dapat mengetahui apa saja yang ada di Kabupaten Garut. Selain itu perlu juga mengisi stand di pameran – pameran tour dan travel, di mana di situ akan dibagikan gimmick bagi target market. Media lain yang digunakan berupa poster, x- banner, umbul – umbul, dan spanduk. Diharapkan melalui promosi ini, masyarakat memilih Kabupaten Garut untuk tujuan wisata mereka.

Kata kunci : budaya, Garut, promosi, wisata,



## **ABSTRACT**

### **NATURAL AND CULTURAL TOURISM PROMOTION OF GARUT REGENCY**

*Submitted by :*

**Maria Stella**

**NRP 1064147**

*Garut is one of big regencies in West Java. It's location is very strategic and adjacent to the famous cities and regencies in West Java. Garut has a beautiful nature and diverse tourists attractions, also rich of Sundanese culture that is still strong among their people. That is why Garut has a potential to become a popular tourist destination in West Java. Unfortunately, Garut still be an unpopular tourist destination compared by other area such as Bandung or Tasikmalaya.*

*Therefore, natural and cultural promotion of Garut Regency is very necessary. Not only introduces the beauty of nature which is owned by the Garut Regency, but also displays the Sundanese culture that is not less interesting. Today, life in the Jakarta city is filled with daily routine that causes stress so people, especially citizenz of Jakarta, need times to refresh theirselves. So, the target market is devoted to the communitites living in Jakarta.*

*The promotion uses several media that is popular nowadays such as website and social media. Other media uses tourism brochure so that tourists can easily find out what is in Garut. It should also use another media such as tour and travel exhibition's stand where the gimmicks will be distributed to the target market there. Hopefully, through this promotion, people choose Garut as their trave destination.*

**Keywords :** *culture, Garut, promotion, tourism*



## DAFTAR ISI

|                                                |      |
|------------------------------------------------|------|
| HALAMAN JUDUL.....                             | i    |
| LEMBAR PENGESAHAN.....                         | ii   |
| ABSTRAK.....                                   | iii  |
| PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA DAN LAPORAN..... | v    |
| PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN.....              | vi   |
| KATA PENGANTAR.....                            | vii  |
| DAFTAR ISI.....                                | ix   |
| DAFTAR GAMBAR.....                             | xi   |
| DAFTAR TABEL.....                              | xiii |
| DAFTAR LAMPIRAN.....                           | xiv  |
| <br>                                           |      |
| BAB I : PENDAHULUAN.....                       | 1    |
| 1.1 Latar Belakang Masalah.....                | 1    |
| 1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup.....        | 2    |
| 1.3 Tujuan Perancangan.....                    | 3    |
| 1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....    | 3    |
| 1.5 Skema Perancangan.....                     | 5    |
| <br>                                           |      |
| BAB II : LANDASAN TEORI.....                   | 6    |
| 2.1 Promosi.....                               | 6    |
| 2.2 Promotion Mix.....                         | 7    |
| 2.3 Teori Layout.....                          | 8    |
| 2.4 Pariwisata.....                            | 10   |
| <br>                                           |      |
| BAB III : DATA DAN ANALISIS MASALAH.....       | 11   |



|                                                                    |        |
|--------------------------------------------------------------------|--------|
| 3.1 Data dan Fakta.....                                            | 11     |
| 3.1.1 Perusahaan/Lembaga Terkait Atau Fenomena.....                | 11     |
| 3.1.2 Tinjauan Terhadap Proyek Sejenis.....                        | 25     |
| 3.2 Analisis Terhadap Permasalahan Berdasarkan Data dan Fakta..... | 27     |
| <br>BAB IV : PEMECAHAN MASALAH.....                                | <br>34 |
| 4.1 Konsep Komunikasi.....                                         | 34     |
| 4.2 Konsep Kreatif.....                                            | 34     |
| 4.3 Konsep Media.....                                              | 35     |
| 4.4 Hasil Karya.....                                               | 37     |
| <br>BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN.....                              | <br>45 |
| 5.1 Kesimpulan.....                                                | 45     |
| 5.2 Saran.....                                                     | 46     |
| <br>DAFTAR PUSTAKA                                                 |        |
| LAMPIRAN                                                           |        |



## DAFTAR TABEL

|                                                     |    |
|-----------------------------------------------------|----|
| Tabel 1.1 Skema Perancangan.....                    | 5  |
| Tabel 3.1 Kota/Kabupaten Populer di Jawa Barat..... | 28 |
| Tabel 3.2 Wisatawan yang Berkunjung ke Garut.....   | 29 |
| Tabel 3.3 Objek Wisata Populer di Garut.....        | 29 |
| Tabel 3.4 Informasi Mengenai Objek Wisata.....      | 29 |
| Tabel 3.5 Kesenian/Upacara Adat di Garut.....       | 30 |
| Tabel 3.6 Kebudayaan yang Ada di Garut.....         | 30 |
| Tabel 3.7 Media yang Paling Sering Dilihat.....     | 30 |



## DAFTAR GAMBAR

|                                                |    |
|------------------------------------------------|----|
| Gambar 3.1 Lambang Daerah Kabupaten Garut..... | 13 |
| Gambar 3.2 Logo ASITA.....                     | 14 |
| Gambar 3.3 Situ Cangkuang.....                 | 17 |
| Gambar 3.4 Candi Cangkuang.....                | 18 |
| Gambar 3.5 Rumah Adat Kampung Pulo.....        | 18 |
| Gambar 3.6 Makam Keramat Godhog.....           | 19 |
| Gambar 3.7 Ketangkasan Laga Domba.....         | 20 |
| Gambar 3.8 Pagelaran Seni Helaran.....         | 21 |
| Gambar 3.9 Pantai Santolo.....                 | 22 |
| Gambar 3.10 Pemandangan Gunung Guntur.....     | 22 |
| Gambar 3.11 Wisata Air Panas Cipanas.....      | 23 |
| Gambar 3.12 Talaga Bodas.....                  | 23 |
| Gambar 3.13 Curug Orok.....                    | 24 |
| Gambar 3.14 Situ Bagendit.....                 | 25 |
| Gambar 3.15 Logo Kota Solo.....                | 26 |
| Gambar 3.16 Bus Pariwisata di Kota Solo.....   | 26 |
| Gambar 3.17 Brosur Kota Solo.....              | 27 |
| Gambar 4.1 Poster.....                         | 37 |
| Gambar 4.2 Spanduk Promosi.....                | 38 |
| Gambar 4.3 Aplikasi X – Banner.....            | 38 |
| Gambar 4.4 Brosur Wisata.....                  | 39 |
| Gambar 4.5 Website.....                        | 40 |
| Gambar 4.6 Logo.....                           | 41 |
| Gambar 4.7 Umbul – Umbul.....                  | 42 |
| Gambar 4.8 Booth Pameran.....                  | 42 |



|                              |    |
|------------------------------|----|
| Gambar 4.9 Media Sosial..... | 43 |
| Gambar 4.10 Gimmick.....     | 43 |