

ABSTRAK

PERANCANGAN PROMOSI DESA KILUAN NEGERI SEBAGAI WISATA BAHARI DI LAMPUNG

Oleh
Okky Sakura
NRP 1364099

Desa Kiluan Negeri merupakan sebuah desa wisata di Kabupaten Tanggamus Provinsi Lampung yang memiliki beberapa objek wisata bahari di dalamnya dengan pesona atraksi sekumpulan lumba-lumba di laut lepas. Namun jumlah wisatawan di Desa Kiluan Negeri masih jauh dari harapan, dikarenakan beberapa faktor seperti infrastruktur dan sarana prasarana yang kurang memadai, serta ketersediaan informasi untuk masyarakat terkait objek-objek wisata di Desa Kiluan Negeri yang masih sangat kurang, sehingga jumlah wisatawan di setiap objek kurang merata. Dibutuhkan media informasi yang sesuai dengan target wisatawan untuk menyediakan informasi yang lengkap terkait objek wisata di Desa Kiluan Negeri.

Maka dari itu, tujuan perancangan tugas akhir ini adalah merancang media promosi untuk memberikan informasi yang benar, jelas dan menarik bagi wisatawan dalam memperkenalkan objek-objek wisata Desa Kiluan Negeri di Lampung sehingga dapat meningkatkan minat wisatawan.

Metode yang digunakan adalah dengan membuat media sesuai dengan target utama wisatawan yaitu usia muda. Media utama yang digunakan adalah *website*, untuk memberikan informasi lengkap kepada masyarakat terkait objek wisata, akses jalan, fasilitas yang disediakan serta aktivitas apa saja yang dapat dilakukan di Desa Kiluan Negeri. Dengan media pendukung seperti *Youtube*, *instagram*, *billboard*, *car panel advertising* dan *gimmick*.

Kata kunci: Desa wisata, Informasi, Pesisir Lampung, Promosi, Usia muda.

ABSTRACT

PROMOTION PLANNING KILUAN NEGERI VILLAGE AS MARINE TOURISM IN LAMPUNG

Submitted by
Okky Sakura
NRP 1364099

Kiluan Negeri Village is a tourism village in Tanggamus Regency in Lampung Province which has several marine tourism objects in it with the charm of a collection of dolphins in the open seas. But the number of tourists in Kiluan Negeri Village is still far from expectations, due to several factors such as infrastructure and facilities that are inadequate, and the availability of information to the public related attractions in the Kiluan Negeri village is still very lacking, which makes the number of tourists in every objects is not evenly. It takes the media information in accordance with the tourists to provide complete information related to attractions in Kiluan Negeri Village.

Therefore, the purpose of this final project design is to design a media campaign that provides informations which is true, clear and interesting for tourists in introducing the attractions of Kiluan Negeri Village in Lampung to increase tourists' interest.

The used method is to make the media in accordance which the main target is young tourists. The used main media is websites to provide complete information to the public related to attractions, road access, provided facilities and any activities that can be done in the Kiluan Negeri Village with supporting media such as Youtube, instagram, billboard, car panel advertising and gimmick.

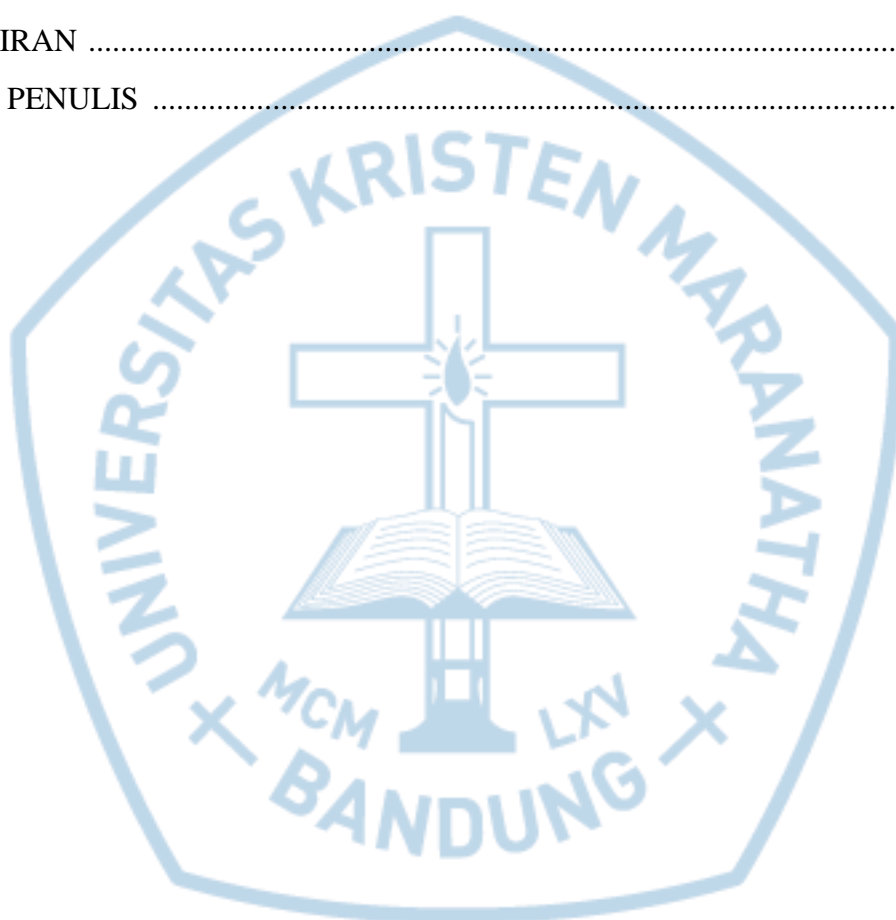
Keywords: Coastal Lampung, Information, Promotion, Tourism Village, Young Tourists.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA DAN LAPORAN	iii
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I : PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup	2
1.3 Tujuan Perancangan	2
1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	3
1.5 Skema Perancangan	4
BAB II : LANDASAN TEORI	5
2.1 Teori Promosi	5
2.1.1 Pengertian dan Tujuan Promosi	5
2.1.2 Media Promosi	7
2.2 Teori Wisata Bahari	7
2.2.1 Pengertian Wisata Bahari	7
2.2.2 Potensi Wisata Bahari	8
2.3 Motivasi fisik dalam berwisata	8
2.4 Dewasa Muda	10
2.4.1 Psikologi Komunikasi Dewasa Muda	11

BAB III : DATA DAN ANALISIS MASALAH	11
3.1 Data dan Fakta	11
3.1.1 Wisata Bahari Lampung	11
3.1.2 Wisata Cagar Alam	11
3.1.2.1 Pengertian Wisata Cagar Alam	11
3.1.2.2 Karakteristik Wisata Cagar Alam	12
3.1.3 Desa Kiluan Negeri Lampung	12
3.1.3.1 Objek-objek wisata bahari di Desa Kiluan Negeri	14
3.1.4 Lembaga Terkait	23
3.1.5 Data Tentang Gejala atau Fenomena Yang Terjadi	29
3.1.6 Tinjauan Terhadap Proyek atau Persoalan Sejenis	48
3.2 Analisis Terhadap Permasalahan Berdasarkan Data dan Fakta	51
3.2.1 Analisis STP	51
3.2.2 Analisis SWOT	52
BAB IV : PEMECAHAN MASALAH	54
4.1 Konsep Komunikasi	54
4.2 Konsep Kreatif	54
4.2.1 Konsep Verbal	55
4.2.2 Konsep Visual	55
4.2.2.1 Warna	55
4.2.2.2 Tipografi	56
4.2.2.3 Fotografi dan Videografi	57
4.3 Konsep Media	58
4.4 Hasil Karya	58
4.4.1 <i>Brand Identity</i>	58
4.4.2 Media Utama (<i>Website</i>)	60
4.4.3 Media Pendukung	69
4.5 <i>Budgeting</i>	84

BAB V : PENUTUP	86
5.1 Simpulan	86
5.2 Saran	86
5.2.1 Saran dari Penguji	86
5.2.2 Saran Bagi Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Lampung..	86
5.2.3 Saran dari Penulis	87
DAFTAR PUSTAKA	88
LAMPIRAN	90
DATA PENULIS	108



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Skema Perancangan	4
Gambar 3.1	Peta Provinsi Lampung	12
Gambar 3.2	Peta Objek Wisata	14
Gambar 3.3	Pulau Kelapa	14
Gambar 3.4	Pulau Kelapa	16
Gambar 3.5	Laguna Gayau	16
Gambar 3.6	Teluk Kiluan	17
Gambar 3.7	Pantai Pasir Putih	18
Gambar 3.8	Teluk Gigi Hiu	20
Gambar 3.9	Logo Provinsi Lampung	23
Gambar 3.10	Skema Struktur Organisasi Dinas Pariwisata Provinsi Lampung..	26
Gambar 3.11	Logo Yayasan Ekowisata CIKAL	27
Gambar 3.12	Skema Struktur Organisasi Yayasan Ekowisata CIKAL	29
Gambar 3.13	Diagram hasil pembagian kuesioner mengenai target wisatawan..	32
Gambar 3.14	Diagram hasil pembagian kuesioner mengenai target wisatawan..	33
Gambar 3.15	Diagram hasil pembagian kuesioner mengenai target wisatawan..	33
Gambar 3.16	Diagram hasil pembagian kuesioner mengenai target wisatawan..	33
Gambar 3.17	Diagram hasil pembagian kuesioner pada target wisatawan mengenai media yang diakses dalam mendapatkan informasi	34
Gambar 3.18	Diagram hasil pembagian kuesioner pada target wisatawan Mengenai wisata apa yang sering dikunjungi	34
Gambar 3.19	Diagram hasil pembagian kuesioner pada target wisatawan mengenai pengetahuan tentang Desa Kiluan Negeri	35
Gambar 3.20	Diagram hasil pembagian kuesioner pada target wisatawan mengenai pengetahuan tentang Desa Kiluan Negeri	35
Gambar 3.21	Diagram hasil pembagian kuesioner pada target wisatawan mengenai pengetahuan tentang Desa Kiluan Negeri	36

Gambar 3.22	Diagram hasil pembagian kuesioner pada target wisatawan mengenai pengetahuan tentang Desa Kiluan Negeri	37
Gambar 3.23	Diagram hasil pembagian kuesioner pada target wisatawan mengenai pengetahuan tentang Desa Kiluan Negeri	37
Gambar 3.24	Diagram hasil pembagian kuesioner pada target wisatawan mengenai pengetahuan tentang Desa Kiluan Negeri	37
Gambar 3.25	Diagram hasil pembagian kuesioner pada target wisatawan mengenai perlukah pembuatan media promosi	40
Gambar 3.26	Diagram hasil pembagian kuesioner mengenai target wisatawan..	41
Gambar 3.27	Diagram hasil pembagian kuesioner mengenai target wisatawan..	42
Gambar 3.28	Diagram hasil pembagian kuesioner mengenai target wisatawan..	42
Gambar 3.29	Diagram hasil pembagian kuesioner pada target wisatawan mengenai media yang paling sering di akses	43
Gambar 3.30	Diagram hasil pembagian kuesioner pada target wisatawan mengenai media sosial yang sering digunakan	43
Gambar 3.31	Diagram hasil pembagian kuesioner pada target wisatawan mengenai durasi penggunaan media sosial dalam sehari	44
Gambar 3.32	Diagram hasil pembagian kuesioner pada target wisatawan mengenai penggunaan instagram	44
Gambar 3.33	Diagram hasil pembagian kuesioner pada target wisatawan mengenai berapa uang yang dikeluarkan ketika berwisata bahari.	45
Gambar 3.34	Diagram hasil pembagian kuesioner pada target wisatawan mengenai budget khusus dalam berwisata bahari	45
Gambar 3.35	Diagram hasil pembagian kuesioner pada target wisatawan mengenai budget khusus dalam berwisata bahari	45
Gambar 3.36	Diagram hasil pembagian kuesioner pada target wisatawan mengenai berwisata bahari	46
Gambar 3.37	Tampilan Laman Yayasan Ekowisata CIKAL	48
Gambar 3.38	Tampilan Laman Badan Promosi Pariwisata Kota Pekalongan	49
Gambar 3.39	Tampilan Instagram Visit Lampung	50
Gambar 3.40	Tampilan Instagram Tour Teluk Kiluan Lampung	50

Gambar 4.1	Konsep Warna	56
Gambar 4.2	Konsep Tipografi	57
Gambar 4.3	Konsep Fotografi	57
Gambar 4.4	Logo Desa Kiluan Negeri	59
Gambar 4.5	Aplikasi Logo di background foto dan background hitam	59
Gambar 4.6	<i>Sitemap Website</i> Desa Kiluan Negeri	60
Gambar 4.7	Tampilan awal website	61
Gambar 4.8	Tampilan menu tentang	62
Gambar 4.9	Tampilan menu objek wisata	62
Gambar 4.10	Tampilan bagian atas dan bawah objek wisata	63
Gambar 4.11	Tampilan menu aktifitas	64
Gambar 4.12	Tampilan aktifitas	65
Gambar 4.13	Tampilan menu fasilitas	65
Gambar 4.14	Tampilan akses jalan dan <i>map</i>	66
Gambar 4.15	Tampilan menu kontak	66
Gambar 4.16	Hasil Karya <i>Website</i>	67
Gambar 4.17	<i>Mobile View</i>	68
Gambar 4.18	<i>Capture video motion</i>	70
Gambar 4.19	<i>Capture</i> keterangan pada video	71
Gambar 4.20	Video <i>youtube</i> pertama	72
Gambar 4.21	Video <i>youtube</i> kedua	73
Gambar 4.22	Video <i>youtube</i> ketiga	74
Gambar 4.23	Mock up media <i>youtube</i>	75
Gambar 4.24	Tampilan instagram	77
Gambar 4.25	Hasil Karya Instagram	78
Gambar 4.26	Hasil Karya <i>Billboard</i>	79
Gambar 4.27	Bagian kiri bus	80
Gambar 4.28	Bagian kanan bus	80
Gambar 4.29	Bagian belakang bus	81
Gambar 4.30	<i>Gimmick T-shirt</i>	81

Gambar 4.31	<i>Gimmick Waterproof case handphone</i>	82
Gambar 4.32	<i>Gimmick Foldable bottle</i>	82
Gambar 4.33	<i>Gimmick Sandal</i>	83
Gambar 4.34	<i>Gimmick topi</i>	83
Gambar 4.35	<i>Gimmick waterproof bag</i>	84



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Karakteristik Objek Wisata Desa Kiluan Negeri	21
Tabel 4.1	<i>Timeline</i> Media Promosi	58
Tabel 4.2	<i>Budgeting</i>	84



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A	Sketsa Logo Desa Kiluan Negeri	90
Lampiran B	<i>Storyboard</i> Video Media <i>Youtube</i>	92

