

## ABSTRAK

### PERANCANGAN PROMOSI WISATA TAMAN NASIONAL BALURAN SITUBONDO

Oleh  
**Fuzza Duwana Putra ZA**  
NRP 1264167

Taman nasional adalah kawasan pelestarian alam yang mempunyai ekosistem asli dengan sistem zonasi. Selain berfungsi sebagai pusat konservasi juga bisa dibudidayakan untuk tujuan lain. Untuk menjaga kelestarian keanekaragaman hayati tetap seperti biasa, maka pemerintah membentuk Taman Nasional untuk flora dan fauna endemik dengan karakteristik tertentu.

Taman Nasional Baluran adalah salah satu Taman Nasional yang ada di Indonesia. Nama Baluran untuk Taman Nasional diambil dari Gunung Baluran, yang berada di wilayah Situbondo dan Wongsorejo, Banyuwangi Jawa Timur. Taman Nasional Baluran masih kurang dikenal di kalangan wisatawan, karena lokasi yang dekat dengan Pulau Bali, sehingga orang-orang umumnya lebih mengenal wisata Bali dan Lombok. Potensi Taman Nasional Baluran sangat besar untuk dijadikan tempat wisata karena terdapat savanna yang sangat luas dan pantai yang bisa dinikmati oleh wisatawan dan melihat berbagai aneka satwa liar di padang savanna.

Maka dari itu tujuan perancangan ini adalah untuk meningkatkan minat masyarakat berwisata ke Taman Nasional Baluran melalui media informasi yang tepat dan menarik sesuai target.

Metode yang digunakan ialah dengan merancang video promosi serta didukung dengan media promosi berupa koran, majalah, iklan *website*, *web banner*, *x-banner*, media sosial, iklan tv. Dengan adanya informasi promosi wisata Taman Nasional Baluran ini, diharapkan masyarakat dapat berwisata sambil melestarikan alam yang ada.

Kata kunci: Indonesia, promosi, taman nasional, turis

## **ABSTRACT**

### **TOURISM PROMOTION DESIGN OF BALURAN NATIONAL PARK SITUBONDO**

**Submitted by**  
**Fuzza Duwana Putra ZA**  
**NRP 1264167**

*National Park is a park in use for conservation purpose which has native ecosystem. Besides serving as a point conservation, it's also can cultivate for another purpose. For protected a diversity, then the government forming national park for flora and fauna endemic with characteristic certain.*

*Baluran National Park one of National Park in Indonesia. Baluran named from a Mount Baluran located in Situbondo and Wongsorejo, Banyuwangi, East Java Province Indonesia. Baluran National Park less well known in tourist, which is located close together with Bali and Lombok. Baluran National Park is very potential for tourist attraction. It has a relatively dry climate and mainly consist of savanna, as well as lowland forests, mangrove forest and hills, wild animals.*

*A design purpose is to raise tourism interest for make a tour to Baluran National Park through appropriate and interesting information media.*

*The method used is to create a promotional video and advertising design media such as newspaper, magazine, website, web banner, x-banner, social media, TV ads. Through the design of this, Baluran National Park became known and also tourist can make a tour while conserve nature.*

*Keywords: Indonesia, National Park, promotion, tourism*

## DAFTAR ISI

|   |             |
|---|-------------|
| <b>HALAMAN JUDUL .....</b>  | <b>i</b>    |
| <b>LEMBAR PENGESAHAN.....</b>                                       | <b>ii</b>   |
| <b>PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA DAN LAPORAN.....</b>               | <b>iii</b>  |
| <b>PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN .....</b>                           | <b>iv</b>   |
| <b>KATA PENGANTAR.....</b>  | <b>v</b>    |
| <b>ABSTRAK .....</b>  | <b>vi</b>   |
| <b>DAFTAR ISI.....</b>  | <b>viii</b> |
| <b>DAFTAR GAMBAR.....</b>   | <b>x</b>    |
| <b>DAFTAR TABEL.....</b>  | <b>xii</b>  |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>  | <b>xiii</b> |
| <br>  |             |
| <b>BAB I : PENDAHULUAN.....</b>                                     | <b>1</b>    |
| 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           |
| <br>  |             |
| <b>BAB II : LANDASAN TEORI .....</b>                                | <b>5</b>    |
| 2.1 Teori Konservasi.....   | 5           |
| 2.1.1 Teori Wisata.....   | 5           |
| 2.1.2 Wisata Alam.....  | 5           |
| 2.2 Teori Promosi.....  | 6           |
| 2.2.1 Definisi Promosi.....   | 6           |
| 2.2.2 Tujuan Promosi .....  | 6           |
| 2.2.3 Jenis Media Promosi .....                                     | 8           |
| 2.2.4 Bentuk-Bentuk Promosi.....                                    | 9           |
| 2.2.5 Menentukan Bauran Promosi Yang Optimal .....                  | 11          |
| 2.3 Teori Psikologi Dewasa Muda.....                                | 12          |
| 2.4 Teori Videografi.....   | 13          |
| <br>  |             |
| <b>BAB III : DATA DAN ANALISIS MASALAH .....</b>                    | <b>14</b>   |
| 3.1 Data dan Fakta.....   | 14          |
| 3.1.1 Perusahaan atau Lembaga Terkait .....                         | 17          |
| 3.1.2 Data Gejala atau Fenomena Yang Terjadi .....                  | 19          |
| 3.1.2.1 Hasil Wawancara Terhadap Narasumber.....                    | 19          |
| 3.1.2.2 Hasil Angket atau Kuesioner .....                           | 20          |
| 3.1.3 Tinjauan Terhadap Proyek atau Persoalan Sejenis .....         | 29          |
| 3.2 Analisis Terhadap Permasalahan Berdasarkan Data dan Fakta ..... | 32          |

|   |    |
|---|----|
| 3.2.1 SWOT Kawasan Taman Nasional Baluran.....        | 32 |
| 3.2.2 <i>Segmenting, Targeting, Positioning</i> ..... | 34 |
| 3.2.2.1 <i>Segmenting</i> .....                       | 34 |
| 3.2.2.2 <i>Targeting</i> .....                        | 34 |
| 3.2.2.3 <i>Positioning</i> .....                      | 35 |
| <b>BAB IV : PEMECAHAN MASALAH</b> .....               | 36 |
| 4.1 Konsep Komunikasi.....                            | 36 |
| 4.2 Konsep Kreatif.....                               | 37 |
| 4.2.1 Tampilan Desain.....                            | 37 |
| 4.2.2 Logo.....                                       | 37 |
| 4.2.3 <i>Tagline</i> .....                            | 38 |
| 4.2.4 Tampilan Fotografi.....                         | 38 |
| 4.2.5 <i>Layout</i> .....                             | 38 |
| 4.2.6 Warna.....                                      | 38 |
| 4.2.7 Tipografi.....                                  | 39 |
| 4.3 Konsep Media.....                                 | 40 |
| 4.4 Hasil Karya.....                                  | 42 |
| 4.4.1 Logo.....                                       | 42 |
| 4.4.2 Iklan Majalah.....                              | 43 |
| 4.4.3 Iklan Koran.....                                | 45 |
| 4.4.4 Media Sosial.....                               | 46 |
| 4.4.5 Iklan Audio Visual.....                         | 47 |
| 4.4.6 <i>Website</i> .....                            | 49 |
| 4.4.7 <i>Web Banner</i> .....                         | 50 |
| 4.4.8 <i>Billboard</i> .....                          | 51 |
| 4.4.9 <i>X-Banner &amp; Poster</i> .....              | 51 |
| 4.4.10 <i>Gimmick T-shirt &amp; topi</i> .....        | 52 |
| 4.5 <i>Budgeting Media</i> .....                      | 53 |
| <b>BAB V : PENUTUP</b> .....                          | 54 |
| 5.1 Kesimpulan.....                                   | 54 |
| 5.2 Saran.....  | 54 |
| DAFTAR PUSTAKA.....                                   | 55 |
| LAMPIRAN.....   | 57 |
| DATA PENULIS.....                                     | 61 |

## DAFTAR GAMBAR

|  |    |
|--|----|
| Gambar 1.1 Skema Perancangan.....                                    | 4  |
| Gambar 3.1 Foto Gunung Baluran dan Savanna bekol.....                | 15 |
| Gambar 3.2 Foto Hutan Mangrove .....                                 | 15 |
| Gambar 3.3 Foto Pantai Bama .....                                    | 16 |
| Gambar 3.4 Foto Evergreen Forest .....                               | 16 |
| Gambar 3.5 Logo DPJLHK.....  | 17 |
| Gambar 3.6 Foto Bapak Anis (anggota DPJLHK).....                     | 20 |
| Gambar 3.7 Diagram jenis kelamin responden .....                     | 21 |
| Gambar 3.8 Diagram usia responden .....                              | 21 |
| Gambar 3.9 Diagram pekerjaan responden .....                         | 22 |
| Gambar 3.10 Diagram penghasilan perbulan responden .....             | 22 |
| Gambar 3.11 Diagram minat berwisata responden .....                  | 23 |
| Gambar 3.12 Diagram jenis wisata yang disukai responden .....        | 23 |
| Gambar 3.13 Diagram waktu berwisata responden .....                  | 24 |
| Gambar 3.14 Diagram informasi tujuan berwisata responden.....        | 24 |
| Gambar 3.15 Diagram alasan utama ketika mengunjungi tempat wisata .. | 25 |
| Gambar 3.16 Diagram mengetahui TN.Baluran responden.....             | 25 |
| Gambar 3.17 Diagram pernah berwisata ke TN.Baluran .....             | 26 |
| Gambar 3.18 Diagram yang diketahui tentang TN.Baluran .....          | 26 |
| Gambar 3.19 Diagram mengetahui informasi TN.Baluran.....             | 27 |
| Gambar 3.20 Diagram jenis media menurut responden.....               | 27 |
| Gambar 3.21 Diagram media promosi menurut responden .....            | 28 |
| Gambar 3.22 Diagram ketertarikan berwisata ke TN.Baluran.....        | 28 |
| Gambar 3.23 Poster promosi Taman Nasional ujung Kulon .....          | 29 |
| Gambar 3.24 Poster promosi Pulau Komodo.....                         | 30 |
| Gambar 3.25 Poster promosi Pulau Komodo.....                         | 30 |
| Gambar 3.26 Poster promosi Taman nasional Teluk Cendrawasih .....    | 31 |
| Gambar 3.27 <i>Screenshoot</i> video Kawah Ijen Banyuwangi.....      | 31 |
| Gambar 4.1 Logo Taman Nasional Baluran .....                         | 37 |
| Gambar 4.2 Gambar skema warna media .....                            | 39 |
| Gambar 4.3 Logo Taman Nasional Baluran .....                         | 42 |
| Gambar 4.4 Iklan majalah I.....                                      | 43 |
| Gambar 4.5 Iklan majalah II .....                                    | 43 |
| Gambar 4.6 Iklan majalah III .....                                   | 44 |
| Gambar 4.7 Iklan Koran I .....                                       | 45 |
| Gambar 4.8 Iklan Koran II.....                                       | 45 |
| Gambar 4.9 Poster media sosial I.....                                | 46 |
| Gambar 4.10 Poster Media Sosial II .....                             | 46 |
| Gambar 4.11 <i>Storyboard</i> I.....                                 | 47 |

|  |    |
|--|----|
| Gambar 4.12 <i>Storyboard II</i> .....   | 47 |
| Gambar 4.13 <i>Video Informing</i> ..... | 48 |
| Gambar 4.14 <i>Video Awareness</i> ..... | 48 |
| Gambar 4.15 <i>Website</i> .....         | 49 |
| Gambar 4.16 <i>Web banner I</i> .....    | 50 |
| Gambar 4.17 <i>Web Banner II</i> .....   | 50 |
| Gambar 4.18 <i>Billboard</i> .....       | 51 |
| Gambar 4.19 <i>X-Banner</i> .....        | 51 |
| Gambar 4.20 <i>Poster</i> .....          | 52 |
| Gambar 4.21 <i>Gimmick T-shirt</i> ..... | 52 |
| Gambar 4.22 <i>Gimmick topi</i> .....    | 52 |



## DAFTAR TABEL

|   |    |
|---|----|
| Tabel 4.1 <i>Timeline</i> Promosi Media ..... | 42 |
| Tabel 4.2 <i>Budgeting</i> Media .....        | 53 |



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A : Kuesioner

Lampiran B : Data Wawancara

