

## **ABSTRAK**

### **PERANCANGAN KAMPANYE INFORMASI OBJEK WISATA CIBULAN DI KUNINGAN, JAWA BARAT**

Oleh  
**Maria Jessieca**  
**NRP 1464029**

Indonesia berada di daerah garis khatulistiwa yang memiliki berbagai macam daya tarik seperti wisata alam maupun budaya. Salah satunya adalah kabupaten Kuningan yang terdapat di Jawa Barat. Kuningan memiliki banyak objek wisata dengan terdapat lebih dari 33 objek wisata. Beberapa objek wisata alam yang memiliki potensi sebagai wisata unggulan diantaranya Cibulan. Kendala yang terjadi saat ini di objek wisata alam Kuningan Jawa Barat adalah menurunnya jumlah pengunjung objek wisata alam, dikarenakan semakin banyaknya objek wisata yang bermunculan di Kuningan dan kurang diketahuinya objek wisata oleh calon wisatawan nusantara dan kurangnya promosi untuk memperkenalkan objek wisata alam Cibulan kepada wisatawan luas.

Oleh karena itu, tujuan dari perancangan ini adalah untuk meningkatkan kembali jumlah pengunjung dengan memperkenalkan sejarah yang dimiliki oleh Cibulan. Khususnya para dewasa muda yang memiliki pekerjaan pegawai kantor yang jenuh dengan keramaian perkotaan.

Penyelesaian masalah dengan membuat kampanye informasi dengan menggunakan konsep AISAS. Media yang digunakan yaitu, media sosial, media cetak, video dan gimmick. Melalui media yang digunakan, diharapkan target sasaran dapat lebih mengenal dan menghargai wisata Cibulan.

Kata Kunci : Cibulan, Jawa Barat, Kampanye Informasi, Objek Wisata.

## **ABSTRACT**

### ***Design of Information Campaign Cibulan Tourism in Kuningan, West Java***

Submitted by  
**Maria Jessieca**  
**NRP 1464029**

*Indonesia is in equatorial region that has various kinds of attractions such as natural and cultural tourism. One of them is Kuningan district located in West Java. Kuningan has many attractions with more than 33 attractions. Some natural attractions that have potential as a leading tourist attraction among them is Cibulan. Constraints that occur in the natural attractions of Kuningan West Java is the decline in the number of visitors of natural attractions, due to the increasing number of tourist attractions that appear in Kuningan and less recognizable attractions by prospective domestic tourists and the lack of promotion to introduce the natural attractions Cibulan to tourists .*

*Therefore, the purpose of this design is to increase the number of visitors by introducing the history of Cibulan. Especially young adults who have the job of office employees who are saturated with urban crowds.*

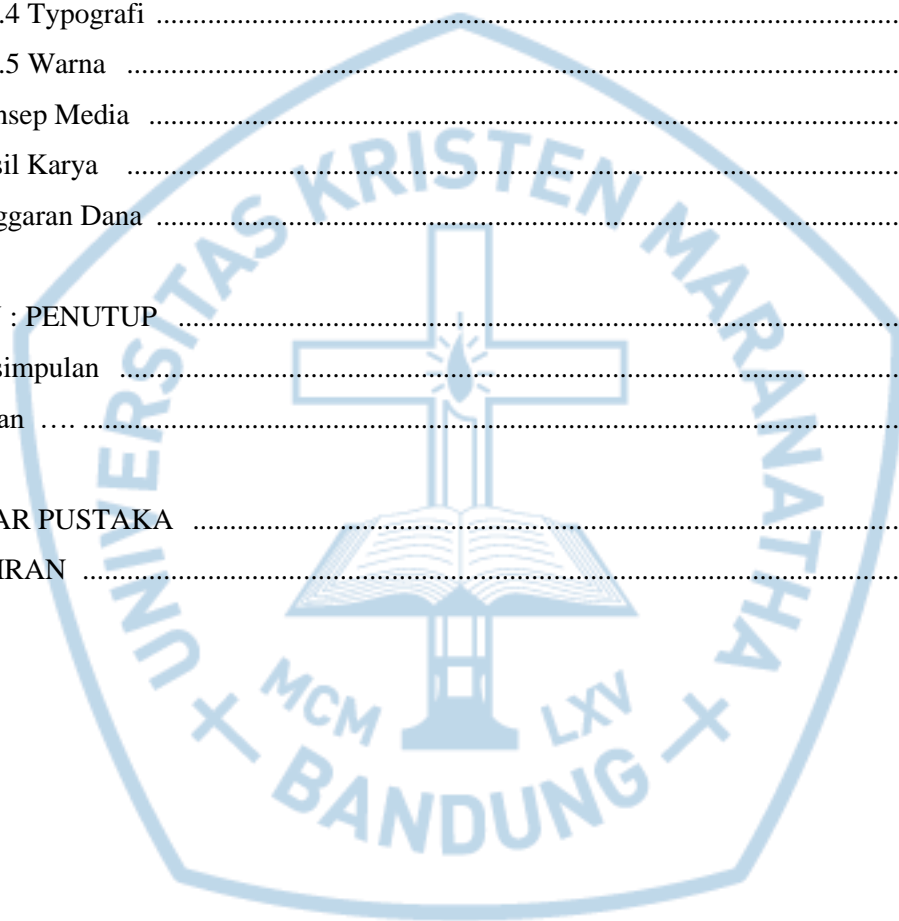
*Troubleshooting by creating an information campaign using the AISAS concept. The media used are, social media, print ad, video and gimmick. Through the media used, it is hoped the target targets can better recognize and appreciate Cibulan tourism.*

*Keywords: Cibulan, Information Campaign, Tourist Attraction, West Java.*

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
LEMBAR PENGESAHAN .....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA DAN LAPORAN .....	iii
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
ABSTRAK .....	vi
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	x
DAFTAR LAMPIRAN .....	xii
BAB I : PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	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 .....	4
BAB II : LANDASAN TEORI .....	5
2.1 Kampanye .....	5
2.2 Teori AISAS .....	6
2.3 Pariwisata .....	7
2.4 Dewasa Muda .....	9
2.5 Fotografi <i>Landscape</i> .....	10
2.6 Teori Warna .....	10
BAB III : DATA DAN ANALISIS MASALAH .....	12
3.1 Data dan Fakta .....	12
3.1.1 Perusahaan atau Lembaga Terkait .....	12
3.1.2 Data dan Fenomena yang Terjadi .....	15
3.1.3 Tinjauan Proyek Sejenis .....	19
3.2 Analisis Terhadap Permasalahan Berdasarkan Data dan Fakta .....	20
3.2.1 Analisis SWOT .....	21

3.2.2 Analisis STP .....	22
<b>BAB IV : PEMECAHAN MASALAH .....</b>	<b>24</b>
4.1 Konsep Komunikasi .....	24
4.2 Konsep Kreatif .....	24
4.2.1 Tampilan Desain .....	24
4.2.2 Logo .....	25
4.2.3 Tampilan Fotografi .....	25
4.2.4 Typografi .....	26
4.2.5 Warna .....	26
4.3 Konsep Media .....	26
4.4 Hasil Karya .....	29
4.5 Anggaran Dana .....	47
<b>BAB V : PENUTUP .....</b>	<b>50</b>
5.1 Kesimpulan .....	50
5.2 Saran .....	50
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>51</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>52</b>



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Diagram Jumlah Pengunjung .....	2
Gambar 3.1	Logo Dinas Pemuda Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Kuningan	12
Gambar 3.2	Logo Dinas Pemuda Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Kuningan	14
Gambar 3.3	Kolam Cibulan.....	16
Gambar 3.4	Sumur Cibulan .....	16
Gambar 3.5	Diagram Jenis Kelamin.....	17
Gambar 3.6	Diagram Usia .....	17
Gambar 3.7	Diagram Tempat Tinggal.....	17
Gambar 3.8	Diagram Pekerjaan.....	17
Gambar 3.9	Diagram Pendapatan.....	17
Gambar 3.10	Diagram Tujuan Wisata .....	17
Gambar 3.11	Diagram Pengetahuan Mengenai Wisata Cibulan .....	18
Gambar 3.12	Diagram Ketertarikan Kepada Cibulan.....	18
Gambar 3.13	Diagram Sumber Informasi .....	18
Gambar 3.14	Diagram Pemakaian Media Sosial .....	18
Gambar 3.15	Poster Flobamora.....	20
Gambar 4.1	Logo Napak Tilas Sejarah Cibulan .....	25
Gambar 4.2	<i>Timeline</i> Kampanye Informasi .....	28
Gambar 4.3	Media Sosial <i>Instagram</i> tahap <i>Attention</i> dan <i>Interest</i> .....	29
Gambar 4.4	Media Sosial <i>Instagram</i> tahap <i>Action</i> dan <i>Search</i> .....	29
Gambar 4.5	Media Sosial <i>Instagram</i> tahap <i>Share</i> .....	30
Gambar 4.6	Media Sosial <i>Facebook</i> tahap <i>Attention</i> dan <i>Interest</i> .....	30
Gambar 4.7	Media Sosial <i>Facebook</i> tahap <i>Action</i> dan <i>Search</i> .....	31
Gambar 4.8	Media Sosial <i>Facebook</i> tahap <i>Share</i> .....	31
Gambar 4.9	<i>Website Mandatory</i> tahap <i>Attention</i> dan <i>Interest</i> .....	32
Gambar 4.10	<i>Website Mandatory</i> tahap <i>Action</i> dan <i>Search</i> .....	32
Gambar 4.11	<i>Website Mandatory</i> tahap <i>Share</i> .....	33
Gambar 4.12	Tampilan <i>Website Mandatory</i> untuk halaman khusus Cibulan .....	34
Gambar 4.13	<i>Website Koran Online</i> tahap <i>Attention</i> dan <i>Interest</i> .....	35
Gambar 4.14	<i>Website Koran Online</i> tahap <i>Action</i> dan <i>Search</i> .....	35
Gambar 4.15	<i>Website Koran Online</i> tahap <i>Share</i> .....	36
Gambar 4.16	<i>Billboard</i> tahap <i>Attention</i> dan <i>Interest</i> .....	36

Gambar 4.17	<i>Billboard</i> tahap <i>Action</i> dan <i>Search</i> .....	37
Gambar 4.18	<i>Billboard</i> tahap <i>Share</i> .....	37
Gambar 4.19	Poster tahap <i>Attention</i> dan <i>Interest</i> .....	38
Gambar 4.20	Poster tahap <i>Action</i> dan <i>Search</i> .....	38
Gambar 4.21	Poster tahap <i>Share</i> .....	39
Gambar 4.22	Tampilan depan Brosur <i>Tri-Fold</i> .....	40
Gambar 4.23	Tampilan belakang Brosur <i>Tri-Fold</i> .....	41
Gambar 4.24	<i>Storyboard Trailer</i> .....	42
Gambar 4.25	<i>Video</i> di <i>Facebook</i> .....	42
Gambar 4.26	<i>Video</i> di <i>Instagram</i> .....	43
Gambar 4.27	<i>Gimmick T-shirt</i> .....	44
Gambar 4.28	<i>Gimmick Tote bag</i> .....	44
Gambar 4.29	<i>Gimmick Mug</i> .....	45
Gambar 4.30	<i>Gimmick Pin</i> .....	45
Gambar 4.31	<i>Gimmick Kalender</i> .....	46
Gambar 4.32	<i>Gimmick Postcard</i> .....	46



## DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A	Hasil wawancara dengan pengurus Cibulan .....	52
LAMPIRAN B	Tabel jumlah pengunjung .....	53
LAMPIRAN C	Sketsa logo .....	54
LAMPIRAN D	Sketsa poster visual .....	57
LAMPIRAN E	Sketsa <i>storyboard</i> .....	60
LAMPIRAN F	<i>Storyboard video trailer</i> .....	61

