

ABSTRAK

PERANCANGAN PROMOSI WISATA ALAM MEGALITIKUM DI PADALARANG JAWA BARAT

Oleh

**Aryo Hadi Wibisono
NRP 1464092**

Indonesia memiliki berbagai tempat wisata alam salah satunya adalah wisata alam di , Padalarang Kab. Bandung Barat. Wisata alam Padalarang Kab. Bandung Barat memiliki panorama yang indah dan bernilai sejarah, tempat wisata tersebut seperti di goa pawon, stone garden, sangiang tikoro dan banyak lainnya. Pada daerah wisata ini terdapat beberapa fosil manusia terdahulu yang belum banyak diketahui oleh masyarakat khususnya masyarakat Kota Bandung dan sekitarnya.

Tujuan dari perancangan ini adalah untuk memperkenalkan kepada masyarakat Kota Bandung dan sekitarnya beberapa tempat wisata alam yang memiliki panorama yang indah dan bernilai sejarah, agar masyarakat yang berada di kota Bandung dan sekitar Jawa Barat dapat lebih mengenal wisata alam yang berada di Padalarang Kab. Bandung Barat. selain itu tujuan dari perancangan ini juga untuk menarik perhatian wisatawan agar berkunjung dan meningkatkan potensi pariwisata di Padalarang.

Menggunakan media sosial sebagai media utama dalam mempromosikan wisata alam bersejarah Padalarang yang bertujuan untuk memberikan informasi wisata alam seperti penjelasan seputar tempat wisata serta lokasi yang direkomendasikan kepada wisatawan, Alasan dalam pemilihan media sosial karena media ini digunakan oleh berbagai kalangan, dapat diakses dimana saja dan dapat dengan mudah dalam menyebarkan informasi seputar promosi wisata alam Padalarang.

Kata Kunci: megalitikum, padalarang, promosi, wisata alam

ABSTRACT

DESIGN OF MEGALITICUM NATURAL TOURISM PROMOTION IN PADALARANG JAWA BARAT

Submitted by

Aryo Hadi Wibisono
NRP 1464092

Indonesia is one of the biggest country in the world which has many natural attraction that spread into more than 17.504 island. And one of them is “Wisata Alam Megalitikum Padalarang” located in West Bandung. Not only having beautiful scenery but “Wisata Alam Padalarang” also has historical story such as Goa Pawon, Stone Garden Sangiang Tikoro and many more . Some fossil aslso founded in this place but most of people doesn’t know about this.

Purpose of this design is to provide an information about nature-friendly beautiful scenery to people in West Java and Bandung especially so they will have more understanding. Moreover, it will attract traveler or tourist to visit Padalarang

By using social media as main media to promote nature places in Padalarang, expected traveler or tourist will have easy access to get an information given social media and it is easily accessable by everyone and everywhere.

Keywords: megalithic, nature tourism, Padalarang, promotion

DAFTAR ISI

| | Halaman |
|---|----------------|
| HALAMAN JUDUL..... | i |
| LEMBAR PENGESAHAN | ii |
| PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA DAN LAPORAN | iii |
| PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN | iv |
| KATA PENGANTAR | v |
| ABSTRAK | viii |
| <i>ABSTRACT</i> | ix |
| DAFTAR ISI..... | ix |
| DAFTAR GAMBAR | xi |
| DAFTAR TABEL..... | xiii |
| DAFTAR LAMPIRAN | xiv |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang | 1 |
| 1.2 Permasalahan Dan Ruang Lingkup | 3 |
| 1.3 Tujuan Perancangan | 3 |
| 1.4 Sumber Dan Teknik Pengumpulan Data | 3 |
| 1.4.1 Kuesioner | 3 |
| 1.4.2 Observasi lapangan..... | 4 |
| 1.4.3 Wawancara dengan narasumber | 4 |
| 1.5 Skema Perancangan..... | 5 |
| BAB II LANDASAN TEORI | 6 |
| 2.1 Promosi | 6 |
| 2.2 Teori AISAS | 7 |

| | |
|--|----|
| 2.3 Pariwisata..... | 9 |
| 2.3.1 Objek Wisata..... | 11 |
| 2.4 Teori Fotografi | 11 |
| 2.5 Teori <i>Karst</i> | 13 |
| 2.5.1 Pengertian <i>Karst</i> | 13 |
| BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH..... | 16 |
| 3.1 Lembaga terkait..... | 16 |
| 3.1.1 Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Bandung Barat | 16 |
| 3.1.2 KRCB (Kelompok Riset Cekungan Bumi) | 17 |
| 3.1.3 Penyandang Dana Promosi..... | 17 |
| 3.2 Data dan Fakta..... | 18 |
| 3.2.1 Data Fenomena yang terjadi..... | 18 |
| 3.2.2 Hasil Observasi | 19 |
| 3.2.3 Hasil Wawancara..... | 21 |
| 3.2.4 Data Hasil Kuesioner | 22 |
| 3.2.5 Tinjauan Terhadap Proyek Sejenis | 27 |
| 3.3 Analisis Terhadap Permasalahan Berdasarkan Data dan Fakta..... | 28 |
| 3.3.1 Analisis SWOT dari Objek..... | 28 |
| 3.3.2 Analisis SWOT dari Promosi..... | 28 |
| 3.3.3 Analisis STP | 29 |
| BAB IV PEMECAHAN MASALAH..... | 31 |
| 4.1 Konsep Komunikasi | 31 |
| 4.2 Konsep Kreatif | 31 |
| 4.2.2 Konsep Visual | 31 |
| 4.3 Jenis Media <i>Online</i> | 34 |
| 4.3.1 Jenis Media Online | 34 |
| 4.3.2 Jenis Media Cetak..... | 34 |
| 4.3.3 <i>Timeline</i> Media | 36 |
| 4.4 Hasil Karya | 36 |
| 4.4.1 Logo Wisata alam Megalitik Padalarang..... | 36 |

| | |
|--|----|
| 4.4.2 Media Instagram | 38 |
| 4.5 Media Pendukung | 39 |
| 4.5.1 Media Faceook | 39 |
| 4.5.2 Media Youtube..... | 40 |
| 4.5.3 <i>Storyboard Teaser Video Promosi Wisata Padalarang</i> | 41 |
| 4.5.4 Media <i>Banner ads</i> | 42 |
| 4.5.5 Media Line..... | 43 |
| 4.5.6 Media Poster..... | 44 |
| 4.5.7 Media Majalah | 46 |
| 4.5.8 Media Koran..... | 47 |
| 4.5.9 Media Billboard | 48 |
| 4.6 Merchandise | 49 |
| 4.6.1 Media Sticker | 49 |
| 4.6.2 Media Gantungan Kunci..... | 50 |
| 4.6.3 Media Topi | 51 |
| 4.7 Budgeting..... | 1 |
| BAB V PENUTUP..... | 53 |
| 5.1 Simpulan | 53 |
| 5.2 Saran | 53 |
| DAFTAR PUSTAKA | 55 |
| LAMPIRAN | 58 |

DAFTAR GAMBAR

| | | |
|-------------|---|----|
| Gambar 1.1 | Skema perancangan promosi | 5 |
| Gambar 3.1 | Logo Kabupaten Bandung Barat | 17 |
| Gambar 3.2 | Logo Kelompok Riset Cekungan Bumi | 18 |
| Gambar 3.3 | Logo Pertamina | 19 |
| Gambar 3.4 | Gua Sangiangtikoro | 21 |
| Gambar 3.5 | Kerusakan lingkungan akibat penambangan dengan peledakan dan alat berat di Gunung Masigit yang tidak terkendali | 21 |
| Gambar 3.6 | Kerusakan lingkungan di sekitar gunung masigit saat ini | 22 |
| Gambar 3.7 | Diagram Data Kuesioner Menurut Gender | 23 |
| Gambar 3.8 | Diagram Data Kuesioner Menurut Usia | 24 |
| Gambar 3.9 | Diagram Data Kuesioner Menurut Pekerjaan | 24 |
| Gambar 3.10 | Diagram Data Kuesioner Menurut Pendapatan | 25 |
| Gambar 3.11 | Diagram Data Kuesioner Menurut Pengetahuan Tempat Wisata Bersejarah | 25 |
| Gambar 3.12 | Diagram Data Kuesioner Menurut Kunjungan Lokasi Wisata | 26 |
| Gambar 3.13 | Diagram Data Kuesioner Menurut Pemilihan Media Promosi | 26 |
| Gambar 3.14 | Karya poster dan billboard promosi iklan pariwisata kawasan dataran tinggi Dieng, Jawa Tengah | 27 |
| Gambar 4.1 | Warna | 33 |
| Gambar 4.2 | <i>Timeline</i> media promosi | 36 |
| Gambar 4.3 | Logo Wisata alam Megalitik Padalarang | 36 |
| Gambar 4.4 | Logo dengan <i>logotype</i> di bawah | 37 |
| Gambar 4.5 | Mockup profil instagram | 38 |
| Gambar 4.6 | Desain media instagram | 38 |
| Gambar 4.7 | Mockup tampilan pada facebook | 39 |
| Gambar 4.8 | Desain media <i>Youtube</i> | 40 |
| Gambar 4.9 | Mockup media <i>Youtube</i> | 40 |

| | |
|---|----|
| Gambar 4.10 <i>Storyboard Teaser Video</i> | 41 |
| Gambar 4.11 Desain media <i>web banner ads</i> | 42 |
| Gambar 4.12 Mockup media <i>web banner ads</i> | 42 |
| Gambar 4.13 Mockup media line | 43 |
| Gambar 4.14 Desain media poster | 44 |
| Gambar 4.15 Desain media poster pada <i>event</i> | 44 |
| Gambar 4.16 Desain media poster <i>attention</i> | 45 |
| Gambar 4.17 <i>Mockup</i> desain pada media majalah | 46 |
| Gambar 4.18 Desain pada media majalah | 46 |
| Gambar 4.19 Desain media Koran | 47 |
| Gambar 4.20 <i>Mockup</i> pada Koran | 47 |
| Gambar 4.21 Media Billboard | 48 |
| Gambar 4.22 Media Billboard | 48 |
| Gambar 4.23 Desain media Sticker | 49 |
| Gambar 4.24 Media Gantungan kunci | 50 |
| Gambar 4.25 Media topi | 51 |

DAFTAR TABEL

| | |
|---|----|
| Tabel 1 Tabel <i>timeline</i> media promosi | 36 |
| Tabel 2 Budgeting 1 Tahun | 52 |



DAFTAR LAMPIRAN

| | | |
|------------|--|----|
| Lampiran A | Pembuatan logo Promosi | 58 |
| Lampiran B | Logo Alternatif | 59 |
| | B.1 Logo Alternatif 1 | 59 |
| | B.2 Logo Alternatif 2 | 60 |
| Lampiran C | Pemilihan <i>font</i> untuk logo | 61 |
| Lampiran E | <i>Layout</i> poster | 62 |
| | E.1 <i>Layout</i> poster 1 | 62 |
| | E.2 <i>Layout</i> poster 2 | 63 |

