

ABSTRAK

PERANCANGAN MEDIA PROMOSI DESTINASI WISATA SITU GUNUNG DI KABUPATEN SUKABUMI JAWA BARAT

Oleh

Cadatora Ferdinandus

NRP 1664039

Sukabumi memiliki banyak sekali potensi dalam bidang wisata alam. Salah satunya adalah kawasan wisata Situ Gunung yang menawarkan beberapa destinasi wisata dalam satu kawasan. Seperti danau Situ Gunung, air terjun Curug Sawyer, dan jembatan gantung yang merupakan jembatan gantung tertinggi dan terpanjang di Asia Tenggara. Banyak sekali potensi yang bisa dikembangkan dari tempat wisata ini agar memiliki dampak yang positif terhadap masyarakat sekitar. Namun masih banyak wisatawan di luar Sukabumi yang belum mengetahui keberadaan tempat wisata ini. Hal ini disebabkan oleh sedikitnya promosi serta publikasi yang dilakukan terutama dalam bentuk audio visual. Dari data yang berhasil dikumpulkan, rata-rata target pasar dari penelitian ini masih belum mengetahui keberadaan destinasi wisata ini dan sebagian besar menggunakan media sosial sebagai tempat untuk mendapatkan informasi mengenai tempat wisata. Maka dari itu, penulis bertujuan untuk merancang sebuah desain promosi yang ditujukan khusus kepada kawasan wisata Situ Gunung ini baik melalui media konvensional ataupun media sosial sehingga wisatawan dari berbagai daerah terutama dari kota-kota besar di Indonesia dapat mengetahui potensi dari wisata alam ini.

Kata Kunci : Alam; Media; Potensi; Promosi; Wisata

ABSTRACT

PERANCANGAN MEDIA PROMOSI DESTINASI WISATA SITU GUNUNG DI KABUPATEN SUKABUMI JAWA BARAT

Submitten by

Cadalore Ferdinandus

NRP 1664039

Sukabumi has a lot of potential in the field of natural tourism. One of them is the Situ Gunung tourist area which offers several tourist destinations in one area. Such as Situ Gunung lake, Curug Sawyer waterfall, and a suspension bridge which is the highest and longest suspension bridge in Southeast Asia. There is a lot of potential that can be developed from this tourist spot in order to have a positive impact on the surrounding community. However, there are still many tourists outside Sukabumi who do not know the existence of this tourist spot. This is due to the lack of promotions and publications, especially in the form of audio-visuals. From the data that has been collected, the average target market of this research is still not aware of the existence of this tourist destination and most of them use social media as a place to get information about tourist attractions. Therefore, the author aims to design a promotional design aimed specifically at the Situ Gunung tourist area either through conventional media or social media so that tourists from various regions, especially from big cities in Indonesia can find out the potential of this natural tourism.

Keywords: Media; Nature; Potency; Promotion; Travel

DAFTAR ISI

| | |
|--|-----|
| LEMBAR PENGESAHAN | i |
| PERNYATAAN ORISINALITAS HASIL KARYA PRIBADI..... | ii |
| PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN TUGAS AKHIR..... | iii |
| KATA PENGANTAR..... | iv |
| ABSTRAK | v |
| ABSTRACT | vi |
| BAB I..... | 1 |
| 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 |
| 1.4.1 Data Primer | 3 |
| 1.4.2 Data Sekunder..... | 3 |
| 1.5 Skema Perancangan | 4 |
| BAB II | 5 |
| LANDASAN TEORI..... | 5 |
| 2.1. Teori Makro..... | 5 |
| 2.1.1 Teori Promosi..... | 5 |
| 2.2. Teori Mikro..... | 9 |
| 2.2.1 Teori <i>Layout</i> | 9 |
| 2.2.2 Teori Fotografi <i>Landscape</i> | 10 |
| 2.2.3 Teori Videografi..... | 11 |
| 2.2.4 Teori Tipografi..... | 13 |
| 2.2.5 Teori Media Sosial | 14 |
| BAB III..... | 17 |
| DATA DAN ANALISIS PERMASALAHAN..... | 17 |
| 3.1 Data dan Fakta | 17 |
| 3.1.1 Pemerintah Daerah Jawa Barat | 17 |
| 3.1.2 <i>Sponsorship</i> | 19 |

| | |
|--|-----------|
| 3.1.3 Tempat Wisata yang Menarik di Sukabumi | 19 |
| 3.1.4 Tinjauan Terhadap Proyek Sejenis | 28 |
| 3.2 Analisis terhadap Permasalahan Berdasarkan Data dan Fakta..... | 28 |
| 3.2.1 Analisis SWOT dari kawasan wisata Situ Gunung | 28 |
| 3.2.2 Analisis SWOT dari Media | 29 |
| 3.2.3 Analisis STP (<i>Segmenting, Targeting, Positioning</i>) | 30 |
| BAB IV | 32 |
| PEMECAHAN MASALAH | 32 |
| 4.1 Konsep Komunikasi | 32 |
| 4.2 Konsep Kreatif..... | 32 |
| 4.2.1 Tipografi | 33 |
| 4.2.2 Warna | 34 |
| 4.2.3 Foto..... | 34 |
| 4.3 Konsep Media | 36 |
| 4.4 <i>Timeline</i> Promosi | 37 |
| 4.5 Hasil Karya | 38 |
| BAB V..... | 45 |
| PENUTUP..... | 45 |
| 5.1 Kesimpulan | 45 |
| 5.2 Saran..... | 45 |
| DAFTAR PUSTAKA | 47 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|----|
| Gambar 1.1 Foto Situ Gunung..... | 1 |
| Gambar 2.1 <i>Picture Window Layout</i> | 10 |
| Gambar 2.2 Fotografi representasi | 11 |
| Gambar 3.1 Logo Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Jawa Barat..... | 17 |
| Gambar 3.2 Logo Eiger | 19 |
| Gambar 3.3 destinasi.id | 28 |
| Gambar 4.1 Warna | 34 |
| Gambar 4.2 Curug Sawyer | 35 |
| Gambar 4.3 Danau Situ Gunung | 35 |
| Gambar 4.4 Jembatan Gantung | 36 |

| | |
|---|----|
| Gambar 4.5 Logo Situ Gunung..... | 38 |
| Gambar 4.6 <i>Interest</i> | 39 |
| Gambar 4.7 <i>Search</i> | 40 |
| Gambar 4.8 <i>Action</i> | 41 |
| Gambar 4.9 <i>Share</i> | 42 |
| Gambar 4.10 <i>Feed Instagram</i> | 43 |

DAFTAR TABEL

| | |
|----------------------------------|----|
| Tabel 4.1 Timeline Promosi | 37 |
| Tabel 4.2 <i>Budgeting</i> | 44 |

DAFTAR DIAGRAM

| | |
|--|----|
| Diagram 3.1 Jenis Kelamin | 21 |
| Diagram 3.2 Usia Responden | 21 |
| Diagram 3.3 Asal Responden | 22 |
| Diagram 3.4 Sering atau Tidak Bepergian | 23 |
| Diagram 3.5 Pernah atau Tidak ke Sukabumi..... | 23 |
| Diagram 3.6 Pengetahuan Tentang Situ Gunung | 24 |
| Diagram 3.7 Pengetahuan Tentang Foto Situ Gunung | 24 |
| Diagram 3.8 Pengetahuan Tentang Foto Situ Gunung | 25 |
| Diagram 3.9 Keinginan Untuk Berkunjung | 26 |
| Diagram 3.10 Perlu atau Tidak Promosi | 26 |
| Diagram 3.11 Media Sosial yang Dipakai..... | 27 |