



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Menurut Ritchie, Carr, dan Cooper (2003), wisata edukasi adalah kegiatan yang dilakukan oleh orang-orang untuk berkunjung ke suatu tempat dengan tujuan agar dapat mempelajari hal-hal yang ada di tempat tersebut secara langsung. Tempat wisata dapat berupa alam ataupun tempat buatan manusia, kegiatan wisata ini bisa dilakukan oleh siapa saja, mulai dari masyarakat umum, anak-anak, orang tua, pelajar ataupun mahasiswa (hlm. 18).

Kawasan Agrowisata Cibugary pada awalnya merupakan kawasan peternakan sapi perah, namun pada tahun 1996 diubah menjadi kawasan wisata peternakan sapi perah. Agrowisata Cibugary terletak di daerah Pondok Ranggon Cibubur, Jakarta Timur provinsi DKI Jakarta. Wisata ini dikelola oleh peternak sapi perah sehingga pengunjung atau wisatawan mendapatkan pengetahuan dan pengalaman mengenai dunia sapi perah secara langsung dari sumbernya. Wisata ini menawarkan berbagai macam program kepada pengunjungnya mengenai dunia sapi perah mulai dari pengenalan jenis-jenis sapi, perawatan sapi, pemerahan susu sapi, beragam pengolahan susu sapi, dan juga pengetahuan agro bisnis dunia peternakan sapi perah. Saat ini kawasan Agrowisata Cibugary memiliki dua konsentrasi bidang usaha, yang pertama adalah Agrowisata edukatif dan yang kedua adalah usaha yang menjual produk hasil peternakan yaitu susu murni beserta olahan susu lainnya.

Keberadaan Agrowisata Cibugary sudah cukup lama namun memiliki *brand awareness* yang rendah, hal ini terbukti dari hasil penelitian yang penulis lakukan. Penulis melakukan wawancara ke sepuluh guru yang berada di Jakarta, baik yang berada di daerah sekitar tempat wisata yaitu daerah Cibubur ataupun daerah lain di Jakarta. Dari sepuluh guru yang penulis wawancarai, sembilan diantaranya tidak mengetahui dan hanya satu guru saja yang mengetahuinya.

Dikarenakan banyaknya masyarakat yang tidak mengetahui Agrowisata Cibugary, oleh karena itu dibutuhkan promosi untuk memperkenalkan dan agar meningkatkan pengunjung Agrowisata Cibugary, hal ini didukung oleh pernyataan Morissan (2010) bahwa salah satu tujuan promosi adalah memperkenalkan kepada masyarakat mengenai eksistensi perusahaan, agar masyarakat dapat mengetahui keberadaan produk atau perusahaan tersebut. Lalu berikutnya tujuan promosi adalah untuk memberikan informasi kepada masyarakat, agar masyarakat mengetahui fungsi dan kegunaan dari produk-produk yang dijual oleh perusahaan, sehingga masyarakat mau membeli dan memanfaatkan produk tersebut (hlm. 39). Berdasarkan hal tersebut maka perlunya dibuat perancangan untuk Agrowisata Cibugary agar dapat meningkatkan *brand awareness* dan juga meningkatkan kunjungan di Agrowisata Cibugary.

## 1.2. Rumusan Masalah

Bagaimana membuat perancangan promosi agar dapat meningkatkan kunjungan di Agrowisata Cibugary?

## 1.3. Batasan Masalah

Agar penelitian memiliki fokus yang jelas dan tidak meluas dari pembahasan, maka batasan permasalahan dalam perancangan identitas visual Istana Susu Cibugary adalah sebagai berikut:

- Segmentasi

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Rachmat selaku pemilik Agrowisata Cibugary dan berdasarkan hasil riset bahwa dalam melakukan kunjungan mayoritas adalah pihak sekolah. Dari pihak sekolah, guru memiliki wewenang sepenuhnya dalam menentukan tempat wisata dan siswa-siswi tidak dilibatkan dalam pengambilan keputusan untuk memilih tempat wisata namun mereka adalah subjek utama dari kegiatan di Agrowisata Cibugary, berikut adalah segmentasi pengunjung dari Agrowisata Cibugary:

a. Demografis

Usia : Primer, guru 30 – 50 tahun,  
Sekunder orang tua yang memiliki anak 4 -12 tahun

Jenis Kelamin : Pria dan Wanita

Kelas Sosial : Menengah – Menengah atas

b. Geografis

Guru TK dan SD yang tinggal di wilayah Jakarta

c. Psikografis

Peduli terhadap pendidikan dan perkembangan anak-anak. Target mayoritas tidak menggunakan sosial media namun mereka juga mempercayakan kepada guru lain yang memanfaatkan sosial media dalam mencari tempat wisata.

**1.4. Tujuan Tugas Akhir**

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk melakukan perancangan promosi agar khalayak datang berkunjung ke Agrowisata Cibugary.

**1.5. Manfaat Tugas Akhir**

Manfaat dari tugas akhir dengan topik “Perancangan Promosi Agrowisata Cibugary” ini adalah:

Membuat perancangan promosi agar dapat meningkatkan kunjungan di Agrowisata Cibugary.

UMMN