



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

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, 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

Benteng Pendem terletak di pesisir Pantai Teluk Penyu Kabupaten Cilacap, Jawa Tengah. Wisata warisan budaya ini yang dibangun pada tahun 1861 dan merupakan peninggalan Belanda. Keunikan Benteng Pendem terletak pada perpaduan sejarah perjuangan Indonesia, warisan budaya, dan keindahan alam. Di dalam Benteng Pendem terdapat objek wisata benteng bergaya Belanda dan penangkaran satwa dilindungi atau Menjangan Park.

Wisata warisan budaya Benteng Pendem Cilacap mengalami penurunan pengunjung yang berimbas pada penurunan pendapatan daerah. Berdasarkan jumlah wisatawan Benteng Pendem dari data Badan Pusat Statistik Kabupaten Cilacap mengalami penurunan sejak tahun 2016. Jumlah wisatawan Benteng Pendem tahunan pada tahun 2016 sebesar 84.846, tahun 2017 sebesar 81.977 dan menurun drastis pada tahun 2018 sebesar 59.438.

Berkurangnya jumlah pengunjung menyebabkan penurunan omzet yang dialami Pemerintah Daerah Cilacap. Hal ini semakin diperparah dengan imbas pandemi COVID-19. Padahal terdapat peluang besar bagi Benteng Pendem Cilacap sebagai objek ekowisata yang mengutamakan konservasi alam, budaya lokal, dan sejarah perjuangan Bangsa Indonesia. Peluang ini dapat menambah devisa Kabupaten Cilacap dengan banyaknya jumlah wisatawan yang berkunjung.

Oleh karena itu, penulis mengajukan perancangan promosi interaktif Benteng Pendem Cilacap. Target perancangan promosi untuk remaja akhir berusia 20 - 24 tahun sesuai dengan jumlah terbanyak penduduk Kabupaten Cilacap menurut kelompok umur tahun 2019 sebanyak 159,964 jiwa. Strategi promosi menggunakan pendekatan *digital storytelling* dan interaktif yang melibatkan pengunjung dalam menyebarkan informasi.

## 1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana merancang promosi interaktif Benteng Pendem Cilacap?

## 1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan masalah yang ditemukan, penulis melakukan pembatasan guna menghasilkan penelitian yang lebih fokus terarah sebagai berikut:

### 1) Demografis

- a) Usia : 20 - 24 tahun

Jumlah penduduk Kabupaten Cilacap mencapai 1,937,427 jiwa yang terbagi secara administratif dalam 24 kecamatan, 269 desa, dan 15 kelurahan. Jumlah terbanyak penduduk Kabupaten Cilacap menurut kelompok umur tahun 2019 yaitu sebanyak 159,964 jiwa.

- b) Jenis Kelamin : Laki-laki dan perempuan

- c) Status pendidikan : Mahasiswa/i – sarjana muda

Generasi muda yang belum memiliki banyak pengalaman dan wawasan masih terbatas. Kalangan ini membutuhkan panutan untuk menemukan eksistensinya.

- d) Tingkat ekonomi : SES B – The Follower.

Pemilihan tingkat ekonomi menengah karena persentase penduduk miskin Kabupaten Cilacap sebesar 11.46%. Kalangan The Follower terdiri dari anak muda (SMA dan kuliah) yang masih mencari jati diri. Mereka eksistensi di lingkungan pertemanan melalui media sosial.

### 2) Geografis

- Plural : Kabupaten Cilacap

Lokasi Benteng Pendem terletak pada bagian tenggara pesisir Pantai Teluk Penyu Kabupaten Cilacap, Jawa Tengah. Kabupaten Cilacap merupakan salah satu kabupaten di Provinsi Jawa Tengah. Ibu kotanya adalah Kota Cilacap.

Kabupaten ini berbatasan dengan Kabupaten Brebes dan Kabupaten Banyuman di sisi utara, sedangkan pada sisi selatan berbatasan dengan Samudra Hindia. Pada sisi timur berbatasan dengan Kabupaten Banyumas dan Kebumen. Sedangkan sisi sebaliknya atau barat berbatasan dengan Kota Banjar dan Kabupaten Pangandaran.

### 3) Psikografis

Masyarakat Kota Cilacap yang menyukai wisata budaya, pesona alam memiliki rasa ingin tahu yang besar, kebutuhan untuk melepas penat, dan menghargai sejarahnya. Target ini sesuai dengan prediksi Kemenparekraf Rizki Handayani (2020) mengatakan pandemi akan memunculkan tren ekowisata sebagai destinasi wisata yang diminati. Kebiasaan baru wisatawan akan cenderung memilih perjalanan dengan jarak relatif dekat dalam waktu singkat.

## 1.4 Tujuan Tugas Akhir

Dalam tugas akhir ini memiliki tujuan untuk merancang promosi interaktif Benteng Pendem Cilacap.

## 1.5 Manfaat Tugas Akhir

Perancangan diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak sebagai berikut:

### 1) Bagi penulis

Dari proses perancangan, penulis mendapatkan wawasan, ilmu baru, dan pengalaman dalam bidang promosi pariwisata. Penerapan ilmu selama kuliah dapat menyelesaikan masalah yang terjadi di Benteng Pendem Cilacap sebagai bentuk tugas akhir untuk mendapatkan gelar sarjana. Dengan hal ini, pemikiran kritis dan penyelesaian masalah dapat terbentuk dengan pola pikir kreatif.

2) Bagi orang lain

- a) Masyarakat Kabupaten Cilacap dapat mengetahui sejarah, asal usul, dan mengenali keberadaan Benteng Pendem Cilacap. Objek wisata tersebut dapat memberikan edukasi sejarah sekaligus melepas penat bagi pengunjung dengan cara yang interaktif.
- b) Pemerintah Daerah Kabupaten Cilacap dapat meningkatkan jumlah pengunjung atau wisatawan Benteng Pendem Cilacap sehingga mendapatkan devisa bagi daerah.

3) Bagi universitas

Laporan ini dapat dijadikan media pembelajaran dan menjadi referensi bagi mahasiswa lain khususnya dalam perancangan promosi interaktif. Diharapkan tugas akhir ini dapat menjadi inspirasi bagi mahasiswa Desain Komunikasi Visual terutama di Universitas Multimedia Nusantara.

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA