

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia memiliki beragam kekayaan alam yang memiliki potensi memajukan daya tarik aspek wisata seperti contohnya Taman Hutan Raya. Pembangunan Taman Hutan Raya demi kepentingan pemeliharaan flora dan fauna baik jenis lokal maupun campuran sebagai sarana pra-sarana keperluan riset, budidaya serta pariwisata alam berdasarkan Undang-Undang No. 5 Tahun 1990 membahas mengenai Konservasi Sumber Daya Hayati Dan Ekosistem. Salah satu lokasi dekat dengan daerah DKI Jakarta adalah Taman Hutan Raya Banten. Tujuan utama dibangun berawal dari upaya pelestarian alam, kemudian berkembang fokus pada daya jual lokasi wisata yang didukung dengan wahana ekstrim untuk olahraga air terlampir dalam buku UPTD Pengelolaan Tahura Banten (2019).

Namun berdasarkan hasil pengamatan saat melakukan observasi ditemukan fakta kendala tertentu sehingga dapat menghambat Taman Hutan Raya (Tahura) Banten mempromosikan potensi wisata alam yang dimiliki. Namun masalah dari media promosi Taman Hutan Raya Banten adalah tidak menggunakan penerapan ilmu Desain Komunikasi Visual sehingga memiliki pengunjung yang lebih sepi daripada lokasi lain dengan wisata sejenis (UPTD Tangerang, 2022).

Oleh karena itu, sangat penting untuk memperbaiki desain telah dibuat pada media yang ada sebelumnya sesuai dengan pedoman umum ilmu desain. Maka dibutuhkan media dengan *persuasive copywriting* serta format penempatan antara tulisan dan gambar lebih sistematis agar penjelasan informasi mudah dipahami pengunjung (Yohanes, 2019). Menurut Yadi Rohadi (2022), pasalnya Taman Hutan Raya Banten memiliki fasilitas *camping* dan akses menghubungkan 2 Curug dalam 1 kawasan sehingga memiliki potensi komersial dominan.

Berdasarkan masukan narasumber terhadap Taman Hutan Raya Banten dibutuhkan promosi menyasar pada target utama peminat kegiatan ekstrim dengan banyak *partner* seperti komunitas pecinta alam atau kegiatan fisik. Tentunya media

promosi diperlukan sesuai panduan ilmu Desain Komunikasi Visual untuk memperkenalkan tempat wisata penuh tantangan pada pengunjung terutama wilayah Tangerang dan Jakarta (Tjiptono, 2015).

1.2 Rumusan Masalah

Cara mengoptimalkan promosi dapat dilakukan Taman Hutan Raya Banten dengan lebih efektif dan efisien adalah membuat perancangan desain promosi.

1.3 Batasan Masalah

Menurut Eni Fariyatul Fahyuni (2021), segmentasi *visitor* telah dipertimbangkan terkait rumusan masalah yang ditujukan kepada usia dewasa karena memiliki rasa keingintahuan yang besar dan mampu mempersiapkan berbagai kebutuhan wisata penuh wahana adrenalin. Rambat Lupiyoadi dalam buku Manajemen Pemasaran Jasa edisi 3 (2013), penggolongan dasar kriteria spesifik dari para pengunjung terbagi menjadi 3 segmen utama tercatat sebagai berikut :

1. Demografis : Segmen dibagi menjadi kelas ekonomi mayoritas SES B dan C (menengah kebawah). Tempat wisata alam cocok jika *trekking* dengan banyak rekan, maka kategori usia primer 21 – 25 tahun dan sekunder untuk 35 – 45 tahun. Jenis kelamin laki-laki (dominan) dan perempuan. Tingkat pendidikan ditempuh SMA / SMK, D3 dan S1. Profesi berasal dari kalangan pelajar / mahasiswa, karyawan swasta, wirausaha, dan pemandu wisata.
2. Geografis : Mayoritas pengunjung berasal dari Tangerang dan Jakarta karena beberapa kali melibatkan kunjungan *study tour*, pelatihan anggota kepolisian bahkan acara kegiatan fotografi pecinta burung.
3. Psikografis : Kriteria dominan pengunjung adalah yang memiliki daftar agenda berlibur, suka dengan aktivitas memacu adrenalin dan ekstrim, pergi berlibur dengan *budget* hemat karena disediakan penginapan dekat dengan lokasi wisata, hobi mengabadikan foto sebagai bukti perjalanan kemudian *upload* akun sosial media.

1.4 Tujuan Tugas Akhir

Tujuan dari adanya membuat desain tugas akhir berguna untuk diperkenalkan secara optimal target kepada jumlah pengunjung dalam *group* sesama dari wilayah Tangerang dan Jakarta, terutama kalangan komunitas penggemar kegiatan fisik seperti *trekking* kemudian menyampaikan informasi secara efisien dan efektif bagi calon pengunjung masih bimbang untuk memilih tempat wisata alam daerah Banten maupun baru berniat untuk membuat *planning* berlibur. Hal spesial yang hanya dimiliki Taman Hutan Raya Banten adalah jalur *trekking* panjang, memiliki akses langsung menuju pantai, Curug Gendang dengan air dangkalnya serta Curug Putri dengan arus deras, meningkatkan *skill* fotografi pada acara di bulan juni – agustus bersama Komunitas Fotografi Pecinta Burung, ikut belajar cara membudidayakan serta beli hasil panen buah selesai dipetik dalam perkebunan.

1.5 Manfaat Tugas Akhir

Dalam pelaksanaannya, tentu tugas akhir ini memiliki beberapa manfaat positif yang didapatkan terbagi masing – masing menjadi 3 bagian yaitu :

a. Bagi Penulis :

- Wadah untuk menerapkan solusi permasalahan menggunakan penyelesaian kreatif penerapan ilmu Desain Komunikasi Visual pelajari dalam lingkungan perkuliahan tiap jenjang semester.
- Mampu mengajak calon pengunjung dengan cara yang *persuasive* sehingga mau datang untuk berwisata alam terbuka dengan para rekan untuk menikmati keindahan alam sekaligus *experience* wahana *trekking* di Taman Hutan Raya Banten.

b. Bagi Orang Lain :

- Menjadi acuan referensi (*travel list*) untuk melakukan perjalanan wisata alam terbuka dengan *budget* minim di Taman Hutan Raya Banten, baik bersana para rekan serta memperoleh berbagai respon positif berkunjung ke Desa Sukarame, Kabupaten Pandeglang.

c. Bagi Universitas :

- Untuk mengukur sejauh tingkat pengetahuan dikuasai yang oleh mahasiswa untuk mengaplikasikan secara teori dan praktek sebagai bahan evaluasi yang diampu mampu menjadi pedoman mahasiswa lain dalam menyusun laporan Tugas Akhir.



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA