

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kebun Raya Cibinong adalah kawasan terbuka di daerah Cibinong yang merupakan daerah konservasi tumbuhan di bawah Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (LIPI). Letaknya berada di Jl. H. Moh. Ashari, No.36, Cibinong. Destinasi wisata ini resmi dibuka untuk publik pada 20 Desember 2020. Selain sebagai tempat wisata dan ruang terbuka publik, Kebun Raya Cibinong dapat menjadi sarana edukasi bagi masyarakat karena di dalamnya terdapat lebih dari 1.000 spesimen koleksi tumbuhan dari tujuh region di Indonesia dari Sumatera hingga Nusa Tenggara, konsep “Miniatur Hutan Indonesia” menjadi keunikan Kebun Raya Cibinong. Kebun Raya Cibinong juga bekerja sama dengan PP IPTEK untuk memberikan materi kegiatan untuk karya wisata seperti jelajah alam, *science camp*, *team building*, hingga kelas tari. Dengan begitu karya wisata dapat dilakukan dengan materi yang terjamin dan tersampaikan dengan baik karena disampaikan oleh PP IPTEK yang sudah berpengalaman dalam memberikan materi edukasi.

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi penulis di tempat, yang membedakan Kebun Raya Cibinong dengan kebun raya lainnya adalah tumbuhannya yang ditanam secara berkelompok sesuai dengan tujuh region di Indonesia, sehingga menjadi miniatur hutan Indonesia. Selain itu, Kebun Raya Cibinong juga memiliki 3 buah danau yakni Danau Dora, Danau Dori, dan Danau Walini, kawasannya yang tertutup membuat Kebun Raya Cibinong aman untuk anak-anak karena pengawasan menjadi lebih mudah, tidak lupa Kebun Raya Cibinong juga menyediakan gedung auditorium dan beberapa *shelter*, yang dapat dijadikan tempat berkumpul, kegiatan *semi-outdoor* dan taman bermain sehingga anak-anak tidak akan bosan untuk berlibur sambil bermain di sini. Tidak hanya itu, saat ini sedang dibangun rumah kaca dengan teknologi baru di Kebun Raya Cibinong yang akan diisi dengan tumbuhan dari Indonesia. Fasilitas Kebun Raya Cibinong ini dapat memenuhi kebutuhan untuk pembelajaran dan karya wisata

sekolah di Kebun Raya Cibinong, Namun di balik keunggulannya, hingga kini masih banyak masyarakat Bogor yang belum mengetahui eksistensi Kebun Raya Cibinong, terutama mengetahui Kebun Raya Cibinong sebagai objek wisata edukasi, padahal fasilitas dan program yang disediakan Kebun Raya Cibinong dapat memenuhi kebutuhan sekolah untuk melakukan kegiatan karya wisata.

Diketahui, sampai saat ini promosi yang dilakukan pihak marketing Kebun Raya Cibinong adalah melalui media sosial *Instagram* dan *Tik Tok*. Namun Kebun Raya Cibinong belum menjadi pilihan oleh sekolah untuk menjadi objek wisata edukasi dan sekolah yang melakukan karya wisata di sini masih sedikit dari bulan ke bulan. Maka dari itu, penulis tergerak untuk melakukan perancangan kampanye promosi Kebun Raya Cibinong, dengan harapan Kebun Raya Cibinong dapat menjadi pilihan bagi sekolah-sekolah untuk melakukan wisata edukasi ke Kebun Raya Cibinong dan meningkatkan *awareness* masyarakat bahwa Kebun Raya Cibinong memiliki potensi untuk menjadi objek wisata edukasi.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana merancang kampanye promosi untuk Kebun Raya Cibinong agar dapat menjadi pilihan sekolah SD melakukan karya wisata?

1.3 Batasan Masalah

Penulis menentukan batasan masalah untuk lebih memfokuskan permasalahan menjadi lebih spesifik dengan batasan masalah sebagai berikut:

a. Demografis

1. Primer

- a. Usia : 6-12 tahun
- b. Jenis Kelamin : Pria dan Wanita
- c. Pekerjaan : Murid SD

2. Sekunder

- a. Usia : 25-40 tahun
- b. Jenis Kelamin : Pria dan Wanita
- c. Pekerjaan : Guru

b. Geografis

a) Provinsi : Jawa Barat

b) Kota : Bogor

c. Psikografis

Senang dengan hal baru, berpikir terbuka, mengikuti tren, senang dengan alam terbuka, belajar flora, berkegiatan di luar sekolah.

1.4 Tujuan Tugas Akhir

Tujuan perancangan ini adalah merancang kampanye promosi untuk meningkatkan wisata edukasi sekolah SD ke Kebun Raya Cibinong.

1.5 Manfaat Tugas Akhir

a. Manfaat bagi Penulis

Penulis dapat mengasah dan mempraktikkan ilmu dari perkuliahan Desain Komunikasi Visual secara nyata, belajar menganalisis dan memecahkan masalah. Selain itu penulis juga belajar untuk menciptakan solusi yang kreatif untuk permasalahannya.

b. Manfaat bagi Kebun Raya Cibinong

Hasil dari tugas akhir ini diharapkan dapat membantu Kebun Raya Cibinong mendapatkan desain yang tepat untuk mempromosikan diri kepada sekolah sebagai objek wisata edukasi yang ideal.

c. Manfaat bagi Universitas Multimedia Nusantara

Hasil dari tugas akhir ini diharapkan dapat dijadikan referensi yang baik untuk mahasiswa peserta tugas akhir di angkatan selanjutnya, khususnya bagi mahasiswa yang mengambil topik perancangan kampanye promosi tempat wisata dan solusi dalam mengatasinya.