



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

Bogor merupakan salah satu kota penyokong ibu kota Indonesia, hal ini membuat kota yang dijuluki dengan Kota Hujan ini terimbas perkembangan ekonomi, perdagangan, transportasi, komunikasi hingga pariwisata ibu kota (diakses dari www.kotabogor.go.id pada tanggal 08 Desember 2016). Maka dari itu tak heran jika Kota Bogor ini menjadi salah satu tujuan destinasi untuk berwisata bagi para masyarakat di akhir pekan, salah satunya adalah tempat wisata sambil belajar bertemakan alam yaitu Kampung Horta bagi masyarakat ibu kota di akhir pekan.

Kampung Horta merupakan sebuah tempat wisata edukasi keterampilan berbasis alam dimana banyak kegiatan-kegiatan menarik yang ditawarkan oleh tempat wisata ini untuk mendekatkan kita khususnya anak-anak kepada alam dan lingkungan, diantaranya adalah pelatihan membuat boneka horta, pembuatan terrarium, daur ulang kertas, minuman cincau, menanam padi disawah dan lain-lain. Wisata yang berbasis mengedukasi, mengembangkan keterampilan dan mendekatkan kita terutama anak-anak kepada alam dan lingkungan sekitar ini kiranya bagus untuk perkembangan anak-anak kedepannya. Banyak sekali manfaat yang dapat kita ambil saat berwisata di tempat ini. Bagi anak-anak yang tidak bisa mengendalikan emosi, sulit berinteraksi dengan orang lain, alam merupakan salah satu faktor yang tepat untuk mengubah hal tersebut karena alam merupakan salah satu unsur psikologis yang dapat memberikan efek tenang dan

rasa rileks. Unsur- unsur yang dimiliki alam baik manfaatnya untuk terapi anak. Tetapi faktanya melalui kuisisioner yang telah saya sebar ke 100 orang responden anak-anak lebih sering bermain di mall dibandingkan dengan berwisata ke tempat seperti ini.

Setelah melakukan wawancara bersama Gigin pada tanggal 23 Februari 2016 selaku penggagas ide dari berdirinya Kampung Horta serta melihat dari data yang ada, pengunjung yang datang ke tempat edukasi ini mayoritas adalah rombongan anak sekolah yang sedang melakukan *field trip*. Hal ini membuat Kampung Horta mengalami penurunan yang cukup signifikan di bulan-bulan tertentu khususnya bulan April, Juni, Juli, November, Desember. Penurunan yang cukup signifikan ini dikarenakan oleh tidak adanya kegiatan belajar mengajar di sekolah atau pun sekolah sedang dimasa ujian. Melihat permasalahan ini pun Kampung Horta mengalami kerugian sebesar 10% setiap tahunnya di bulan-bulan tersebut. Maka dari itu Gigin berencana untuk meningkatkan pengunjung tidak hanya dari kalangan sekolah saja namun untuk berbagai macam kalangan seperti remaja, dan menjadikan tempat ini sebagai tempat wisata keluarga.

Gigin juga mengakui bahwa faktor lain yang mempengaruhi penurunan ini adalah tingkat promosi dari wisata edukasi ini yang masih sangat terbatas dibandingkan wisata edukasi berbasis alam lainnya seperti, Kebun Raya Bogor, Kuntum dan lain-lain. Promosi yang telah dilakukan oleh Kampung Horta sendiri hanya melalui mulut ke mulut, brosur, media sosial seperti facebook, twitter, dan web site saja. Hal ini dikarenakan keterbatasan dari tim marketing yang dimiliki oleh Kampung Horta. Dengan adanya ancaman dari masalah tersebut, eksistensi

dari tempat wisata ini di masa yang akan datang bisa pudar dan mengancam hilangnya pemasukan mata pencaharian tambahan bagi warga di Kampung Horta itu sendiri.

Oleh karena itu, dengan melihat potensi dan permasalahan diatas penulis ingin mencari tau lebih lanjut mengenai *brand awareness* yang dimiliki oleh Kampung Horta sehingga penulis melakukan sebar kuisisioner kepada 100 orang dimana hasilnya mengatakan 81% orang tidak pernah mendengar Kampung Horta. Maka dari itu dibutuhkan upaya untuk perbaikan dan penambahan dari promosi Wisata Edukasi Keterampilan Kampung Horta, dengan tujuan agar masyarakat dapat lebih mengenal keberadaan tempat wisata ini sehingga lebih mengoptimalkan penjualan jasa dan produk yang ditawarkan dari tempat wisata ini. Atas dasar hal tersebut lah penulis meneliti dan menjadikan hal ini sebagai latar belakang tugas akhir saya dengan judul “PERANCANGAN PROMOSI WISATA EDUKASI KETERAMPILAN KAMPUNG HORTA”

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, masalah utama dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana merancang promosi yang tepat untuk Wisata Edukasi Keterampilan Kampung Horta agar eksis dan berkembang?

1.3. Batasan Masalah

Penelitian ini merupakan penelitian yang mengangkat tentang bagaimana perancangan promosi yang tepat untuk Kampung Horta. Penelitian ini menonjolkan keunikan dari barang dan jasa yang ditawarkan oleh Kampung Horta

namun tidak merubah identitas asli dari Kampung Horta itu sendiri. Agar tidak menyimpang dari permasalahan yang ada, maka penulis membatasi masalah sebagai berikut ini:

a. Demografi:

- Wanita
- Berusia 30-55 tahun
- SES menengah hingga menengah atas (berpengeluaran 900.000-2.500.000 perbulan).
- Warga Negara Indonesia
- Lulusan D3 sederajat, S1 keatas
- Semua etnis dan agama

b. Geografi:

- Bogor kota, Jawa Barat, Indonesia.

c. Psikografi:

- Keluarga pekerja keras dan produktif
- Keluarga yang menganut nilai-nilai universal
- Mendidik anaknya untuk memiliki kepintaran yang lebih
- Mempunyai rasa bahwa pembangunan karakter dan keterampilan itu penting
- Takut akan hilangnya waktu untuk kebersamaan bersama keluarga dan dunia yang menjadi semakin buruk dalam segi lingkungan

- Memiliki motivasi untuk memberikan kontribusi kepada sekitar, negara dan dunia, memperbaiki kelas sosial ekonominya
- Keluarga yang memiliki impian untuk bebas dari segi finansial dan keluarga yang penuh kasih sayang.
- Keluarga yang memiliki persepsi untuk berkontribusi dan menginspirasi satu dengan yang lainnya dan hidup adalah kerja keras.

1.4. Tujuan Tugas Akhir

Merancang promosi yang tepat untuk Wisata Edukasi Keterampilan Kampung Horta agar eksis dan berkembang.

1.5. Manfaat Tugas Akhir

Perancangan promosi yang ingin penulis rancang memiliki beberapa manfaat diantaranya:

1. Manfaat bagi Tempat Wisata:

Memberikan solusi kepada tempat wisata ini agar dapat lebih dikenal oleh masyarakat dan memperluas target juga menginformasikan kepada pemilik serta pengelola tempat wisata bahwa promosi yang ada berpengaruh bagi tingkat pengetahuan masyarakat dan eksistensi akan tempat wisata ini kedepannya.

2. Manfaat bagi Masyarakat:

Membantu masyarakat khususnya ibu-ibu dan anak-anak untuk mengenali tempat wisata yang berbasis wisata edukasi keterampilan Kampung Horta, menjadikan promosi ini sebagai pedoman bagi masyarakat untuk mengetahui informasi dan perkembangan mengenai tempat wisata ini

3. Manfaat bagi Penulis:

Perancangan ini sebagai salah satu kesempatan bagi penulis untuk merancang promosi yang sesuai dengan target. Selain itu merupakan sebuah kesempatan memperoleh gelar S1 dalam bidang seni dan desain.

4. Manfaat bagi Universitas

Perancangan ini diharapkan akan berguna sebagai referensi mahasiswa dan mahasiswi tingkat akhir khususnya di bidang studi desain komunikasi visual yang akan menjalankan tugas akhir dengan tema yang sama namun dari sudut pandang yang berbeda.

UMMN