



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.

**PERANCANGAN PROMOSI WISATA BADEGA
GUNUNG PARANG SEBAGAI DESTINASI ALTERNATIF
DI KABUPATEN PURWAKARTA**

Laporan Tugas Akhir

Ditulis sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Desain (S.Ds.)



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Nama : Filadelfia Monicha
NIM : 14120210397
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni & Desain

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2017

LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Filadelfia Monicha

NIM : 14120210397

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Seni & Desain

Universitas Multimedia Nusantara

Judul Tugas Akhir:

PERANCANGAN PROMOSI WISATA BADEGA GUNUNG PARANG SEBAGAI DESTINASI ALTERNATIF DI KABUPATEN PURWAKARTA

Dengan ini menyatakan bahwa, laporan dan karya tugas akhir ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar sarjana, baik di Universitas Multimedia Nusantara maupun di perguruan tinggi lainnya.

Karya tulis ini bukan saduran/terjemahan, murni gagasan, rumusan dan pelaksanaan penelitian/implementasi saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan pembimbing akademik dan nara sumber.

Demikian surat Pernyataan Originalitas ini saya buat dengan sebenarnya, apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan serta ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan

gelar (S.Ds.) yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 17 Januari 2018

Filadelfia Monicha



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR

**Perancangan Promosi Wisata Badega Gunung Parang
Sebagai Destinasi Alternatif di Kabupaten Purwakarta**

Oleh

Nama : Filadelfia Monicha

NIM : 14120210397

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Seni & Desain

Tangerang, 31 Januari 2018

Pembimbing

Erwin Alfian, S.Sn., M.Ds.

Penguji

Ketua Sidang

Ardyansyah, S.Sn., M.M., M.Ds.

Zamzami Almakki, S.Pd., M.Ds.

Ketua Program Studi

Mohammad Rizaldi S.T., M.Ds.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat-Nya selama ini sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang berjudul “Perancangan Promosi Badega Gunung Parang Sebagai Destinasi Alternatif di Kabupaten Purwakarta” dengan baik dan tepat pada waktunya.

Melalui perancangan tugas akhir ini, penulis berharap dapat meningkatkan *awareness* dan minat masyarakat khususnya warga Jakarta mengenai keberadaan wisata Badega Gunung Parang yang menyediakan yang pertama sekaligus satu-satunya pendakian via ferrata di Indonesia.

Beberapa hal yang penulis dapatkan dari proses pembuatan tugas akhir ini adalah bahwa manusia membutuhkan alam untuk rekreasi, begitu pun sebaliknya alam membutuhkan manusia untuk merawatnya. Oleh karena itu semoga dengan adanya promosi Badega Gunung Parang ini, masyarakat yang kemudian memutuskan berkunjung dapat turut serta menjaga kelestarian alam Gunung Parang. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Mohammad Rizaldi, S.T., M.Ds. selaku Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual atas kesempatan yang diberikan.
2. Erwin Alfian, S.Sn., M.Ds. selaku dosen pembimbing atas dukungan, bimbingan, dan arahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan perancangan tugas akhir.
3. Zamzami Almakki, S.Pd., M.Ds. selaku dosen ahli di bidang promosi yang membantu memberikan berbagai saran dalam perancangan.

4. Bapak Reagen Brian selaku Dosen Program Studi Manajemen Usaha Wisata di Sekolah Tinggi Pariwisata Pelita Harapan sebagai dosen ahli pariwisata yang memberikan berbagai masukan mengenai perancangan pariwisata.
5. Hj. Jajang selaku penanggung jawab Badega Gunung Parang dengan Pak Baban selaku penanggung jawab pemasaran serta seluruh pengelola Badega atas kesempatan dan bantuan berupa informasi yang diberikan.
6. Keluarga penulis terutama ibu yang selalu mendukung penulisan laporan ini baik dari segi moral hingga material.
7. Tadeus Verbi yang selalu setia menemani dan membantu dari tahap survey hingga tahap akhir pemasangan booth.
8. Teman-teman yang telah bersedia membantu untuk menjadi model, fotografer, hingga memberikan motivasi serta masukan demi kelancaran tugas akhir ini.

Penulis menyadari bahwa laporan ini masih jauh dari kesempurnaan dan memiliki banyak kekurangan. Jika ada kekeliruan dalam penulisan, penulis bersedia menerima kritik dan saran untuk dijadikan motivasi dalam pembuatan karya selanjutnya. Semoga perancangan ini dapat bermanfaat bagi pembaca.

Tangerang, 21 Januari 2017

Filadelfia Monicha

ABSTRAKSI

Sejak adanya Tol Cipularang Kabupaten Purwakarta menjadi sebatas kota perlintasan dari warga Jakarta yang menuju Kota Bandung. Oleh karena itu pemerintah daerah dipimpin Bupati Purwakarta, Dedi Mulyadi, mulai mengembangkan berbagai sektor wisata untuk mendukung perekonomian Purwakarta. Salah satunya adalah dengan dibangunnya Badega Gunung Parang. Kelebihan utama Badega ini adalah adanya pendakian via ferrata yang pertama dan satu-satunya di Indonesia. Namun banyak wisatawan khususnya warga Jakarta yang belum mengetahui potensi wisata yang ditawarkan.

Penulis ingin membuat suatu rancangan promosi yang dapat memperkenalkan Badega Gunung Parang kepada wisatawan khususnya warga Jakarta dan menjadikannya destinasi alternatif di Purwakarta. Tujuannya adalah agar dapat meningkatkan angka kunjungan wisata yang kemudian berpengaruh pada kesejahteraan secara ekonomi bagi masyarakat sekitar Gunung Parang.

Kata kunci: Gunung Parang, Purwakarta, Pariwisata, Promosi

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

ABSTRACT

Since the Cipularang Toll Road was built, Purwakarta regency became a crossing city of Jakarta residents who headed to the city of Bandung. Therefore, the local government led by Purwakarta Regent, Dedi Mulyadi, began to develop various tourism sectors to support the economy of Purwakarta. One of them is the construction of Badega Parang Mountain. The main tourist attraction from Badega is the via ferrata climbing, which is the first and the only one in Indonesia. But so many tourists especially Jakarta citizens have not know the potential tours that offered.

As an author, I want to create a promotional design that can introduce Badega Parang Mountain to tourists especially the citizens of Jakarta and make it an alternative destination in Purwakarta. The goal is to increase the number of tourist visits which then affect the welfare of the economy for the community around Mount Parang.

Keywords: Parang Mountain, Purwakarta, Tourism, Promotion

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT	II
HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR	IV
KATA PENGANTAR.....	IV
ABSTRAKSI.....	VII
ABSTRACT	VIII
DAFTAR ISI.....	IX
DAFTAR GAMBAR.....	XIII
DAFTAR TABEL	XVI
DAFTAR LAMPIRAN	XVII
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	3
1.3. Batasan Masalah.....	3
1.4. Tujuan Tugas Akhir	5
1.1. Manfaat Tugas Akhir	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1. Pariwisata	7
2.1.1. Obyek Wisata.....	9

2.1.2.	Jenis Wisata.....	11
2.1.3.	Wisata Minat Khusus	12
2.1.4.	Alternatif Wisata	13
2.1.5.	Dampak Pariwisata.....	14
2.2.	Wisatawan.....	19
2.2.1.	Maksud Berwisata.....	19
2.2.2.	Perilaku Wisatawan.....	21
2.3.	Promosi	22
2.3.1.	Jenis Promosi	23
2.3.2.	Tujuan Promosi	24
2.3.3.	Media Promosi	24
2.3.4.	Strategi Promosi Pariwisata	26
2.3.5.	STP.....	29
2.4.	Purwakarta.....	31
2.4.1.	Geografis Purwakarta.....	32
2.4.2.	Demografis Purwakarta.....	33
2.4.3.	Sektor Pariwisata.....	34
2.4.4.	Tol Cipularang	35
1.2.1	Gunung Parang.....	36
2.5.	Perancangan Visual.....	37
2.5.1.	Gestalt	37
2.5.2.	Tipografi.....	39
2.5.3.	Layout	41

2.5.4.	Fotografi.....	43
2.5.5.	Motion Graphic.....	44
BAB III METODOLOGI.....		47
3.1.	Gambaran Umum.....	47
3.1.1.	Badega Gunung Parang.....	47
3.1.2.	Analisa Media Promosi.....	49
3.2.	Wawancara.....	50
3.2.1.	Wawancara dengan Pengelola Utama Badega Gunung Parang.....	50
3.2.2.	Wawancara dengan Marketing Badega Gunung Parang.....	53
3.2.3.	Wawancara dengan Pengunjung.....	56
3.2.4.	Wawancara dengan Ahli Pariwisata.....	60
3.3.	Observasi.....	62
3.4.	Kuesioner.....	69
3.4.1.	Proses Distribusi Kuesioner.....	70
3.4.2.	Analisa Kuesioner.....	71
3.5.	Analisa SWOT.....	80
3.6.	Metode Pengumpulan Data.....	82
3.7.	Metode Perancangan.....	83
3.8.	Studi Existing.....	85
3.8.1.	Poster.....	85
3.8.2.	Brosur.....	88
3.8.3.	Motion Graphic.....	90
BAB IV PERANCANGAN DAN ANALISIS.....		94

4.1.	Konsep Perancangan	94
4.1.1.	Strategi Perancangan.....	95
4.1.2.	Mindmapping	97
4.1.3.	Brainstorming.....	100
4.1.4.	Big Idea.....	106
4.2.	Perancangan	108
4.2.1.	Logo Promosi.....	108
4.2.2.	Fotografi.....	110
4.2.3.	Supergrafis	113
4.2.4.	Layout	113
4.2.5.	Warna.....	114
4.2.6.	Tipografi.....	115
4.3.	Analisis.....	117
4.3.1.	Media Utama.....	117
4.3.2.	Media Pendukung	123
4.3.3.	Merchandise	128
5.1.	Budgeting	130
BAB V PENUTUP.....		132
6.1.	Kesimpulan	132
6.2.	Saran.....	133
DAFTAR PUSTAKA.....		XVIII

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Peta Infrastruktur Purwakarta	32
Gambar 2.2. Tol Cipularang.....	35
Gambar 2.3. Parang via Ferrata.....	36
Gambar 2.4. Prinsip Gestalt	38
Gambar 3.1. Bupati Purwakarta menandatangani kelotok kerbau di peresmian Badega Gunung Parang.....	48
Gambar 3.2. Hj. Jajang dengan penulis	50
Gambar 3.3. Pendakian Ferrata Gunung Kinabalu	51
Gambar 3.4. Pak Baban dengan Penulis	53
Gambar 3.5. Media Promosi Badega Gunung Parang	55
Gambar 3.6. Freda selaku wisatawan dengan Penulis	57
Gambar 3.7. Deri Nurendi selaku pemilik travel open trip Badega Gunung Parang dengan Penulis	58
Gambar 3.8. Rini selaku wisatawan dengan Penulis.....	59
Gambar 3.9. Bapak Reagan Brian dengan Penulis	60
Gambar 3.10. Jalur dan petunjuk arah menuju Badega	63
Gambar 3.11. Pemandangan Badega Gunung Parang	64
Gambar 3.12. Fasilitas Saung Badega Gunung Parang	65
Gambar 3.13. Kantin Badega Gunung Parang.....	66
Gambar 3.14. Penulis dan Tim mencoba climbing via ferrata 300 meter.....	67
Gambar 3.15. Climbing via Ferrata saat hujan	68
Gambar 3.16. Rumus Slovin	69

Gambar 3.17. Form Kuesioner.....	70
Gambar 3.18. Poster dengan tema gunung	86
Gambar 3.19. Poster Summer Mango Bar Barcelona	87
Gambar 3.20. Poster Eiger Store Series	88
Gambar 3.21. Brosur Vertical Blue.....	89
Gambar 3.22. Brosur Snowboardets Historie	90
Gambar 3.23. Top 15 Most Popular Social Networking Sites.....	91
Gambar 3.24. TVC KHM Travel dan Tours	92
Gambar 4.1. Mind Map Badega Gunung Parang.....	98
Gambar 4.2. Simplifikasi kata dari mind map	99
Gambar 4.3. Brainstorming Peace, Thrill, Together.....	102
Gambar 4.4. Moodboard Peace.....	103
Gambar 4.5. Moodboard Thrill	104
Gambar 4.6. Moodboard Together.....	105
Gambar 4.7. Kesimpulan Moodboard.....	106
Gambar 4.8. Perancangan Logo Promosi.....	109
Gambar 4.9. Sketsa Kriteria Model	110
Gambar 4.10. Sketsa Fotografi	111
Gambar 4.11. Hasil Photoshoot	112
Gambar 4.12. Foto Gunung Sebagai Background	112
Gambar 4.13. Supergrafis	113
Gambar 4.14. Perancangan Layout	113
Gambar 4.15. Warna Primer	114

Gambar 4.16. Warna Sekunder	115
Gambar 4.17. Typeface Bad Grunge.....	115
Gambar 4.18. Typeface Adam CG Pro	116
Gambar 4.19. Typeface Letter Gothic Std	117
Gambar 4.20. Alternatif Desain Poster I.....	118
Gambar 4.21. Alternatif Desain Poster II.....	119
Gambar 4.22. Desain Poster.....	119
Gambar 4.23. Konten Media Sosial Instagram	120
Gambar 4.24. Konten Media Sosial Facebook.....	121
Gambar 4.25. Perancangan Billboard	122
Gambar 4.26. Miniatur Billboard.....	123
Gambar 4.27. Media Pendukung Brosur.....	123
Gambar 4.28. Media Pendukung Flyer	124
Gambar 4.29. Sketsa TVC	125
Gambar 4.30. Preview TVC.....	126
Gambar 4.31. Media Pendukung One Way Vision.....	127
Gambar 4.32. Kartu Nama	127
Gambar 4.33. Media Pendukung Xbanner.....	128
Gambar 4.34. Box Pisau Lipat	128
Gambar 4.35. T-Shirt	129
Gambar 4.36. Botol Minum	129
Gambar 4.37. Penutup Kepala Gunung.....	129
Gambar 4.38. Stiker Mobil	130

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1. Simplifikasi Kata Kunci.....	99
Tabel 4.2. Budgeting.....	130

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A: KARTU BIMBINGAN.....	XXI
LAMPIRAN B: WAWANCARA DENGAN REAGEN BRIAN.....	XXV
LAMPIRAN C: GROUP CHAT PHOTOSHOOT.....	XXVII
LAMPIRAN D: KUESIONER.....	XXVIII
LAMPIRAN E: BOOTH TUGAS AKHIR.....	XXX

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA