BAB I
PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Kota Sukabumi merupakan kota yang memiliki objek wisata yang beraneka ragam, tentunya hal tersebut mengundang perhatian banyak kalangan ataupun wisatawan, baik dari masyarakat luar kota maupun dari masyarakat lokal itu sendiri.

Salah satu objek yang dimiliki kota Sukabumi adalah objek wisata Cangkuang yang terletak di kecamatan Cicurug kabupaten Sukabumi, dengan jarak ± 30 Km dari pusat kota Sukabumi.

Wisata Cangkuang merupakan salah satu daerah tujuan wisata di Perum Perhutani Sukabumi yang mempunyai daya tarik tersendiri, dimana di sini dapat berekreasi sambil menikmati keindahan alam pegunungan dengan beraneka ragam jenis flora dan fauna serta dapat menikmati berbagai fasilitas yang disediakan.

Objek wisata Cangkuang memiliki keindahan panorama alam pegunungannya yang mampu menarik wisatawan, Wisata Cangkuang merupakan salah satu aset yang dimiliki kota Sukabumi. Selain keindahan alamnya adalah fasilitas berkemah yang disediakan agar pengunjung dapat menikmati keindahannya alam sambil menikmati alam pegunungan pangrango yang alami. Selain itu, menjaga keindahan dan kelestarian keindahan alam pegunungan menjadi penting untuk dilakukan, karena keindahannya merupakan salah satu aset yang harus dijaga keindahannya, agar kelangsungan hidup pariwisata Indonesia dapat berjalan dan terus bertahan di masa-masa yang akan datang sebagai sumber devisa dan daya tarik bagi wisatawan.

Peranan seorang desainer sangat diperlukan, terlebih dalam pembuatan desain untuk memperkenalkan ke orang banyak agar masyarakat tertarik terhadap wisata Cangkuang tersebut. Berdasarkan hal tersebut maka promosi wisata Cangkuang di kecamatan cicurug inilah yang akan dijadikan kasus dalam tugas akhir.

1.2. Identifikasi Masalah

Identifikasi permasalahan yang dibahas, yaitu :

1. Kebutuhan pengelola terhadap media-media promosi tentang objek pariwisata Cangkuang / Kurangnya media promosi yang ada
2. Kepedulian masyarakat yang kurang terhadap objek wisata Cangkuang
3. Berkurangnya pengunjung di objek wisata Cangkuang

1.3. Rumusan Masalah

Seperti yang sudah dijelaskan di atas, rumusan masalah dalam hal ini adalah :

“Bagaimana merancang media promosi tentang objek wisata Cangkuang yang dapat menarik minat masyarakat?”.

Selain itu karena letak objek wisata Cangkuang yang berada di wilayah pegunungan dan jauh dari pusat kota menimbulkan suatu pertanyaan bagaimana strategi dan perancangan apa yang tepat untuk meningkatkan minat mendatangi objek wisata Cangkuang, Eksekusi rancangan mencakup pemberian kesan kiasan dan melebih-lebihkan, layout desain, pemilihan image, key message, warna, tipografi dan strategi media pendukung lainnya.

1.4. Tujuan Perancangan

Tujuan perancangan dalam media promosi ini, yaitu :

1. Kebutuhan pengelola akan media-media promosi tentang objek wisata Cangkuang dapat terpenuhi, dan memudahkan masyarakat untuk mendapatkan informasi tentang objek wisata Cangkuang
2. Kepedulian masyarakat terhadap objek wisata ini bertambah
3. Bertambahnya pengunjung ke objek wisata Cangkuang

1.5. Fokus Permasalahan

Untuk masalah yang sudah diidentifiikasikan, maka fokus permasalahan yang ditetapkan adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana menentukan media promosi pendukung yang sesuai?
2. Bagaimana perancangan media promosi yang sesuai dengan target sasaran yang dituju?
3. Penambahan unsur-unsur visual yang tepat dan sesuai dengan judul dan tema yang diangkat tanpa menyimpang dari siapa target sasaran yang dituju.

1.6. Kata Kunci

Berdasarkan permasalahan diatas, maka dibutuhkan sebuah strategi yang tepat yang dapat menyelesaikan permasalahan diatas, yaitu dengan menggunakan media promosi yang tepat, sebagai media komunikasi yang dapat menyelesaikan permasalahan diatas.