



ABSTRAK

Taman Nasional Meru Betiri dalam mempromosikan kawasan tersebut masih kurang menysasar kepada masyarakat luas sehingga perlu adanya pengembangan media promosi. Promosi yang dilakukan perlu adanya branding melalui media sosial agar dapat meningkatkan pengunjung. Tujuan Tugas Akhir yaitu (1) mengidentifikasi sumberdaya wisata di kawasan Rajegwesi Taman Nasional Meru Betiri, (2) Mengetahui karakteristik, persepsi, dan preferensi pengelola terhadap pengembangan promosi dikawasan Rajegwesi Taman Nasional Meru Betiri, (3) mengembangkan media promosi yang ada di Taman Nasional Meru Betiri melalui perancangan brosur, leaflet dan video, dan (4) mengetahui karakteristik dan persepsi pengunjung terhadap pengembangan promosi di kawasan Rajegwesi Taman Nasional Meru Betiri. Tugas Akhir dilakukan 11 Mei hingga 11 Juni 2022. Metode pengambilan data Tugas Akhir yaitu metode observasi, wawancara, studi literatur dan penyebaran kuesioner. Jenis data menggunakan data primer dan data sekunder. Analisis data yang digunakan yaitu analisis kualitatif dan kuantitatif. Sumberdaya wisata yang teridentifikasi sebanyak 16 terdiri dari sumberdaya alam sebanyak 9, sumberdaya budaya sebanyak 2, flora berjumlah 1 dan fauna berjumlah 4. dengan sumberdaya wisata yang paling unggul adalah Teluk Hijau. Pengembangan media promosi yang dibuat yaitu brosur, leaflet dan video.

Kata Kunci: Media Promosi, Pengembangan Media Promosi, TN Meru Betiri



Sekolah Vokasi
College of Vocational Studies

© Hak cipta milik IPB (Institut Pertanian Bogor)

Bogor Agricultural University

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.



ABSTRACT

Meru Betiri National Park in promoting the area is still less targeted to the wider community so it is necessary to develop promotional media. Promotions carried out need branding through social media in order to increase visitors. The objectives of the Final Project are (1) identifying tourism resources in the Rajegwesi area of Meru Betiri National Park, (2) Knowing the characteristics, perceptions, and preferences of managers for promotion development in the Rajegwesi area of Meru Betiri National Park, (3) developing promotional media in the National Park Meru Betiri through the design of brochures, leaflets and videos, and (4) knowing the characteristics and perceptions of visitors to the development of promotions in the Rajegwesi area of Meru Betiri National Park. The Final Project was carried out from May 11 to June 11, 2022. The methods of collecting data for the Final Project were observation, interviews, literature studies and questionnaires. This type of data uses primary data and secondary data. The data analysis used is qualitative and quantitative analysis. There are 16 tourism resources identified, consisting of 9 natural resources, 2 cultural resources, 1 flora and 4 fauna, with the most superior tourism resource being Tejak Hijau. Development of promotional media made, namely brochures, leaflets and videos.

Keywords: *Promotion Media, Promotion Media Development, TN Meru Betiri*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.