

I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Taman Nasional Meru Betiri (TNMB) merupakan kawasan konservasi yang terletak di dua wilayah yaitu Kabupaten Jember dan Kabupaten Banyuwangi, Jawa timur. TNMB pertama kali dibuka untuk umum pada tahun 1982 dan kini dikelola oleh Balai TNMB di dalam naungan Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK). Kawasan Taman Nasional Meru Betiri (TNMB) sebagian besar merupakan hutan hujan tropic dataran rendah dengan berbagai tipe vegetasi seperti hutan pantai, hutan payau, hutan dataran rendah dan terdapat perkebunan Bandelait seluas 1.057 Ha. Taman Nasional yang berada di Kawasan Rajegwesi merupakan zona pemanfaatan untuk kepentingan wisata alam, kondisi lingkungan dan lainnya. Keanekaragaman hayati yang ada di Taman Nasional khususnya Taman Nasional Meru Betiri Rajegwesi, Desa Sarongan dapat menjadi obyek daya tarik bagi wisatawan. Daya Tarik yang sudah ada yaitu Pantai Rajegwesi, Keboan, Muara Mbaduk, Pantai Batu, Pantai Pandan Sari, Arboretum, Air Terjun Bidadari. Sehingga promosi yang dilakukan oleh pihak Balai Taman Nasional Meru Betiri melalui media sosial dan media cetak belum dapat menjangkau masyarakat luas. Media cetak yang sudah yaitu leaflet yang disebar saat adanya acara seperti *event* atau lainnya, media sosial yang digunakan untuk promosi yaitu *instagram*, *facebook*, *youtube*, *website*, dan *twitter*. Namun promosi yang sudah dilakukan pihak Balai Taman Nasional Meru Betiri belum menjangkau masyarakat luas sehingga perlu adanya pengembangan. Pengembangannya yang dilakukan yaitu mengembangkan media promosi yang sudah ada. Hal ini dikarenakan daya tarik di kawasan Rajegwesi sangat bagus dengan pemandangan yang indah, suasana yang nyaman, sehingga dapat dijadikan untuk rekomendasi liburan. Promosi adalah kegiatan yang ditujukan untuk memperkenalkan kegiatan wisata di TNMB. Kegiatan promosi ini merupakan salah satu kegiatan yang sangat penting dilakukan. Oleh karena itu, kegiatan promosi pun tidak luput dari peranan desain grafis sebagai medianya. Promosi adalah bagian dan proses strategi pemasaran sebagai cara untuk berkomunikasi dengan pasar, dengan menggunakan komposisi bauran promosi. Promosi adalah salah satu faktor yang diperlukan bagi keberhasilan bagi suatu perusahaan atau organisasi, maka promosi merupakan salah satu senjata ampuh bagi perusahaan dalam mengembangkan dan mempertahankan usaha. Pengembangan merupakan suatu proses, cara, perbuatan menjadikan sesuatu menjadi lebih baik, maju, sempurna dan berguna (Alwi Hasan dkk, 2005:269). Pengembangan pariwisata yang ada di kawasan Rajegwesi untuk meningkatkan atau melengkapi fasilitas dan pelayanan yang dibutuhkan oleh para wisatawan agar merasa nyaman saat berada di tempat wisata.

Media promosi merupakan sumber informasi yang disampaikan melalui media booklet, pamflet, leaflet dan brosur kepada wisatawan untuk mengetahui sumber informasi yang belum ada sebelumnya. Promosi adalah upaya untuk memberitahukan atau menawarkan produk atau jasa pada dengan tujuan menarik calon wisatawan. Media promosi merupakan alat atau sarana yang digunakan untuk promosi. Ada berbagai macam media promosi yang berkembang saat ini, dari media konvensional sampai media tidak konvensional. Media promosi dibagi menjadi beberapa kategori diantaranya adalah media cetak konvensional, iklan media cetak, media luar ruang, media online dan media elektronik. Promosi ini banyak dijumpai pada zaman dahulu karena belum banyak media promosi yang maju seperti saat ini. Melalui media promosi yang akan dikembangkan masyarakat lebih muda untuk mengetahui sumber informasi yang ada di kawasan RPTN 1 Rajegwesi Taman Nasional Meru Betiri tersebut. Perkembangan komunikasi, informasi dan promosi saat ini sangat berperan penting untuk masyarakat luas. Hal ini dibuktikan banyaknya suatu instansi atau perusahaan yang menyajikan komunikasi, informasi dan promosi. Saat ini pihak Balai Taman Nasional Meru Betiri, memberikan informasi dan promosi berupa video promosi melalui beberapa media yaitu berupa media sosial, maupun *website* yang dirasa masih belum cukup untuk memenuhi kebutuhan promosi di kawasan Taman Nasional Meru Betiri yang dirasa masih kurang *up to date*. Maka dari itu perlu adanya pengembangan media promosi sebagai salah satu bentuk kegiatan diharapkan mampu memberikan informasi mengenai sumberdaya, aktivitas, fasilitas, akomodasi, atraksi wisata yang ada di Taman Nasional Meru Betiri.

1.2 Tujuan

Tujuan dalam kegiatan tugas akhir adalah untuk mengembangkan media promosi di Kawasan Rajegwesi Taman Nasional Meru Betiri, sebelum merancang desain promosi terlebih dahulu saya akan beberapa langkah yang menjadi tujuan khusus dari tugas akhir ini, yaitu:

1. Mengidentifikasi sumberdaya wisata di kawasan Rajegwesi Taman Nasional Meru Betiri
2. Mengembangkan media promosi yang ada di Taman Nasional Meru Betiri melalui perancangan brosur, leaflet dan video.
3. Memverifikasi persepsi wisatawan terhadap pengembangan promosi di kawasan Rajegwesi Taman Nasional Meru Betiri

1.3 Manfaat

Manfaat dalam kegiatan tugas akhir yang saya lakukan diharapkan mampu membawa kepada pengunjung dan pengelola, berikut manfaat bagi pengelola dan pengunjung yaitu:

1. Bagi Pengunjung
 - Meningkatkan wawasan dalam melakukan kunjungan di kawasan TNMB.
 - Menambah daftar tempat rekomendasi sebagai tempat liburan, rekreasi, dan tempat berkumpul.



2. Bagi Pengelola
 - Manfaat yang diharapkan dapat menjadi masukan bagi pengelola dalam upaya pengembangan kegiatan wisata di TNMB.
 - Meningkatkan objek wisata menjadi lebih diketahui oleh masyarakat luas.

1.4 Kerangka Berpikir

Kerangka berfikir dalam kegiatan tugas akhir “Pengembangan Media Promosi di Kawasan Rajegwesi Taman Nasional Meru Betiri” didasarkan pada persepsi wisatawan terhadap sumberdaya wisata di kawasan Rajegwesi. Tahap pertama yang akan dilakukan yaitu kegiatan studi literatur dengan mempelajari pustaka-pustaka yang ada untuk mengetahui potensi sumberdaya wisata yang terdapat di kawasan Rajegwesi. Tahap selanjutnya yaitu analisis data dengan menggunakan data kualitatif dan kuantitatif dengan menggunakan skala 1-7 (Avenzora, 2008) dan skala likert 1-5 (Sugiyono, 2012). Tahap selanjutnya yaitu pengembangan media promosi yang akan dibuat atas permintaan pengunjung adalah brosur, leaflet dan video yang nantinya akan disebarakan melalui akun media sosial Taman Nasional Meru Betiri. Tahap terakhir yaitu wisatawan dengan membuat brosur dan leaflet.



Sekolah Vokasi
College of Vocational Studies

© Hak cipta milik IPB (Institut Pertanian Bogor)

Bogor Agricultural University

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

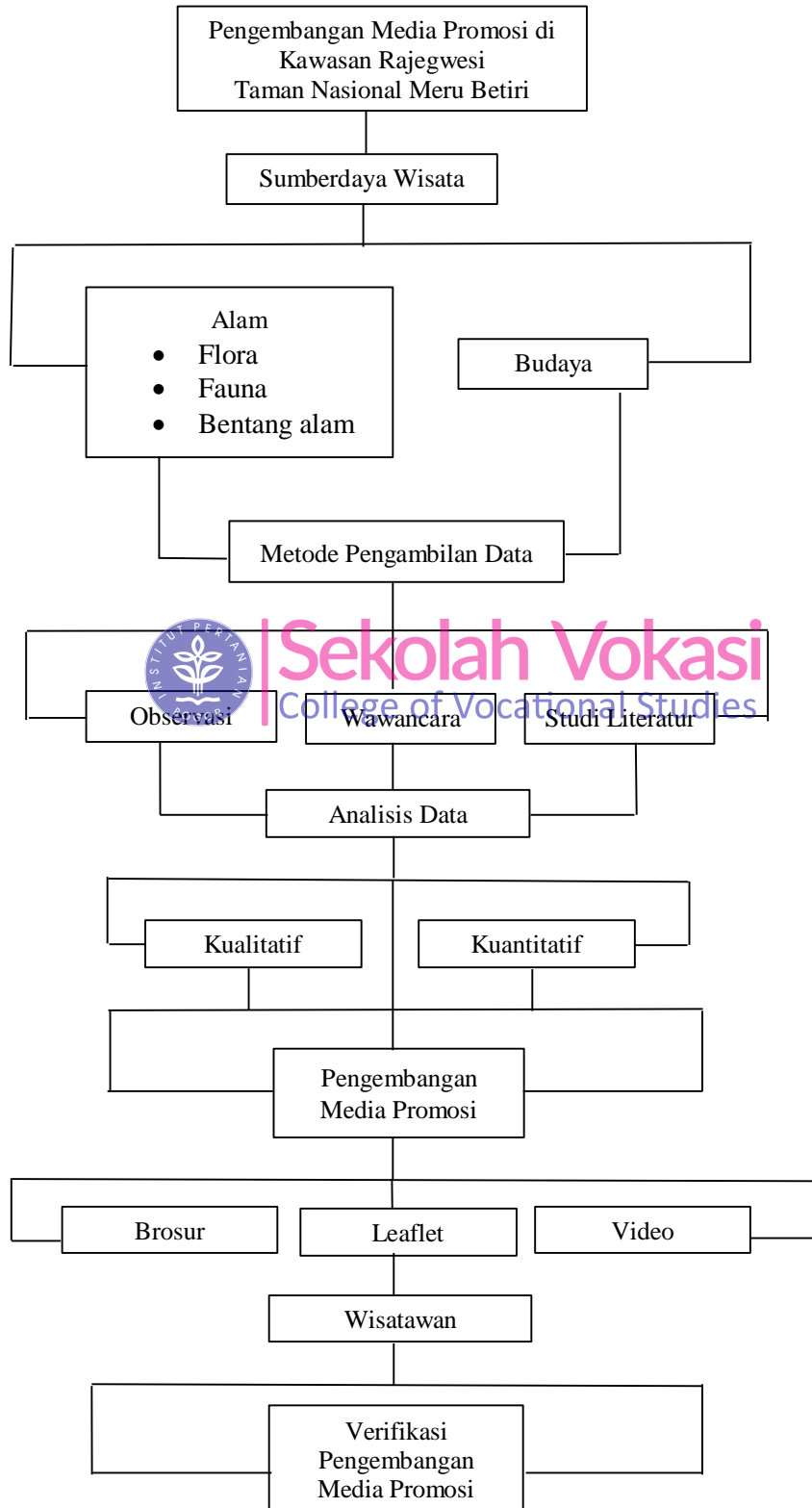
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

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.



Gambar 1 Kerangka Berpikir Pengembangan Media Promosi di Kawasan Rajegwesi Taman Nasional Meru Betiri



1.5 Luaran

Luaran yang telah direncanakan dalam tugas akhir yaitu berupa pengembangan media promosi dalam bentuk brosur, leaflet dan video. Rancangan desain ini dapat dimasukkan ke dalam *website* resmi TNMB. Pengembangan media promosi dapat disusun berdasarkan sumberdaya wisata yang ada di kawasan Rajegwesi Taman Nasional Meru Betiri. Luaran lainnya yang akan dirancang yaitu berupa pembuatan video promosi mengenai sumberdaya wisata, daya tarik, fasilitas, akomodasi, atraksi yang terdapat di RPTN Rajegwesi.

© Hak cipta milik IPB (Institut Pertanian Bogor)



Sekolah Vokasi
College of Vocational Studies

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.