

## RINGKASAN

### Perancangan Visual Media Promosi “Taman Kupu-kupu Sukardi”-kupu Sukardi

Nurdacezar Purmijwijaya.<sup>1)</sup>, Tommi, S.Ds.,M.Ds.), Muhammad Iqbal, S. T., M. Ds<sup>2)</sup>

<sup>1)</sup> Mahasiswa Program Studi Desain Komunikasi Visual, Universitas Pembangunan Jaya

<sup>2)</sup> Dosen Program Studi Desain Komunikasi Visual, Universitas Pembangunan Jaya

Taman kupu-kupu Sukardi merupakan destinasi ekowisata Kupu-kupu yang terletak di Desa Gintung, Kec. Sukardi, Kabupaten Tangerang, Banten. Terdapat berbagai jenis Kupu-kupu yang kurang lebih sebanyak 16 spesies dan 6 diantaranya berhasil dibudidayakan di taman Kupu-kupu Sukardi. Ekowisata ini juga menjadi sarana edukasi secara langsung bagi masyarakat sehingga masyarakat yang datang dapat melihat dari dekat dengan baik dan jelas seputar keindahan dan fungsi kupu-kupu pada ekosistem. Disamping itu terdapat kekurangan dalam mempromosikan destinasi wisata edukasi di Indonesia khususnya Ekowisata Taman Kupu-Kupu Sukardi. Karena belum maksimalnya kegiatan promosi yang dilakukan oleh pihak pengelola Ekowisata Taman Kupu-Kupu Sukardi menjadikan destinasi wisata edukasi ini kurang dikenal oleh masyarakat luas. Berdasarkan data kunjungan pada ekowisata yang diperoleh dari bapak Ahmad Yunus selaku pengelola taman kupu-kupu sukardi menyatakan, pengunjung dari tahun 2019 hingga 2021 mengalami peningkatan yang tidak terlalu signifikan, hal ini dikarenakan Taman Kupu-kupu Sukardi kurang maksimal dalam melakukan kegiatan promosi yang dapat meningkatkan kesadaran merek terhadap masyarakat. Padahal kegiatan promosi amat penting bagi Taman Kupu-kupu karena berfungsi sebagai media untuk membantu memperkenalkan ekowisata ini, mempengaruhi persepsi dan perilaku konsumen, serta membangun hubungan jangka panjang dengan konsumen agar konsumen merasa puas dan menjadi *potential buyer* untuk terus membeli produk atau datang ke ekowisata yang melakukan strategi promosi.

**Kata kunci:** Taman Kupu-kupu, Promosi, Edukasi

Pustaka :  
Tahun Publikasi: