

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan sektor pariwisata Indonesia mengalami kenaikan hingga 228% dari bulan Januari sampai November 2022 (Badan Pusat Statistik Indonesia, 2023). Faktor perkembangan yang signifikan tersebut disebabkan oleh daya tarik unik dari destinasi wisata di Indonesia yang tentunya tidak dimiliki oleh negara lain, sehingga banyak turis mancanegara yang tertarik mendatangi wisata Indonesia. Salah satu cabang pariwisata yang patut dikunjungi adalah wisata edukasi yang tidak hanya memberikan *view experience* namun juga bermanfaat untuk menambah wawasan. Contoh dari wisata edukasi adalah Ekowisata Taman Kupu-Kupu Sukardi yang merupakan destinasi wisata ramah lingkungan di Kabupaten Tangerang dengan fungsi utamanya yaitu sebagai tempat penangkaran Kupu-kupu.

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.

Raka (2021) menyatakan, Kupu-kupu merupakan salah satu komponen ekosistem yang bisa dipergunakan sebagai daya tarik ekowisata. Selain bentuknya yang unik dan memiliki warna yang menarik, kupu-kupu juga memiliki peranan penting dalam ekosistem di daratan yakni sebagai hewan penyerbuk yang mengonsumsi gula pada nektar yang dihasilkan oleh

bunga. Kupu kupu dapat membantu penyerbukan pada bunga karena pada saat Kupu - kupu mengambil nektar bunga, sebagian serbuk sari yang menempel pada kaki dan tubuh Kupu - kupu akan terbawa terbang hingga terjatuh pada tumbuhan lain. Hal ini bermanfaat bagi tumbuhan karena kupu-kupu telah membantu proses pembuahan pada tumbuhan lain di sekitarnya. Maka dari itu selain sebagai sarana rekreasi dengan adanya destinasi wisata ini diharapkan masyarakat teredukasi sehingga kupu-kupu dapat dikembang biakkan serta dilestarikan keberadaannya demi keberlanjutan ekosistem.

Menurut Pak Martinus, sebagai pengelola Taman Kupu-kupu Gita Persada, masyarakat kurang mengetahui pentingnya kupu-kupu bagi lingkungan hidup (Perancangan Kampanye Pelestarian Kupu-Kupu Di Kota, 2016). Untuk meningkatkan pengetahuan tentang peranan penting kupu-kupu terhadap ekosistem, edukasi dapat diajarkan sejak dini karena pada masa kanak-kanak otak lebih mudah menerima dan mencerna segala informasi dan edukasi yang diberikan.

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.

Berdasarkan data yang telah diperoleh maka diperlukan rancangan startegi baru secara visual seperti membuat *ambient media* yang berguna untuk membantu promosi Taman Kupu-kupu Sukardi sebagai eduwisata

dengan target pengunjung anak usia 5 sampai 7 tahun. Dengan adanya perancangan promosi ini, peneliti berharap Taman Kupu-kupu Sukardi dapat dikenal oleh masyarakat luas dan juga sebagai sarana penambah wawasan mengenai Kupu-kupu khususnya untuk anak usia dini.

1.2 Identifikasi Masalah

1. Kurangnya media promosi yang dimiliki oleh Taman Kupu-Kupu Sukardi.
2. Kurangnya media edukasi untuk anak-anak usia 5-7 tahun tentang pentingnya kupu-kupu bagi ekosistem.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasar pada latar belakang yang telah dijabarkan sebelumnya, maka rumusan masalah yang ada diantaranya:

1. Media promosi seperti apa yang tepat untuk meningkatkan brand awareness Taman Kupu-Kupu Sukardi ?
2. Bagaimana merancang media promosi yang juga mengedukasi secara tepat untuk membangun minat anak-anak usia 5 sampai 7 tahun tentang pengetahuan kupu-kupu bagi ekosistem ?

1.4 Tujuan Perancangan

1. Sebagai upaya meningkatkan brand awareness yang kuat dan memiliki daya saing yang tinggi secara global dan dikenal oleh khalayak luas.
2. Meningkatkan kesadaran anak-anak usia 5 sampai 7 tahun untuk tetap memperhatikan dan menjaga lingkungan juga mengenalkan pentingnya peran kupu-kupu dalam ekosistem.

1.5 Manfaat Perancangan

1.5.1 Bagi Kepentingan Akademik

Tugas akhir ini memiliki manfaat bagi Universitas Pembangunan Jaya untuk dijadikan acuan tugas akhir bagi mahasiswa yang akan mengambil topik mengenai perancangan promosi dalam sektor pariwisata.

1.5.2 Bagi Penulis

Guna menambah wawasan mengenai strategi visual yang tepat untuk membantu promosi di bidang pariwisata.

1.5.3 Bagi Taman Kupu-Kupu Sukardi

Hasil dari perancangan promosi diharapkan dapat memiliki nilai manfaat terhadap untuk pariwisata, yang pada akhirnya menjadi tolak ukur atau acuan visual pada perancangan desain dan promosi di tempat pariwisata kelak.

1.6 Sistematika Perancangan

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisikan mengenai latar belakang dari Taman Kupu-Kupu Sukardi beserta beberapa uraian terkait permasalahan kurangnya promosi pada tempat wisata. Sehingga dilakukan perancangan promosi tempat wisata, dan juga hasil dari perumusan masalah yang telah diidentifikasi sampai dengan tujuan, dan manfaat dari promosi serta bagaimana sistematika penelitian dari perancangan promosi ini.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisikan mengenai teori yang dapat menjadi landasan dari perancangan promosi, tujuan, media promosi dan manfaat promosi, serta kajian teoritis mengenai desain.

BAB III : METODE PENELITIAN

Menjelaskan metode penelitian apa yang akan digunakan dalam membuat perancangan promosi ini dengan melaksanakan pencarian data, pengolahan data hingga pemaparan hasil dari pencarian data yang memiliki tujuan untuk menyelesaikan permasalahan dari penelitian yang diangkat.

BAB IV : ANALISIS, KONSEP & HASIL PERANCANGAN

Bab ini berisikan mengenai konsep perancangan awal promosi seperti sketsa kasar, tata letak, menentukan nuansa warna, hingga menentukan pendukung visual promosi seperti apa untuk mencapai perancangan hasil akhir.

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisikan kesimpulan dan penjabaran singkat tentang hasil perancangan promosi sampai dengan saran dari peneliti untuk perancangan promosi dimasa mendatang guna menyempurnakan perancangan promosi.