

ABSTRAK
PERANCANGAN STRATEGI DAN MEDIA PROMOSI
TAMAN KUPU-KUPU CIHANJUANG
SEBAGAI OBJEK PARIWISATA EDUKASI

Oleh:

Dimas Sidiq Fattoni

NPM: 108300011

Kota Bandung memiliki potensi yang sangat besar dalam industri pariwisata di Indonesia, saat ini kota Bandung terkenal memiliki banyak objek wisata yang menarik dan beraneka ragam, seperti wisata kuliner, wisata belanja, wisata alam, dan wisata edukasi. Salah satu objek wisata yang lokasinya dekat dengan kota Bandung ialah Taman Kupu-kupu Cihanjuang. Permasalahan dari Taman Kupu-kupu Cihanjuang ialah kurangnya promosi dan informasi yang dilakukan guna menarik lebih banyak calon wisatawan. Mengingat tempat wisata ini sangat bermanfaat, selain sebagai tempat rekreasi dan sarana edukasi bagi keluarga juga sebagai tempat penangkaran serangga kupu-kupu agar tidak punah. Dibutuhkan media promosi yang efektif dan dapat menyampaikan informasi secara langsung kepada khalayak sasaran. Dalam perancangan promosi ini, pemilihan media dipilih berdasarkan tahapan media promosi yaitu: *informing* sebagai media informasi keberadaan Taman Kupu-kupu Cihanjuang bagi khalayak, *persuading* sebagai media promosi untuk mempersuasikan atau membujuk khalayak sasaran untuk berkunjung, *reminding* sebagai media pengingat kembali bagi khalayak sasaran. Terdapat beberapa faktor yang perlu diperhatikan dalam merancang sebuah media promosi ini, diantaranya adalah konsep warna, tipografi, dan *layout*. Didalam media harus menyantumkan informasi tentang keberadaan Taman Kupu-kupu Cihanjuang dan kata-kata provokatif guna menarik khalayak sasaran untuk berkunjung ke Taman Kupu-kupu Cihanjuang sebagai tempat wisata edukasi di kota Bandung.

Kata kunci: Promosi, taman kupu-kupu, wisata edukasi.

ABSTRACT
THE PROMOTION STRATEGY AND MEDIA DESIGNING
CIHANJUANG BUTTERFLY PARK
AS EDUCATIONAL TOURISM SITE

By:

Dimas Sidiq Fattoni

NPM: 108300011

Bandung is a well-known city of tourism in Indonesia, culinary, scenery and also shopping place. One of them is Cihanjuang Butterfly Park (Taman Kupu-kupu Cihanjuang). The main issue of Cihanjuang Butterfly Park had as tourism site is lack of promoting and informing to gather the interest of visitors to visit this place. Besides tourism and recreation site, this place has special objective as education and knowledge center about butterfly lifecycle, breeding and preservation to avoid the extinction. It required an effective promoting that could communicate and informing straight to the audience. In this designing, the media selected by promoting media phase: informing, to notice the presence of Cihanjuang Butterfly Park, persuading, as promotion media to persuade the audience to visit Cihanjuang Butterfly Park, and reminding to remembering the audience about Cihanjuang Butterfly Park. There are several points that should be noted in designing promoting media, visual concept, typographic, and layouts. The design consists the information and the message that gained the interest of audience to visit Cihanjuang Butterfly Park, and create a mindset as one of educational recreation site in Bandung.

Keywords: Promotion, butterfly park, educational tourism site.