

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Salah satu peninggalan sejarah yang sangat penting di Kota Cirebon, Jawa Barat, adalah Keraton Kasepuhan. Dianggap sebagai keraton tertua di Cirebon, keraton ini menggambarkan perkembangan budaya, politik, dan spiritual Kota Cirebon sejak masa Kesultanan [1]. Mulai dari pusaka dan peralatan kerajaan hingga sisa-sisa arsitektur klasik yang menunjukkan perkembangan budaya dari Jawa, Sunda, Tionghoa, dan Islam, banyak artefak bersejarah yang memiliki nilai sejarah. Keraton Kasepuhan sangat diminati oleh wisatawan domestik dan asing karena sejarahnya yang kaya [2].

Akun Instagram @infokeratonkasepuhan, yang saat ini berfungsi sebagai media informasi terkait Keraton Kasepuhan, telah ada sebelumnya dengan tujuan yang sama. Namun demikian, tampilan desain akun sebelumnya gagal menarik perhatian audiens karena kurang mendukung strategi promosi [3]. Terbatasnya sumber daya manusia yang berpengalaman dalam desain grafis, produksi konten kreatif, dan digital marketing adalah salah satu tantangan utama yang dihadapi [4]. Sejarah dan potensi budaya Keraton Kasepuhan belum sepenuhnya dieksplorasi dan disampaikan dengan baik kepada masyarakat, khususnya generasi muda, karena kurangnya tenaga profesional yang mampu mengelola dan mengemas konten visual yang menarik dan informatif [5]. Jenis konten promosi yang saat ini tersedia biasanya bersifat konvensional, tidak konsisten secara visual, dan tidak mampu menciptakan persepsi atau branding yang kuat di mata audiens [6]. Selain itu, pendekatan pemasaran yang digunakan masih tradisional dan belum memanfaatkan sepenuhnya berbagai platform online yang saat ini sangat penting untuk pemasaran dan penyebaran informasi, seperti media sosial, website, dan media visual interaktif. Ini berarti bahwa informasi tentang kegiatan budaya, keunikan, dan nilai historis Keraton Kasepuhan kurang tersebar luas [7].

Untuk menyelesaikan masalah ini, Keraton Kasepuhan Cirebon membutuhkan dukungan dari spesialis dalam desain grafis dan digital marketing untuk membuat strategi promosi yang lebih inovatif dan berhasil [8]. Tim EMB (Environment Marketing Boost) membantu meningkatkan daya tarik Keraton Kasepuhan Cirebon bagi wisatawan dengan menggunakan media sosial, website, dan konten visual seperti poster, infografis, dan video [9]. Strategi ini sangat penting untuk menyampaikan nilai sejarah dan budaya kepada orang-orang yang lebih muda. Oleh karena itu, untuk mendukung upaya promosi, penulis membuat desain grafis yang dikemas secara menarik, rapi, dan komunikatif. Diharapkan desain ini akan memperkuat identitas

Keraton Kasepuhan sebagai tempat wisata budaya yang unik dan berharga di Kota Cirebon dan menarik wisatawan [10].

1.2 Rumusan Masalah dan Solusi

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, terdapat beberapa rumusan masalah sebagai berikut, yaitu:

1. Bagaimana cara meningkatkan kualitas visual dan daya tarik konten promosi Keraton Kasepuhan?
2. Bagaimana cara mengatasi keterbatasan Informasi Pariwisata yang tidak tersampaikan secara menarik di media sosial?
3. Bagaimana strategi promosi digital yang tepat untuk menjangkau audiens yang lebih luas, khususnya generasi muda?

Untuk mengatasi dari permasalahan dalam bidang promosi Keraton Kasepuhan, dapat dilakukan dengan meningkatkan kualitas konten visual melalui foto, video, dan desain grafis yang menarik. Keterbatasan informasi bisa diatasi dengan Membuat konten visual yang menarik agar informasi lebih cepat dipahami dan mudah menarik perhatian. Strategi promosi juga perlu menyesuaikan tren digital dengan memanfaatkan media sosial seperti Instagram dan TikTok agar lebih menarik bagi generasi muda.

1.3 Tujuan

Tujuan promosi dan perancangan desain grafis di Keraton Kasepuhan adalah untuk menarik minat wisatawan, khususnya generasi muda, serta memperkuat citra keraton sebagai destinasi budaya. Melalui konten visual yang menarik dan strategi digital yang tepat, informasi sejarah dan budaya dapat disampaikan lebih luas, efektif, dan sesuai dengan perkembangan zaman. Adapun tujuan spesifik dari promosi dan perancangan desain grafis ini adalah sebagai berikut:

1. Meningkatkan daya tarik dan citra Keraton Kasepuhan melalui konten visual yang menarik, informatif, dan sesuai tren digital.
2. Menjangkau audiens yang lebih luas, khususnya generasi muda, dengan memanfaatkan media sosial dan platform digital secara optimal.
3. Memperkuat branding dan promosi budaya secara berkelanjutan untuk mendorong peningkatan kunjungan wisatawan dan pelestarian nilai historis keraton.

1.4 Penjadwalan Kerja

Berdasarkan aturan pelaksanaan kegiatan magang di Center of Excellence Smart Tourism & Hospitality (CoE STH), kegiatan magang dilaksanakan secara langsung di lokasi (onsite) dengan pembagian jadwal pelaksanaan sebagai berikut:

Hari : Senin s/d Jum'at

Jam : 09.00 WIB s/d 17.00 WIB

Timeline pelaksanaan proyek dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1. 1 Tabel Pelaksanaan Magang Semester 1

No	Deskripsi Kerja	Agustus				September				Oktober				November				Desember			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Diskusi																				
2	Perancangan Konsep Desain																				
3	Pembuatan Desain																				
4	Revisi Desain																				
5	Finalisasi Desain																				

Tabel 1. 2 Tabel Pelaksanaan Magang Semester 2

No	Deskripsi Kerja	Januari				Februari				Maret				April				Mei			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Diskusi																				
2	Perancangan Konsep Desain																				
3	Pembuatan Desain																				
4	Revisi Desain																				

5	Finalisasi Desain																		
---	----------------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--