

**“ PERANCANGAN MEDIA PROMOSI OBJEK WISATA
RENZO EDUPARK DI KABUPATEN SUKABUMI SEBAGAI
UPAYA *DESTINATION BRANDING*”**

SKRIPSI

RIPA LAVIVA ZAHARA



**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS TEKNIK, KOMPUTER DAN DESAIN
UNIVERSITAS NUSA PUTRA
SUKABUMI
2022**

**“PERANCANGAN MEDIA PROMOSI OBJEK WISATA
RENZO EDUPARK DI KABUPATEN SUKABUI SEBAGAI
UPAYA DESTINATION BRANDING ”**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Dalam Menempuh
Gelar Sarjana Desain Komunikasi Visual*



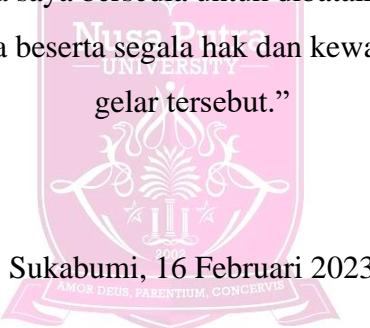
**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS TEKNIK, KOMPUTER DAN DESAIN
UNIVERSITAS NUSA PUTRA
SUKABUMI
2022**

PERNYATAAN PENULIS

JUDUL : “PERANCANGAN MEDIA PROMOSI OBJEK WISATA
RENZO EDUPARK DI KABUPATEN SUKABUMI SEBAGAI
UPAYA *DESTINATION BRANDING*”
NAMA : RIPA LAVIVA ZAHARA
NIM : 20180060038

“Saya menyatakan dan bertanggungjawab dengan sebenarnya bahwa Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri kecuali cuplikan dan ringkasan yang masing masing telah saya jelaskan sumbernya. Jika pada waktu selanjutnya ada pihak lain yang mengklaim bahwa Skripsi ini sebagai karyanya, yang disertai dengan bukti bukti yang cukup, maka saya bersedia untuk dibatalkan gelar Sarjana Desain Komunikasi Visual saya beserta segala hak dan kewajiban yang melekat pada

gelar tersebut.”



Sukabumi, 16 Februari 2023

RIPA LAVIVA ZAHARA

Penulis

PENGESAHAN SKRIPSI

JUDUL : “PERANCANGAN MEDIA PROMOSI OBJEK WISATA RENZO EDUPARK KABUPATEN SUKABUMI SEBAGAI UPAYA *DESTINATION BRANDING*”

NAMA : RIPA LAVIVA ZAHARA

NIM : 20180060038

Skripsi ini telah diujikan dan dipertahankan di depan Dewan Pengaji pada Sidang Skripsi tanggal 10 November 2022. Menurut pandangan kami, Skripsi ini memadai dari segi kualitas untuk tujuan penganugerahan gelar Sarjana Desain Komunikasi Visual.

Sukabumi, 16 Februari 2023



Samuel Rihi Hadi Utomo, S.Ds, M.A. Mochamad Ficky Aulia, S.Ds, M.Sn.

NIDN : 0429069502

NIDN : 0408108704

Ketua Pengaji,

Ketua Program Studi,

Tulus Rega W.E, S.Kom.I, M.Sn.

NIDN : 0430109501

Agus Darmawan, S.Sn., M.Sn.

NIDN : 0431088506

Prof. Dr. Ir. H. Koesmawan, M, Sc, MBA, DBA.

NIDN : 0014075205

ABSTRACT

The Renzo Edupark tourist attraction is developing its tourism. Promoting efforts have not been maximized by managers to the community. Because the visual promotion that has been used does not have good uniformity in the use of colors, typography and layout. Renzo Edupark tourism promotion is the focus of this research. The research was conducted in Sukabumi using qualitative methods with observation, interviews, and documentation, as well as analysis using S.W.O.T analysis. The research objective is to increase public awareness of the tourism potential of Sukabumi Regency as a Destination branding effort or to make a city or region a tourist destination. The results obtained from this study are that Renzo Edupark with existing tourism potential requires visual promotion and its application in appropriate promotional media so that it is known to the wider community and will have an impact on increasing regional income and the people of Sukabumi Regency.

**Nusa Putra
UNIVERSITY**



Keywords: Tourism Object, Media Promotion, Destination Branding.

ABSTRAK

Objek wisata Renzo Edupark sedang mengembangkan pariwisata yang dimilikinya. Upaya berpromosi belum maksimal oleh pegelola ke masyarakat. Karena promosi secara visual yang telah digunakan belum memiliki keseragaman yang baik dalam penggunaan warna, tipografi dan *layout*. promosi pariwisata Renzo Edupark menjadi fokus penelitian ini. Penelitian dilakukan di Sukabumi menggunakan metode kualitatif dengan observasi, wawancara, dan dokumentasi serta analisis dilakukan dengan analisis S.W.O.T. Tujuan penelitian adalah meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap potensi wisata yang dimiliki Kabupaten Sukabumi sebagai upaya *Destination branding* atau menjadikan suatu kota atau wilayah sebagai tujuan wisata. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini bahwa Renzo Edupark dengan potensi wisata yang ada memerlukan promosi visual dan penerapannya pada media promosi yang sesuai agar dikenal masyarakat luas dan akan berdampak pada peningkatan pendapatan daerah serta masyarakat Kabupaten Sukabumi.

Kata kunci : Objek Wisata, Media Promosi, *Destination Branding*.



KATA PENGANTAR

Dengan mengucap Alhamdulillah, Puji serta syukur atas kehadirat sang pencipta, Allah SWT. Berkat rahmat dan karunianya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Perancangan Media Promosi Objek Wisata Renzo Edupark Di Kabupaten Sukabumi Sebagai Upaya *Destination Branding*”, sebagai salah satu perjalanan panjang yang telah dilalui dalam memperoleh gelar Sarjana Desain pada Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Komputer Teknik dan Desain, Universitas Nusaputra Sukabumi.

Tentunya keberhasilan perjalanan panjang penulisan skripsi ini, tidak luput dari dukungan, bimbingan, dan segala bentuk bantuan dari beberapa pihak. Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan banyak terimakasih kepada :

1. Allah SWT yang telah memberikan kesehatan, kelancaran, dan kekuatan kepada penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.
2. Bapak Dr. Kurniawan, ST, M.Si, MM. selaku Rektor Universitas Nusa Putra Sukabumi.
3. Bapak Prof. Dr. Ir. H. Koesmawan, M. Sc, MBA, DBA. selaku Dekan Fakultas Teknik dan Desain Universitas Nusa Putra Sukabumi.
4. Bapak Agus Darmawan, S.Sn., M.Sn. selaku Kepala Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Nusa Putra Sukabumi.
5. Bapak Samuel Rihi Hadi Utomo, S.Ds., M.A. selaku Dosen Pembimbing I yang senantiasa meluangkan waktu, memberikan saran, masukan, dan juga gagasan dalam setiap proses bimbingan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak Mochamad Ficky Aulia, S.Ds, M.Sn. selaku Dosen Pembimbing II yang senantiasa meluangkan waktu, memberikan saran, masukan, dan juga gagasan dalam setiap proses bimbingan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini
7. Bapak Tulus Rega Wahyuni E, S.Kom.I., M.Sn. selaku Dosen Pengudi yang senantiasa memberikan saran dan masukan positif sehingga penulisan skripsi ini dapat tersusun dengan baik.

8. Seluruh Dosen Desain Komunikasi Visual Universitas Nusa Putra yang telah memberikan banyak ilmu pengetahuan, pembelajaran dan juga pengalaman selama masa perkuliahan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
9. Kedua Orangtua yang telah membesar, senantiasa mendo'akan, memberikan dukungan moril maupun materil untuk kelancaran penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Saudara saya Ai Latifah S.Pdi, Nanan Masmilah S.Pdi, Euis Masluah S.Pd, Nira Maesarah S.Kom, dan Bungsu Rima Riasah yang selalu memberikan motivasi dan *support* selama penyusunan skripsi ini.
11. Rekan – rekan Desain Komunikasi Visual 2018 yang senantiasa memberikan informasi dan saling *support* satu sama lain, serta senantiasa mejaga kekompakan dan kebersamaan.
12. Pihak – pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah memberikan segala bentuk dukungan.



Penulis sangat berharap, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat untuk sumber ilmu pengetahuan dan pendidikan. Segala bentuk do'a, dukungan dan bantuan yang telah diberikan semoga dapat menjadi pahala dan ladang kebaikan untuk rekan – rekan sekalian. Aamiin...

Sukabumi, 16
Februari 2023

Penulis

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik UNIVERSITAS NUSA PUTRA, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : RIPA LAVIVA ZAHARA
NIM : 20180060038
Program Studi : DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Nusa Putra **Hak Bebas Royalti Nonekslusif (Non-exclusive Royalty – Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul :

“PERANCANGAN MEDIA PROMOSI OBJEK WISATA RENZO EDUPARK DI KABUPATEN SUKABUMI SEBAGAI UPAYA DESTINATION BRANDING”

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksekutif ini Universitas Nusa Putra berhak menyimpan, mengalihmedia / format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis / pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Sukabumi

Pada tanggal : 16 Februari 2023

Yang meyatakan

RIPA LAVIVA ZAHARA

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
PERNYATAAN PENULIS.....	iii
PENGESAHAN SKRIPSI	iv
ABSTRACT	v
ABSTRAK.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	3
1.3. Batasan Masalah	3
1.4. Tujuan Penciptaan / Perancangan	3
1.5. Manfaat Penciptaan / Perancangan	4
1.6. Sistematika Penulisan	4
1.7. Bagan Alur Wisata Renzo Edupark	5
BAB II TINJAUN PUSTAKA.....	6
2.1. Penelitian Terdahulu	6
2.2. Landasan Teori.....	9
2.2.1. Media Promosi	9
2.2.2. Destination Branding	12
2.2.3. Renzo Edupark	13

BAB III METODELOGI PERANCANGAN	14
3.1. Metodologi Penelitian / Perancangan.....	14
3.1.1. Metodologi	14
3.1.2. Teknik Pengumpulan Data.....	14
3.1.2.1. Observasi	14
3.1.2.2. Wawancara	15
3.1.2.3. Dokumentasi.....	15
3.1.3. Metode Analisis Data.....	15
3.1.4. Konsep Desain	17
3.1.4. Perancangan Media Promosi	17
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	24
4.1. Hasil Perancangan.....	24
4.1.1. Poster.....	24
4.1.2. Banner	25
4.1.3. Merchandise	25
BAB V PENUTUP.....	29
5.1. Kesimpulan	29
5.2. Saran.....	30
DAFTAR PUSTAKA	31
BIODATA MAHASISWA.....	32

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Foto Objek Wisata Renzo Edupark	13
Gambar 2 Fasilitas Objek Wisata Renzo Edupark	13
Gambar 3 Logo Renzo Edupark	18
Gambar 4 GSM Renzo Edupark	18
Gambar 5 Tipografi	19
Gambar 6 Warna Media Promosi	20
Gambar 7 Foto Hewan Renzo Edupark	21
Gambar 8 Foto Tumbuhan Renzo Edupark	21
Gambar 9 Poster	24
Gambar 10 Poster	25
Gambar 11 <i>Banner</i>	26
Gambar 12 <i>T-Shirt</i>	27
Gambar 13 Kartu Nama	27
Gambar 14 Topi	27
Gambar 15 <i>Totebag</i>	28
Gambar 16 Gantungan Kunci	28
Gambar 17 Mug	29
Gambar 18 <i>Ticket</i>	29



BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan teknologi menjadikan industri pariwisata dan ekonomi kreatif sebagai salah satu sektor yang mengalami digitalisasi yang pesat dalam beberapa tahun terakhir, penerapan strategi digital adalah pilihan yang tepat untuk menarik wisatawan lokal dan mancanegara, serta membantu memulihkan pariwisata dan ekonomi kreatif Indonesia pascapandemi Covid19. Berdasarkan data tahun 2021 jumlah wisatawan di tahun 2020 mengalami penurunan karena covid-19, hanya sebanyak 4.052 juta wisatawan. Sedangkan tahun 2022 sebagai tahun dimulainya pemulihan bagi sektor pariwisata, pemerintah bersama seluruh unsur terkait memastikan sektor usaha pariwisata di seluruh Indonesia akan terus berjalan melalui serangkaian upaya. Indonesia sudah dalam proses transisi perubahan pandemi menjadi endemi, di tahun 2022 ini adalah momentum yang sangat baik bagi tempat objek wisata dengan perkembangan dunia teknologi maka setiap sektor pariwisata mempunyai peluang untuk mempromosikan objek wisata (Kemenparekraf, 2022).

Objek wisata adalah suatu tempat atau keadaan alam yang memiliki sumber daya alam yang dibangun dan dikembangkan sehingga mempunyai daya tarik yang diusahakan sebagai tempat yang dikunjungi parawisata. Parawisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha dan pemerintah serta penyedia objek wisata (Rai, 2014). Sukabumi merupakan salah satu tempat pariwisata yang menarik untuk dikunjungi di Provinsi Jawa Barat, salah satunya ada di Kabupaten Sukabumi yaitu Renzo Edupark yang dikelola oleh Hermawan Sulistiwo, sejak 23 Oktober 2020, dengan luas 85 hektar dengan pepohonan dan danau yang dimilikinya. Tidak hanya itu Renzo Edupark juga memiliki perpustakaan, cafe, taman, wahana permainan anak-anak, juga terdapat satwa, dan keberadaan satwa ini menjadi penarik tertinggi minat wisatawan. Renzo Edupark sebagai objek wisata yang terbilang

baru di Sukabumi, yang masih dan akan terus berkembang salah satu pengelola Renzo Edupark, Aditya Wijaya menyebutkan bahwa pada tahun 2020 jumlah pengunjung hanya 265 orang, karena dalam masa pandemi, tahun 2021 jumlah pengunjung belum ada peningkatan dan untuk tahun 2022 pengelola objek wisata Renzo Edupark menargetkan akan lebih baik dari tahun sebelumnya, untuk itu dibutuhkannya media promosi untuk menarik para wisatawan agar mengunjungi objek wisata Renzo Edupark (Wawancara pada tanggal 29 Maret 2022 pada pukul 12.00 WIB).

Minimnya pengunjung objek wisata Renzo Edupark tersebut sungguh disayangkan, mengingat Renzo Edupark ini adalah harapan industri pariwisata kabupaten Sukabumi. Renzo Edupark sebagai tempat untuk wisata rekreasi juga edukasi, memerlukan promosi yang dapat menarik perhatian masyarakat di Sukabumi maupun luar Sukabumi agar mengunjungi objek wisata Renzo Edupark. Berdasarkan hasil eksplorasi penulis Renzo Edupark belum memiliki media promosi yang sesuai dengan karakteristik objek wisata pada umumnya dan tidak mempunyai ciri khas atau daya tarik bagi pengunjung. Dengan keilmuan DKV dapat menciptakan sebuah desain promosi yang lebih menarik untuk menyampaikan pesan dan gagasan secara visual kehalayak dengan daya kreatif melalui media visual dan audio visual.

Menurut Ali Hasan (2015:145) *destination branding* yaitu suatu usaha untuk meningkatkan citra daerah dan menjadikan pembeda dari *brand* daerah lainnya untuk meningkatkan daya saing agar bisa memperbaiki lingkungan destinasi. *Brand* destinasi untuk objek wisata Renzo Edupark sangat diperlukan untuk menghadapi persaingan. Salah satu persaingan yang terjadi yaitu kurang dikenalnya Renzo Edupark dibandingkan dengan destinasi lain. Dalam upaya dijadikannya objek wisata Renzo Edupark sebagai tujuan *destination branding* maka dibuat rancangan-rancangan media promosi dengan konsep nuansa alam yang bertema estetik. Perancangan media-media promosi ini berupa poster, *banner* dan *merchandise* yang tepat dan efektif serta efisien sehingga media promosi Renzo Edupark yang baru tepat sasaran.

Untuk itu tujuan dalam perancangan media promosi ini agar dapat menciptakan persepsi terhadap objek wisata Renzo Edupark dengan

mengangkat potensi yang ada sehingga menjadikan keunggulan dan mampu menjadi pembeda terhadap tempat atau wilayah lainnya. Dari pemaparan latar belakang yang ada, maka tujuan peneliti adalah melakukan “Perancangan Media Promosi Objek Wisata Renzo Edupark Di Kabupaten Sukabumi Sebagai Upaya *Destination Branding*”. Penelitian ini diharapkan mampu meningkatkan daya tarik wisatawan terhadap objek wisata Renzo Edupark, serta dapat meningkatkan kesejahteraan warga sekitar.

1.2. Rumusan Masalah

Melihat pentingnya media promosi untuk objek wisata Renzo Edupark, maka pertanyaan penelitian yang diajukan dalam penelitian ini ialah bagaimana merancang media promosi objek wisata Renzo Edupark sebagai upaya dari *destination branding* di Kabupaten Sukabumi.

1.3. Batasan Masalah

Berdasarkan pada uraian latar belakang masalah yang penulis uraikan di atas, pada penelitian ini masalah dibatasi dengan:

1. Segmentasi ini ditujukan untuk masyarakat rentang usia 10-60 tahun.
2. Objek wisata yang dijadikan tempat penelitian yaitu Renzo Edupark Desa Tanjung Sari, Kecamatan Cibadak Kabupaten Sukabumi.
3. Permasalahan yang diangkat adalah masyarakat tidak menyadari adanya potensi wisata di Sukabumi maka perlu membuat identitas visual.
4. Media utama dalam perancangan ini yaitu sebuah rancangan media-media promosi untuk meningkatkan pengunjung wisata dareah sukabumi.



1.4. Tujuan Penciptaan/Perancangan

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijelaskan di atas, maka dapat diuraikan tujuan perancangan yaitu sebagai berikut:

1. Mengetahui media promosi sebagai upaya solusi pengembangan pariwisata di Sukabumi.
2. Mengetahui efektivitas perancangan media promosi untuk mengenalkan objek wisata Renzo Edupark di Sukabumi.

1.5. Manfaat Penciptaan/Perancangan

1. Bagi penulis, perancangan media promosi ini dapat menambah ilmu pengetahuan dan keterampilan dalam pengembangan bidang Desain Komunikasi Visual.
2. Bagi Pemerintah Kabupaten Sukabumi, perancangan ini dapat dijadikan sebagai media promosi alternatif dalam memperkenalkan objek wisata di Kabupaten Sukabumi.
3. Bagi masyarakat, perancangan ini dapat membantu dalam memperolehkan informasi mengenai potensi objek wisata yang ada di Kabupaten Sukabumi.

1.6. Sistematika Penulisan

Dalam penelitian yang dilakukan, peneliti menggunakan sistematika penulisan sebagai berikut:

1.6.1 Bagian Awal

Bagian awal berisikan halaman *cover*, judul, pernyataan, lembar persetujuan, lembar pengesahan, abstrak, kata pengantar, daftar isi, daftar gambar, daftar tabel, dan daftar lampiran.

1.6.2 Bagian Isi

Bagian isi terdiri lima bab, yaitu bab pendahuluan, landasan teori, metode penelitian, hasil penelitian dan pembahasan, dan penutup.

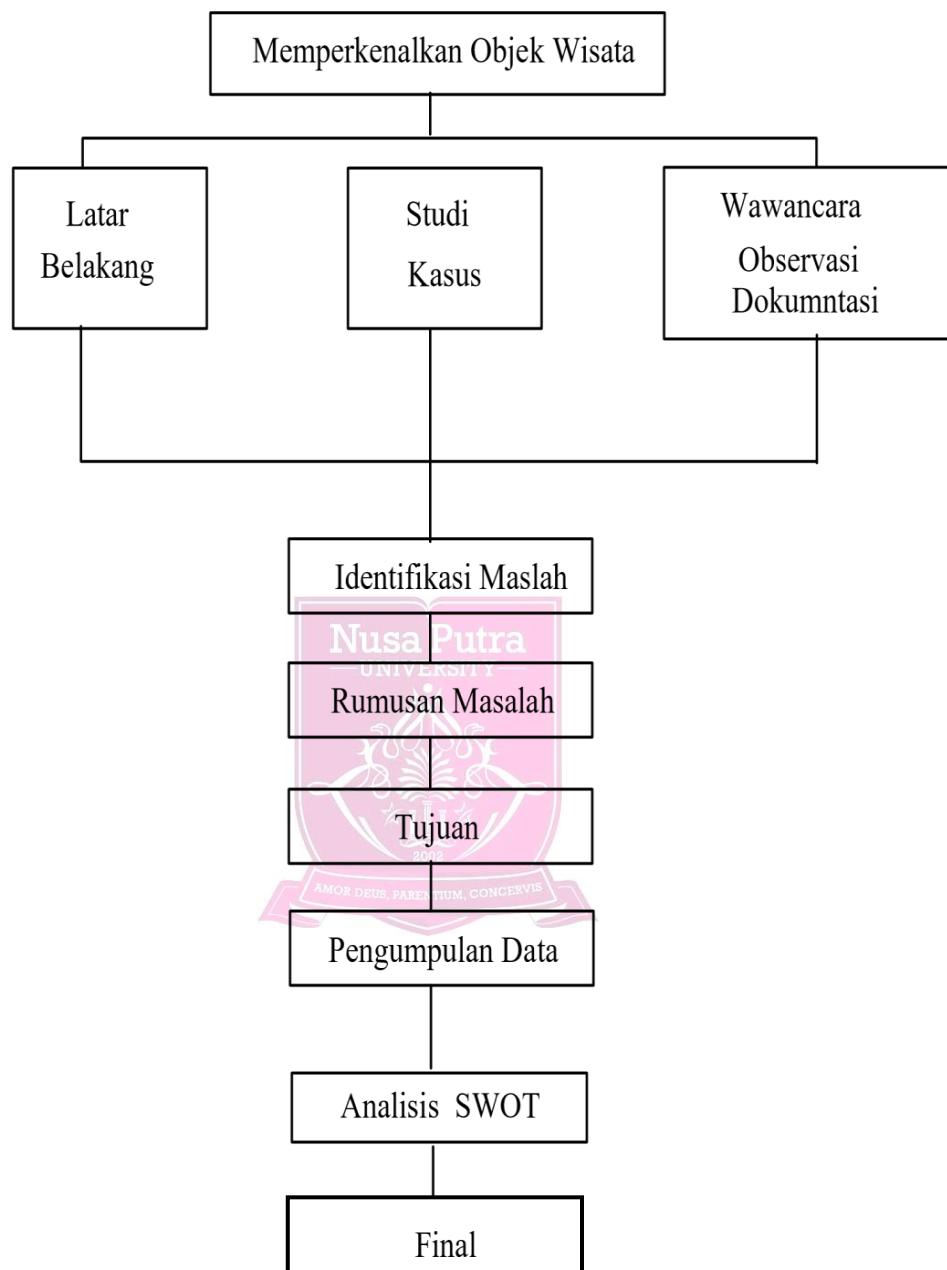
BAB I PENDAHULUAN : Berisi latar belakang, rumusan masalah, tujuan perancangan, manfaat perancangan, sistematisasi penulisan, dan bagan alur objek wisata Renzo Edupark.

BAB II LANDASAN TEORI : teori media promosi, teori *brand*, teori *branding*, teori *destination branding*, teori warna, teori *typography*, teori *layout*.

BAB III METODE PERANCANGAN : Berisi alur perancangan dan metode perancangan. **BAB IV :** Hasil dan Pembahasan

BAB V : Penutup

1.7.Bagan Alur Wisata Renzo Edupark



Bagan 1. Skema Penelitian

Sumber : Data Pribadi Penulis

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Renzo Edupark sebagai objek wisata yang terbilang baru di Sukabumi, yang masih dan akan terus berkembang objek wisata ini belum memiliki perkembangan yang cukup signifikan, hal ini terlihat dari eksistensi jumlah pengunjung yang datang yang masih jauh dari target yang di harapkan hal tersebut dikarenakan kurangnya informasi dan promosi mengenai keberadaan objek wisata Renzo Edupark, kurangnya promosi juga sangat mempengaruhi kuantitas pengunjung. Oleh sebab itu perancangan ini dilakukan sebagai solusi atas permasalahan yang dimiliki oleh objek wisata Renzo Edupark yaitu bagaimana merancang media promosi untuk objek wisata Renzo Edupark di Kabupaten Sukabumi sebagai upaya *destination branding*. Perancangan ini merupakan proses promosi visual berupa poster *banner* dan *merchandise*.

Hasil desain perancangan media promosi objek wisata Renzo Edupark ini dirancang untuk memberikan *image* tersendiri bagi objek wisata Renzo Edupark baik melalui bentuk logo, penggunaan warna, tipografi dan *layout*. konsep yang diterapkan pada media promosi ini yaitu konsep nuansa alam yang estetik, sehingga objek wisata Renzo Edupark dapat dibedakan dengan kompetitornya dan memiliki identitasnya sendiri. Solusi ini menjadi cara yang tepat untuk mempromosikan objek wisata Renzo Edupark untuk mempermudah mengkomunikasikan pesan kepada *audience*.

Dari hasil perancangan ini baik owner atau pengunjung memberikan respon positif dengan adanya perancangan media promosi yang dilakukan oleh peneliti pada objek wisata Renzo Edupark di Kabupaten Sukabumi ini, karena membantu mengembangkan objek wisata Renzo Edupark, membantu meningkatkan pengunjung dan menjadi salah satu cara terbaik untuk menginformasikan tentang keberadaan objek wisata Renzo edupark dengan visual yang menarik berupa media promosi seperti poster, *banner* dan *merchandise*.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian secara keseluruhan dan kesimpulan yang diperoleh, penulis memberikan beberapa saran yang dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi pihak yang berkepentingan, yaitu:

1. Bagi Pengelola

Bagi Pengelola Objek Wisata Renzo Edupark untuk lebih menjaga keindahan dan tetap menjaga keunikannya serta melakukan promosi terus menerus, sehingga objek wisata Renzo Edupark lebih maju dan lebih terkenal di Kota Sukabumi maupun luar Kota Sukabumi.

2. Bagi Pemerintah

Pemerintah Kabupaten Sukabumi hendaknya memberikan dukungan secara optimal terhadap upaya pengembangan objek wisata Renzo Edupark yang ada di Kabupaten Sukabumi ini sebagai upaya *destination branding* atau menjadikan Renzo Edupark sebagai tujuan wisata.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Adapun beberapa saran yang perlu diperhatikan bagi peneliti selanjutnya yang tertarik meneliti tentang objek wisata adalah:

- a. Untuk Penelitian selanjutnya diharapkan untuk mengkaji lebih banyak sumber maupun referensi yang terkait dengan objek wisata maupun efektivitas perancangan media promosi agar hasil penelitiannya dapat lebih baik dan lebih lengkap lagi.
- b. Untuk penelitian selanjutnya penulis menyarankan untuk meneliti faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan berkunjung wisatawan selain perancangan media promosi dengan menentukan media yang efektif dan efisien, memperkuat konsep dan tentunya menerapkan teori desain, prinsip desain, yang mampu mengembangkan ciri khas objek wisata yang di milikinya.

DAFTAR PUSTAKA

- Devanda, K., Hidayatulloh, M., & Albertina, E. (2021). Perancangan Promosi Destinasi Wisata Kenjeran Park Di Surabaya. *eProceedings of Art & Design*, 8(6).
- Dewantoro, Y. C., Hartanto, D. D., & Yuwono, E. C. (2018). Perancangan Merchandise Sebagai Media Promosi Budaya Khas Dayak Ngaju Kalimantan Tengah. *Jurnal DKV Adiwarna*, 2(13), 8.
- Kemenparekraf. (2021, 9 18). *Ragam Pariwisata*. Retrieved 7 25, 2022, from Strategi Digital Tourism dalam Menggaet Wisatawan:
<https://kemenparekraf.go.id/ragam-pariwisata/Strategi-Digital-Tourism-dalam-Menggaet-Wisatawan>
- Kemenparekraf. (2021, Agustus 8). *Tren Pariwisata Indonesia di Tengah Pandemi*. Retrieved 7 25, 2022, from ragam pariwisata:
<https://kemenparekraf.go.id/ragam-pariwisata/Tren-Pariwisata-Indonesia-di-Tengah-Pandemi>
- Widodo, K. R. D. (2013). TA: Perancangan Media Promosi Wana Wisata Pantai Plengkung Banyuwangi Sebagai Upaya Meningkatkan Daya Tarik Wisatawan (Doctoral dissertation, STIKOM Surabaya).

BIODATA MAHASISWA



□ Data Pribadi

Nama	:	Ripa Laviva Zahara
Tempat Tanggal Lahir	:	Sukabumi, 28 Juli 1997
Jenis Kelamin	:	Perempuan
Agama	:	Islam
Alamat	:	Kp. Batu Asih Rt. 002 Rw. 016 Desa Sekarwangi Kec. Cibadak Kab. Sukabumi
No.Hp/Telepon	:	0838 1195 5925
Email	:	ripalavivaz11@gmail.com



□ Pendidikan

2009	:	Lulus Dari MI Gunung Walat
2012	:	Lulus Dari SMP PGRI Batu Asih
2015	:	Lulus Dari MAN Cibadak
2022	:	Lulus Dari Universitas Nusa Putra Sukabumi