

PERENCANAAN PROMOSI BERDASARKAN PERSEPSI, PREFERENSI DAN KARAKTERISTIK WISATAWAN DI RPTN SITUGUNUNG TAMAN NASIONAL GUNUNG GEDE PANGRANGO KABUPATEN SUKABUMI PROVINSI JAWA BARAT

ZHAFIRAH CHAIRUNISSA



**PROGRAM STUDI EKOWISATA
SEKOLAH VOKASI
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2025**



PERNYATAAN MENGENAI LAPORAN AKHIR DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa laporan akhir dengan judul “Perencanaan Promosi Berdasarkan Persepsi, Preferensi dan Karakteristik Wisatawan di RPTN Situgunung Taman Nasional Gunung Gede Pangrango Kabupaten Sukabumi Provinsi Jawa Barat” adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir laporan akhir ini. Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, Juli 2025

Zhafirah Chairunissa
J1302201035

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



ABSTRAK

ZHAFIRAH CHAIRUNISSA. Perencanaan Promosi Berdasarkan Persepsi, Preferensi dan Karakteristik Wisatawan di RPTN Situgunung Taman Nasional Gunung Gede Pangrango Kabupaten Sukabumi Provinsi Jawa Barat. Dibimbing oleh **MELEWANTO PATABANG.**

Perencanaan media promosi sangat penting untuk dilakukan agar dapat diketahui khalayak umum sebagaimana fungsi dan pemanfaatannya Resort Situgunung yang mempunyai atraksi dan daya tarik dalam perencanaan media promosi, Preferensi wisatawan membantu dalam menyusun luaran media promosi video visual, Kegiatan proyek akhir dilaksanakan pada Desember 2024 – Januari 2025 di Kawasan Wisata Alam Resort Situgunung Taman Nasional Gunung Gede Pangrango. Pengambilan data yang diambil antara lain sumberdaya wisata alam Resort Situgunung, karakteristik, persepsi terhadap media promosi, persepsi terhadap daya tarik, dan Preferensi media promosi. Teknik Pengambilan data diperoleh dengan studi literatur, wawancara, dan kuesioner. Analisis data terdiri dari analisis deskriptif melalui skala likert, Uji Chi-Square, dan Standar deviasi. Sumberdaya wisata di Resort Situgunung Taman Nasional Gunung Gede yaitu Jembatan, danau, air terjun, flora, dan fauna. Luaran proyek akhir berupa video promosi Kawasan Wisata Resort Situgunung.

Kata Kunci: Wisata Alam, Resort Situgunung, Taman Nasional Gunung Gede Pangrango, Media Promosi, Perencanaan Promosi.

ABSTRACT

ZHAFIRAH CHAIRUNISSA. *Promotion Planning Based on Perceptions, Preferences and Characteristics of Tourists at RPTN Situgunung Gunung Gede Pangrango National Park, Sukabumi Regency, West Java Province. Supervised by MELEWANTO PATABANG.*

Promotional media planning is very important to be carried out so that it can be known to the general public as well as the function and utilization of Situgunung Resort which has attractions and attractions in the planning of promotional media, Tourist preferences help in compiling visual video promotional media outputs, The final project activities will be carried out in December 2024 – January 2025 in the Situgunung Resort Nature Tourism Area, Gunung Gede Pangrango National Park. The data taken included the natural tourism resources of the Situgunung Resort, characteristics, perception of promotional media, perception of attractiveness, and preferences of promotional media. Data collection techniques were obtained by literature studies, interviews, and questionnaires. The data analysis consists of descriptive analysis through the Likert scale, Chi-Square Test, and Standard deviation. Tourist resources at Gunung Gede National Park Situgunung Resort are bridges, lakes, waterfalls, flora, and fauna. The output of the final project is in the form of a promotional video for the Situgunung Resort Tourism Area.

Keywords: Nature Tourism, Situgunung Resort, Gunung Gede Pangrango National Park, Promotional Media



RINGKASAN

ZHAFIRAH CHAIRUNISSA. Perencanaan Promosi Berdasarkan Persepsi, Preferensi dan Karakteristik Wisatawan di RPTN Situgunung Taman Nasional Gunung Gede Pangrango Kabupaten Sukabumi Provinsi Jawa Barat. Dibimbing oleh **MELEWANTO PATABANG**

Penelitian ini berjudul “Perencanaan Promosi Berdasarkan Persepsi, Preferensi dan Karakteristik Wisatawan di RPTN Situgunung Taman Nasional Gunung Gede Pangrango Kabupaten Sukabumi Provinsi Jawa Barat” yang bertujuan untuk merancang media promosi visual berdasarkan persepsi dan preferensi pengunjung. Resort Situgunung, yang merupakan bagian dari Taman Nasional Gunung Gede Pangrango, memiliki berbagai potensi wisata alam seperti jembatan gantung, danau, air terjun, serta kekayaan flora dan fauna yang berperan sebagai daya tarik utama kawasan. Penelitian dilaksanakan pada bulan Desember 2024 hingga Januari 2025 dengan melibatkan 120 responden yang telah berkunjung ke lokasi. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui studi literatur, wawancara, dan kuesioner. Data yang dikumpulkan mencakup karakteristik responden, persepsi terhadap media promosi dan daya tarik wisata, serta preferensi terhadap jenis media promosi. Analisis data dilakukan secara deskriptif dengan skala Likert dan standar deviasi, serta uji Chi-Square untuk mengetahui hubungan antar variabel.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi pengunjung terhadap daya tarik wisata alam Situgunung tergolong positif, dengan dominasi jawaban "Setuju" dan "Sangat Setuju" terhadap unsur-unsur seperti Jembatan Gantung Situgunung, Air Terjun Sawyer, dan Danau Situgunung. Selain itu, pengunjung menilai bahwa media promosi yang ada masih kurang menarik, tidak tersedia dalam bentuk cetak seperti poster atau leaflet, dan sulit dipahami. Preferensi pengunjung menunjukkan kecenderungan terhadap media sosial pada platform Instagram dan TikTok, sebagai platform promosi yang efektif, dengan format video berdurasi pendek yang menampilkan informasi lengkap mengenai daya tarik wisata, rute, fasilitas, dan harga tiket masuk.

Berdasarkan hasil tersebut, disimpulkan bahwa strategi promosi eduwisata di Resort Situgunung perlu diarahkan pada media visual berbasis digital yang sesuai dengan preferensi target pengunjung. Luaran dari proyek ini berupa dua video promosi dengan durasi masing-masing 30 detik untuk TikTok dan 1 menit 10 detik untuk Instagram. Video tersebut dirancang untuk menampilkan potensi wisata alam Situgunung secara menarik dan informatif. Sebagai saran, luaran video promosi diharapkan dapat diimplementasikan oleh pengelola sebagai bagian dari strategi promosi digital yang lebih efektif dan tepat sasaran. Selain itu, peningkatan pemahaman tentang pentingnya media promosi modern diharapkan dapat membantu memperluas jangkauan informasi wisata dan mengedukasi pengunjung mengenai potensi yang dimiliki oleh kawasan wisata alam Resort Situgunung.



Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

© Hak Cipta milik IPB, tahun 2025
Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan IPB.

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB.

PERENCANAAN PROMOSI BERDASARKAN PERSEPSI, PREFERENSI DAN KARAKTERISTIK WISATAWAN DI RPTN SITUGUNUNG TAMAN NASIONAL GUNUNG GEDE PANGRANGO KABUPATEN SUKABUMI PROVINSI JAWA BARAT

ZHAFIRAH CHAIRUNISSA

Proyek Akhir
sebagai salah satu syarat untuk melaksanakan Proyek Akhir
pada Program Studi Ekowisata
Sekolah Vokasi Institut Pertanian Bogor

**PROGRAM STUDI EKOWISATA
SEKOLAH VOKASI
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2025**



@Hak cipta milik IPB University

IPB University

Penguji pada Ujian Laporan Akhir: Dr. Occy Bonanza, SP., MT.



IPB University
— Bogor Indonesia —

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

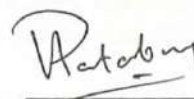
Perpustakaan IPB University

Judul Laporan : Perencanaan Promosi Berdasarkan Persepsi, Preferensi dan Karakteristik Wisatawan di RPTN Situgunung Taman Nasional Gunung Gede Pangrango Kabupaten Sukabumi Provinsi Jawa Barat

Nama : Zhafirah Chairunissa
NIM : J1302201035

Disetujui oleh

Pembimbing:
Dr. Melewanto Patabang, S.Hut., M.Si.



Diketahui oleh

Ketua Program Studi:
Kania Sofiantina Rahayu, S.I.Kom., M.Par., MTHM.
NPI 201807198501202001



Dekan Sekolah Vokasi:
Dr. Ir. Aceng Hidayat, M.T.
NIP 196607171992031003



Tanggal Ujian: 15 Juli 2025

Tanggal Lulus:



PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa, yang telah melimpahkan rahmat, hidayah, serta kesempatan kepada saya untuk menyelesaikan penelitian ini sebagai bagian dari tugas akhir dalam menempuh pendidikan di Program Studi Ekowisata, Shalawat serta salam juga kami sampaikan kepada Nabi Muhammad SAW, yang telah menjadi suri tauladan bagi umat manusia. Terima kasih penulis ucapkan kepada:

Kedua orang tua penulis, Bapak Zainal Abidin dan Ibu Dietje Herliena, dua orang yang sangat berharga dalam hidup penulis, yang telah memberikan bantuan dalam bentuk moral, spiritual, dan material serta cinta, dukungan dan doa tanpa henti sepanjang perjalanan pendidikan hingga penyelesaian studi dengan baik.

Kakak penulis, Yolanda Naomi, Aditya, Alin Shoumi, Ecka Setiawan, dan Delia Anastasya yang telah memberikan dorongan, motivasi, dukungan moral dan material sepanjang penyelesaian studi dan penyusunan laporan proyek akhir.

3. Muhammad Wastu Adzani Johan yang telah menemani dan memberi dukungan moral kepada penulis dalam proses penyusunan Laporan Proyek Akhir

4. Dosen pembimbing penulis, Dr. Melewanto Patabang, S.Hut., M.Si. yang telah memberikan bimbingan, arahan, saran dan perhatian dalam menyelesaikan laporan proyek akhir dengan baik.

5. Dosen penguji, Ibu Dr. Occy Bonanza, SP., MT. yang telah memberikan masukan, arahan, serta evaluasi yang membangun selama proses penyusunan laporan proyek akhir.

6. Dosen Program Studi Ekowisata yang telah memberikan ilmu, wawasan, dan pengetahuan selama menempuh pendidikan di program studi ini.

7. Seluruh pegawai Resort Situgunung Kota Sukabumi, yang telah membantu penulis pada saat pengambilan data sehingga data dan informasi yang dibutuhkan dapat terpenuhi.

8. Teman-teman Ekowisata 58, sahabat SMA, dan teman-teman lainnya yang tidak dapat disebutkan satu per satu atas dukungan positif serta motivasi selama pengambilan data di lapang hingga penyusunan laporan proyek akhir.

9. Zhafirah Chairunissa, yaitu diri saya sendiri, yang sudah bertahan sejauh ini, dan menerima segala kepenatan tanpa mengabaikan tanggung jawab yang telah dipilih.

Semoga penelitian ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan dan bagi kemajuan ilmu pengetahuan mengenai bidang pariwisata khususnya pada pengoptimalan promosi destinasi wisata alam pada media sosial.

Bogor, Juli 2025

Zhafirah Chairunissa

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	1
1.3 Tujuan	2
1.4 Manfaat	2
1.5 Kerangka Berpikir	2
II KONDISI UMUM	3
2.1 Letak dan Luas	3
2.2 Kondisi Fisik	3
2.3 Kondisi Biotik	4
2.4 Kondisi Masyarakat Sekitar	4
2.5 Kondisi Kepariwisataa	4
2.6 Aksesibilitas	4
III METODE	6
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian	6
3.2 Alat dan Bahan	6
3.3 Jenis Data	7
3.4 Metode Pengambilan Data	7
3.5 Analisis Data	8
3.6 Populasi dan Sampel	9
3.7 Teknik Penyusunan Luaran	9
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	10
4.1 Potensi Sumber daya Wisata Situgunung	10
4.2 Persepsi dan Perferensi Pengunjung	20
4.3 Rancangan Luaran / Output	42
V SIMPULAN DAN SARAN	44
5.1 Simpulan	44
5.2 Saran	44
DAFTAR PUSTAKA	45
LAMPIRAN	48
RIWAYAT HIDUP	52



DAFTAR TABEL

1	Alat dan Bahan	6
2	Jenis Data	7
3	Karakteristik pengunjung resort situgunung	20
4	Persepsi pengunjung berdasarkan usia terhadap media promosi	25
5	Hasil Uji Chi-Square persepsi pengunjung terhadap media promosi	27
6	Persepsi pengunjung berdasarkan jenis kelamin terhadap media promosi	28
7	Hasil Uji Chi-Square persepsi promosi berdasarkan jenis kelamin	29
8	Persepsi pengunjung berdasarkan usia terhadap daya tarik	30
9	Hasil Uji Chi-Square Persepsi aspek daya tarik wisata berdasarkan usia	32
10	Persepsi pengunjung berdasarkan jenis kelamin terhadap daya tarik	33
11	Hasil Uji Chi-Square persepsi daya tarik wisata berdasarkan jenis kelamin	34
12	Preferensi pengunjung berdasarkan usia terhadap promosi	35
13	Hasil Uji Chi-Square preferensi promosi pengunjung berdasarkan usia	38
14	Preferensi pengunjung berdasarkan jenis kelamin terhadap promosi	40
15	Hasil Uji Chi-Square preferensi promosi berdasarkan jenis kelamin	41

DAFTAR GAMBAR

1	Kerangka Berpikir	2
2	Peta Lokasi	6
3	Jembatan Situgunung	11
4	Curug Sawer	11
5	Danau Situgunung	12
6	Tubing River Situgunung	13
7	Keranjang Sultan Situgunung	13
8	Jalur Trekking	14
9	Flying Fox Situgunung	15
10	Luaran Video Promosi	43

DAFTAR LAMPIRAN

1	Dokumentasi wawancara pengelola	49
2	Dokumentasi penyebaran kuesioner	49
3	Kuesioner pengunjung	49
4	Data Uji Chi-Square	50
5	Data Hasil Uji Chi-Square	51