

**ABSTRAK**  
**PERANCANGAN STRATEGI PROMOSI DESTINASI WISATA**  
**KABUPATEN SIMALUNGUN**

Kabupaten Simalungun memiliki potensi yang baik dalam sektor pariwisata dengan begitu banyaknya objek wisata yang ada di Simalungun baik dari wisata argo, wisata alam, dan wisata budaya, serta sejarah menarik yang terkandung didalamnya. Tujuan pertama dari penelitian ini adalah, membuat strategi promosi yang tepat untuk Kabupaten Simalungun untuk menaikkan jumlah wisatawan yang datang. Dengan adanya strategi promosi yang baik, maka kelebihan-kelebihan yang ada pada objek wisata di Simalungun akan dapat tersampaikan kepada target audience. Setelah adanya strategi promosi yang baik, maka dibutuhkan tujuan kedua yaitu, Membuat perancangan media promosi yang tepat untuk menaikkan jumlah wisatan yang mengunjungi destinasi wisata di Kabupaten Simalungun. Strategi promosi yang baik akan sia-sia jika tidak diimbangi dengan media promosi yang baik. Selama ini, Kabupaten Simalungun belum menggunakan media promosi yang baik, bahkan media promosi yang konvensional seperti poster, baliho, dan spanduk pun belum ada. Maka peneliti merasa perlu untuk membantu Kabupaten Simalungun untuk memilih dan menggunakan media promosi yang baik seperti media digital dalam bentuk video tourism, dan media cetak dalam bentuk poster yang disebar di media sosial seperti Facebook, Twitter, Instagram, Line, dll. Dengan begitu, diharapkan agar para calon wisatawan dapat melihat potensi-potensi wisata yang ada di kabupaten Simalungun, dan juga dapat meningkatkan jumlah wisatawan yang mengunjungi Kabupaten Simalungun. Ruang Lingkup dalam Tugas Akhir ini disesuaikan dengan keilmuan DKV.

**Kata kunci** : Promosi, Destinasi Wisata Simalungun, Sejarah