

## ABSTRAK

Media promosi merupakan sebuah alat komunikasi yang dapat mempermudah dalam menyampaikan informasi salah satunya memiliki peran penting di segala bidang termasuk kepariwisataan. Hal ini ditunjukkan dari peminatan masyarakat dalam berkunjung ke sebuah destinasi pariwisata berdasarkan aktivitas promosi yang dilakukan di berbagai media, seperti artikel, media sosial, dan lainnya. Media promosi erat kaitannya dalam optimalisasi *branding* sebuah destinasi. Maka dari itu, pengelolaan media promosi memiliki keterkaitan dalam mendukung optimalisasi *destination branding* Desa Wisata Cikolelet. Pemerintah daerah mengupayakan berbagai macam aspek media dalam mempromosikan Desa Wisata Cikolelet sebagai destinasi wisata unggulan di Kabupaten Serang. Melalui hal ini media promosi yang digunakan dan dikelola berkaitan dengan media massa dan media digital. Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui pengelolaan *destination branding* serta media promosi yang digunakan sebagai upaya dalam optimalisasi *destination branding* Desa Wisata Cikolelet yang sudah terbentuk dengan baik. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif secara deskriptif yang menjabarkan fenomena yang terjadi. Hasil dari penelitian ini menjabarkan implementasi pengelolaan media promosi sebagai alat dukung *branding* destinasi dari Desa Wisata Cikolelet.

Kata kunci: Desa Wisata, *Destination Branding*, Media Promosi