

ABSTRAK

Promosi Bandar wisata Pulau Kemaro sebagai ikon baru destinasi wisata air belum banyak diketahui oleh remaja umur 18-24 tahun di Kota Palembang, dikarenakan kurang tahunya para remaja Kota Palembang terhadap program promosi pemerintah Kota Palembang yang menjadikan Pulau Kemaro sebagai ikon baru destinasi wisata sungai Kota Palembang. Maka dari itu diperlukan strategi promosi yang serius, efektif, dan penggunaan media yang tepat untuk menyampaikan informasi, memperkenalkan dan mengembangkan sektor wisata sejarah dan budaya Pulau Kemaro, untuk diangkat dan dijadikan ikon baru destinasi wisata sungai Kota Palembang secara lebih luas baik nasional maupun internasional sehingga dapat dikenal oleh remaja Kota Palembang umur 18-24 tahun. Perancangan promosi Bandar wisata Pulau Kemaro sebagai ikon baru wisata sungai Kota Palembang menggunakan metode kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasikan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan, pengolahan data meliputi studi kepustakaan, observasi lapangan, dan wawancara. Konsep dalam tugas akhir ini adalah merancang strategi dan media promosi yang sesuai dengan *Usp (Unique Selling Point)* Pulau Kemaro agar dapat dikenal oleh remaja Kota Palembang umur 18-24 tahun sehingga volume wisatawan yang berkunjung ke Pulau Kemaro meningkat. Pentingnya promosi Bandar wisata pulau kemaro adalah untuk meningkatkan daya jual objek wisata, mengingat Pulau Kemaro memiliki sejarah dan budaya yang bisa menjadi daya tarik wisata yang menjual serta dapat meningkatkan volume wisatawan yang berkunjung ke Pulau Kemaro, khususnya kalangan remaja kota Palembang umur 18-24 tahun.

Kata kunci: Promosi wisata, destinasi wisata sungai, Pulau Kemaro, Palembang.