

Abstrak

Kabupaten Garut provinsi Jawa Barat merupakan daerah wisata yang potensial di Indonesia karena keanekaragaman objek alam yang dimiliki, salah satunya air terjun. Namun kurangnya promosi dan pengenalan pada wisata air terjun membuatnya kurang dikenal sehingga wisatawan memilih alternatif lain. Berdasarkan data kedinasan jumlah wisatawan ke objek wisata Garut tidak tetap. Maka dari itu diperlukan promosi, promosi tersebut berupa *e-book* sebagai media promosi objek wisata air terjun Garut. Pemilihan media *e-book* dilatarbelakangi oleh fenomena semakin berkembangnya dunia digital dan perangkat *mobile* yang tidak pernah terlepas dari tangan penggunanya. Sasaran pembuatan *e-book* ini adalah laki-laki dan perempuan pada usia 17 tahun ke atas, kelas sosial menengah ke atas, masyarakat perkotaan, dan kepribadian diri penyuka olahraga dan tantangan. Data yang penulis himpun menggunakan 4 metode yaitu observasi, wawancara, studi pustaka, dan kuesioner. Sebagai analisis data, penulis menggunakan analisis matriks dan analisis AISAS (*Attention, Interest, Search, Action, and Share*). Pembuatan *e-book* dipilih dengan harapan dapat mengurangi produksi kertas sehingga menghemat biaya percetakan dan menjadi bentuk promosi efektif. *E-book* ini berisikan informasi objek wisata, jam operasional, peta objek wisata air terjun Garut, fotografi, dan video pendek berdurasi 19 detik dengan tujuan menjelaskan informasi lebih detail sehingga calon wisatawan lebih dulu mengenal objek wisata yang akan mereka kunjungi serta dapat membantu dalam menentukan pilihan wisata air terjun di Garut.

Kata kunci: Garut, Wisata, Air Terjun, Promosi, *E-book*