

ABSTRAK

PERANCANGAN STRATEGI PROMOSI SITU CICEREM TELAGA BIRU

Indonesia merupakan negara kepulauan yang memiliki banyak pulau, dan di bagi lagi menjadi beberapa provinsi. Dengan dibaginya beberapa provinsi juga banyak keanekaragaman destinasi wisata. Banyaknya destinasi wisata di Indonesia ini, salah satunya adalah destinasi wisata alam. Kota Kuningan menjadi salah satu wisata alam yang favorit karena berada di daerah pegunungan Ciremai, salah satu destinasi wisata alam yang lebih tepatnya berada di Kabupaten Kuningan ini ialah Situ Cicerem Telaga Biru. Wisata alam ini belum terlalu di kenal orang banyak hanya orang-orang yang berada di Kabupaten Kuningan saja yang mengetahui. Salah satu upaya untuk menarik perhatian target audiens ini dengan cara adanya kegiatan promosi. Metode penelitian data yang digunakan untuk melakukan perancangan ini dengan cara melakukan observasi, wawancara, studi pustaka, dan kuisioner. Strategi yang dilakukan untuk promosi ini dengan adanya teori Pariwisata, teori Pemasaran, teori Promosi, teori Perilaku Konsumen, teori Desain Komunikasi Visual, teori Media, teori AISAS, dan teori SWOT. Perancangan ini dibuat untuk memperluas pengunjung yang belum mengenal Situ Cicerem Telaga Biru serta memberikan informasi dengan menggunakan media cetak maupun digital serta media utama yaitu event dengan target audiens yang dituju. Media visual promosi yang dibuat berupa media cetak yaitu poster, *billboard*, brosur, *merchandise*, dan media digital yaitu instagram story, konten instagram, Video Profile, dan *Twibbon*. Maka dengan adanya perancangan strategi promosi ini dengan menggunakan teori serta metode kualitatif sesuai dengan khalayak sasaran dapat menjadi solusi dalam permasalahan yang ada.

Kata Kunci: Perancangan, Media, Promosi, Situ Cicerem Telaga Biru, Wisata Alam