

**ABSTRAK**  
**STRATEGI PROMOSI**  
**DESTINASI WISATA ALAM KAPALO BANDA TARAM**  
**DI DESA TARAM PROVINSI SUMATERA BARAT**  
**Oleh: Arsyah Rahmanda Putri**

Tingginya minat dari masyarakat Indonesia untuk kembali melakukan kegiatan *travelling* pada waktu libur membuat banyak destinasi wisata baik yang alami atau buatan meningkatkan kualitas dari fasilitas, pelayanan, promosi dan sebagainya agar semakin dilirik oleh calon wisatawan. Sumatera Barat adalah salah satu provinsi yang memiliki potensi besar pada destinasi wisata alam baik yang ada pada kawasan perairan ataupun daratan. Salah satu destinasi wisatanya yaitu Wisata Alam Kapalo Banda. Target jumlah pengunjung dan wisatawan yang datang belum mencapai target dan harapan dari pengelola menjadikan faktor yang melatarbelakangi penelitian ini, selain itu keterbatasan media yang digunakan dalam mempromosikan destinasi wisata ini membuat Wisata Alam Kapalo Banda Taram masih kurang dikenal oleh target audiens yang dituju. Sehingga dibutuhkan strategi promosi dan pemilihan media yang tepat agar terjadi peningkatan jumlah pengunjung atau wisatawan yang datang. Penelitian ini menggunakan metode observasi, wawancara, kuisioner, dan kajian pustaka. Selanjutnya dilakukan analisis menggunakan metode SWOT, Matriks, AOI dan juga AISAS. Setelah dilakukannya pengumpulan data dan analisis maka diperoleh jawaban untuk menjawab bagaimana strategi dan promosi yang tepat dalam mempromosikan destinasi wisata dari Kapalo Banda Taram.

Kata Kunci : Wisata Alam, Promosi, Stategi Kreatif.