

ABSTRAK

Situ Cileunca merupakan destinasi wisata alam yang dikelola oleh Disbudpar Kabupaten Bandung. Hal yang menarik dari Situ Cileunca adalah pemandangan perbukitan yang hijau dan hutan yang lebat serta hamparan danau yang luas. Kegiatan yang dilakukan seperti menaiki perahu kayu atau melakukan berbagai outbond training. Di akhir tahun 2022 pihak Disbudpar mulai fokus melakukan penataan fasilitas, salah satunya amphiteater yang dapat digunakan masyarakat untuk berkreasi. Berdasarkan kuesioner, dari 104 responden terdapat 57,7% yang mengetahui tentang Situ Cileunca, bahkan terdapat 76,9% dari jumlah responden yang belum pernah berkunjung ke Situ Cileunca. Dari berbagai potensi yang dimiliki, ternyata belum adanya iklan yang mempromosikan Situ Cileunca secara lengkap dan spesifik. Oleh karena itu, dengan adanya laporan ini diharapkan dapat terancangannya strategi promosi dan media visual yang tepat untuk Situ Cileunca, sehingga khalayak dapat mengetahui segala informasi mengenai Situ Cileunca. Metode yang digunakan dalam perancangan berupa observasi, kuesioner, wawancara, dan studi pustaka. Media utama pada perancangan ini dengan melakukan brand experience berupa event yang dapat dilaksanakan setiap seminggu sekali, sedangkan media pendukungnya berupa media sosial, media luar ruang, media cetak, dan merchandise. Dengan adanya perancangan strategi promosi ini, diharapkan dapat diimplementasikan oleh pihak Disbudpar dalam mempromosikan Situ Cileunca.

Kata Kunci: Promosi, Brand Experience, Event.