

ABSTRAK

Wisata hiu paus di Pantai Botubarani, Gorontalo merupakan destinasi yang memiliki daya tarik unik, yaitu kemunculan hiu paus di dekat pantai. Namun, rendahnya pemahaman wisatawan tentang konservasi hiu paus dan kurangnya promosi yang edukatif menyebabkan masih terjadinya pelanggaran terhadap SOP interaksi dengan hiu paus. Tujuan dari perancangan ini adalah menciptakan kampanye promosi berbasis edukasi konservasi bersama Traveloka Xperience untuk meningkatkan kesadaran dan tanggung jawab wisatawan. Metode yang digunakan meliputi studi pustaka, observasi, wawancara, dan penyebaran kuesioner, serta analisis SWOT, AISAS, dan AOI. Hasil dari perancangan ini adalah strategi kampanye melalui media TTL (*Through the Line*), yaitu gabungan media ATL dan BTL. Media yang dirancang meliputi billboard, youtube *ads*, google *ads*, iklan TV bandara, poster, *street furniture*, *floor sticker*, iklan transit, media sosial (Instagram, TikTok, Twitter), Spotify *ads*, merchandise, spanduk, flag chain, X-banner, dan event “*Traveling for Blue*”. Kesimpulannya, strategi promosi ini tidak hanya menarik secara visual tetapi juga mampu mengedukasi audiens tentang pentingnya konservasi hiu paus. Manfaat dari perancangan ini adalah mendukung ekowisata berkelanjutan dan menjadi referensi kampanye serupa berbasis konservasi.

Kata Kunci: ekowisata, hiu paus, konservasi, promosi, Traveloka