

ABSTRAK

Kata “promosi” memberikan interpretasi dan bahasa yang bermacam-macam. Pada dasarnya kata promosi adalah untuk memberitahu, membujuk atau mengingatkan lebih khusus lagi. Tujuannya untuk mempengaruhi *potential-coustumers* atau pedagang perantara (*trade intermediateries*) melalui komunikasi agar oleh mereka terpikirkan untuk melakukan sesuatu.

Permasalahan promosi ini adalah objek wisata kawah putih Tinggi Raja belum dikenal masyarakat Sumatera Utara terutama di kota Medan. Bertujuan untuk memperkenalkan kawah putih Tinggi Raja dengan cara membuat perancangan promosi yang tepat. Dari segi segmentasi target audiens menggunakan metode analisis SWOT untuk mengukur *Strengths* (kekuatan), *Weakness* (kelemahan), *Opportunities* (peluang), *Threats* (ancaman-ancaman yang bisa di temui) serta menggunakan analisis PEST (Politik, Ekonomi, Sosial, Teknologi) untuk memformat cara berpikir dari lingkungan sekitar. Dalam strategi kreatif menggunakan pendekatan komunikasi AISAS yaitu perhatian promosi, ketertarikan promosi untuk target audiens, mencari informasi, tindakan berdasarkan informasi yang diketahui, dan berbagi informasi kepada orang lain.

Promosi ini menghasilkan informasi kepada masyarakat yang berada di kota Medan, bahwa terdapat wisata alam yang baru di Sumatera Utara tepatnya di Kabupaten Simalungun, Tinggi Raja. Sehingga menghasilkan manfaat baru bagi masyarakat khususnya di Sumatera Utara.

Kata kunci : promosi, objek wisata, kawah putih, Tinggi Raja

ABSTRACT

The " promotion" word has many interpretations and different meaning. But actually, the promotion it self is to tell and to remind something. The purpose is to get the entention of potential consumers or trade imtermediateries with the comunication for them to do something.

Now, The problem is Kawah Putih Tinggi Raja area which isn't realy expost by people in North Sumatera especially Medan. The purpose of this promotion is to introduce Kawah Putih Tinggi Raja with a great promotion idea and get target. For the audience segmentation we can use SWOT analysis method for the strength, weakness, opportunities, threats, and PEST analysis to change the people mind in that area. Fir the creative strategi, we can use AISAS attention to the promotion, intention of the promotion for target audience, looking for promotion, the act based on information known, and variousinformation everyone.

This promotion can give the information for people in Medan, that there is a new tourism destination in North Sumatera, Simalungun district Tinggi Raja. So that promotion can make some new benefith for the people especially North Sumatera.

Key word : promotion, tourism, kawah putih, Tinggi Raja.