

ABSTRAK

Festival cisadane merupakan Festival budaya tahunan yang diselenggarakan tepian sungai Cisadane Kota Tangerang. Festival Cisadane menampilkan prosesi puncak-puncak kreatifitas daerah yang merefleksikan orsinalitas, kemandirian dan kearifan lokal, Karena keberadaannya, sesama warga masyarakat dari etnis yang beragam dapat menghargai satu sama lain, yang berujung pada terpeliharanya toleransi, integritas, rasa persatuan dan kesatuan. Festival Cisadane secara historis lahir dari adanya tradisi Peh Cun atau perahu naga. kurangnya pemahaman terhadap budaya leluhur menjadi penghambat utama upaya pelestarian budaya, karena itu menjadi sangat penting mensosialisasikan kebudayaan yang sudah bisa leluasa tampil. Namun belakangan ini generasi muda hanya melihat hal itu sebagai atraksi dan pertunjukan budaya, Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengamati dan mencari tahu fenomena yang terjadi di Festival Cisadane ini, kemudian membuat kesimpulan dan memberikan solusi atas permasalahan yang terjadi. Metode penelitian menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Maka solusi dari permasalahan tersebut adalah dengan membuat perancangan strategi promosi yang efektif dan efisien, penulis melakukan promosi dengan menggunakan berbagai macam media berdasarkan strategi yang digunakan yaitu AISAS. Penulis menggunakan AISAS berdasarkan analisis dan perkembangan zaman saat ini, strategi yang penulis gunakan ialah menjadikan festiva cisadane menjadi sebuah tren topic denan memanfaatkan target audience itu sendiri sebagai sarana promosi (word of mouth) dengan Media utama website, dan media pendukung yaitu media sosial, poster, billboard, merchandise yang bertujuan menuntun target audience pada media informasi yang lebih lengkap yaitu website festival cisadane itu sendiri

Kata kunci : Pariwisata, Festival Cisadane , Pehcun, Promosi,