

ABSTRAK

Putri, Syifa Devi. 1601160264 (2020). “Perancangan Strategi Media Promosi Destinasi Wisata Bogor” Tugas Akhir. Program Studi Desain Komunikasi Visual Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom.

ABSTRAK

Tujuan penulisan ini adalah untuk branding wisata dari sebuah destinasi wisata, yaitu Devoyage. Devoyage adalah sebuah tempat wisata keluarga di kota Bogor. Saat ini persaingan wisata di kota Bogor banyak yang baru yang telah menjadi bagian pusat berlibur masyarakat Jakarta, sehingga banyak bermunculan wisata alam, wisata keluarga maupun wisata religius atau keagamaan. Oleh karena itu wisata Devoyage muncul dengan suasana yang berbeda yang bernuansa seperti di eropa, bangunannya, maupun spot foto, dan tempat bermain. Namun permasalahannya yang terjadi pada destinasi wisata Devoyage ini kurangnya branding wisata untuk memperkenalkan kepada wisatawan yang hendak berkunjung seperti, kurangnya promosi yang harus sering disebar dan di iklankan, logo wisata, tagline wisata, maupun map peta pengunjung wisata Devoyage. Sebagaimana yang ditulis dalam teori branding, fungsi branding wisata ataupun pariwisata, brand aktifitasi, macam macam branding. Untuk permasalahan yang terjadi destinasi wisata Devoyage adalah kurangnya branding dalam merancang promosi destinasi wisata, namun masih banyak yang belum mengenali wisata Devoyage tempat wisata baru yang mempunyai spot fotonya yang instagrammable. Penelitian ini dilakukan menggunakan metode observasi, kuesioner kepada target audiens dan melakukan survey langsung ke tempat.\

Untuk membangun branding wisata Devoyage diperlukan strategi branding yang tepat dan promosi melalui berbagai media sosial. Untuk itulah penelitian ini diharapkan dapat membangun branding wisata Devoyage sehigga mudah dikenali oleh target audiens sebagai wisata liburan keluarga yang berada di kota Bogor.

Kata Kunci: Destinasi Wisata, Branding, Devoyage, Wisata Keluarga, Bogor.