

ABSTRAK

Penelitian ini membahas perancangan kampanye iklan destinasi wisata Pulau Pahawang melalui kolaborasi dengan brand sunscreen Unitary di Kota Lampung. Pulau Pahawang merupakan destinasi wisata bahari dengan potensi keindahan laut dan kekayaan ekosistem yang tinggi, namun hingga saat ini promosi digitalnya masih belum optimal dan belum memiliki identitas visual yang kuat. Strategi komunikasi yang ada belum mampu menjangkau target audiens muda secara efektif, terutama generasi Z yang sangat aktif di media sosial.

Penelitian ini bertujuan untuk merancang strategi promosi berbasis kolaborasi antara destinasi dan brand yang memiliki nilai keberlanjutan. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan teknik pengumpulan data berupa observasi lapangan, wawancara, kuesioner, dan studi pustaka. Analisis dilakukan menggunakan metode SWOT, AISAS, AOI, dan matriks perbandingan. Hasil penelitian menghasilkan perancangan kampanye promosi yang mengedepankan visual branding, media ATL dan BTL, serta strategi digital yang relevan dengan karakteristik generasi Z.

Kampanye ini diharapkan dapat meningkatkan brand awareness Pulau Pahawang, memperluas segmentasi pasar, serta membangun citra destinasi yang modern dan ramah lingkungan melalui sinergi antara desain komunikasi visual dan nilai edukatif dari produk Unitary.

Kata kunci: Pulau Pahawang, promosi destinasi wisata, desain komunikasi visual, brand awareness, generasi Z, kolaborasi brand, kampanye digital