

ABSTRAK

PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL & IMPLEMENTASI

PADA MEDIA PROMOSI

DESTINASI WISATA CURUG CIHANYAWAR

Oleh :

Alia Rahma Nisa

1601210474

Curug Cihanyawar merupakan salah satu destinasi wisata alam di Kabupaten Garut, Jawa Barat, yang memiliki potensi besar namun belum dimanfaatkan secara optimal. Minimnya kegiatan promosi dan ketiadaan identitas visual menyebabkan rendahnya tingkat kunjungan wisatawan dari luar daerah. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi lapangan, studi pustaka, dan penyebaran kuesioner. Analisis data dilakukan menggunakan pendekatan SWOT dan perbandingan matriks terhadap destinasi wisata serupa. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Curug Cihanyawar memiliki potensi besar sebagai ekowisata dengan daya tarik utama berupa air terjun alami, jalur trekking yang melalui perkebunan teh, serta fasilitas river camp dan off-road. Namun, promosi yang kurang optimal dan belum adanya identitas visual yang kuat menjadi hambatan dalam menarik wisatawan. Perancangan identitas visual dan penguatan strategi komunikasi melalui media sosial, khususnya Instagram, diperlukan untuk meningkatkan citra dan awareness Curug Cihanyawar. Implementasi media promosi visual yang konsisten dan menarik dapat memperkuat persepsi masyarakat terhadap destinasi ini sebagai tujuan wisata yang unik dan layak dikunjungi.

Kata Kunci : Ekowisata, Curug Cihanyawar, Identitas Visual, Media Sosial