

ABSTRAK

Pariwisata internasional saat ini mengalami kecenderungan pergeseran menjadi pariwisata berwawasan lingkungan, konservasi dan pemanfaatan alam, serta lingkungan yang bertanggung jawab (ecotourism dan agritourism). Agrowisata Kebun Teh Gamboeng memiliki nilai historis yang kuat terkait sejarah perkebunan teh di Indonesia, keberadaanya merupakan salah satu kunci dari kesuksesan produksi teh di negara Indonesia. Pengelola Gamboeng, Pusat Penelitian Teh dan Kina (PPTK) merupakan pelaksana riset terhadap pengembangan teknologi teh dan kina terbesar di Asia Tenggara. Meskipun demikian, PPTK Gambung mengalami masalah berkaitan dengan pemasukan melalui sektor agrowisata, karena penanganan melalui promosi belum dilakukan secara serius. Hal ini membangun ketertarikan penulis untuk membantu menyelesaikan masalah-masalah terkait Agrowisata Gamboeng dengan solusi promosi berwawasan Desain Komunikasi Visual. Rangkaian perancangan promosi digarap melalui metode kualitatif dan strategi kreatif berbasis AISAS, disampaikan melalui media utama berupa acara, didukung dengan media digital dan dilengkapi dengan media konvensional menyesuaikan selera target sasaran, remaja akhir tahun berdomisili Kota Bandung, dengan status sosial ekonomi menengah.

Kata Kunci: Perancangan, Promosi, Agrowisata Kebun Teh Gamboeng.