

ABSTRAK

Perancangan Strategi Periklanan Pariwisata

Glamping Legok Kondang

Glamping Legok Kondang merupakan sebuah destinasi wisata penginapan yang mewah di Ciwidey yang saat ini mulai terlupakan oleh masyarakat dikarenakan bertambahnya jumlah destinasi wisata glamping yang baru. Tempat wisatawan yang menawan ini tidak ditunjang dengan logo, tagline dan mascot dan juga memiliki strategi promosi yang minim. Penulisan ini bertujuan untuk memperkuat brand dan merancang promosi yang tepat untuk Glamping Legok Kondang sehingga memiliki *Brand Identity* yang kuat dan mampu untuk meningkatkan *awareness*-nya. Analisis ini menggunakan metode penelitian kualitatif untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian.

Dalam upaya membuat sebuah iklan yang tepat, pesan merupakan sebuah hal yang sangat penting, dalam upaya mendapatkan sebuah pesan maka dilakukanlah metode wawancara secara mendalam terhadap target audience serta membagikan angket kepada para pengunjung yang berada di Glamping Legok kondang, guna mendapatkan sebuah insight dan kemudian dikelola menjadi sebuah pesan yang menarik. Kemudian dalam membuat sebuah iklan yang baik, penelitian ini menggunakan sebuah metode AISAS (*attention, interest, action, dan share*).

Hasil dari penelitian ini adalah terciptanya sebuah rancangan strategi periklanan dan karya visual yang persuasif. Dengan penelitian ini, maka iklan yang sudah dirancang mampu untuk menyelesaikan permasalahan yang sedang dihadapi oleh Glamping Legok Kondang.

Kata Kunci : Destinasi Wisata, Glamping Legok Kondang