

## ABSTRAK

Kawasan Lembang dengan suasana khas pegunungannya merupakan tempat berpotensi sebagai destinasi wisata. Lembang Park & Zoo adalah salah satu destinasi wisata yang turut hadir melengkapi keragaman pariwisata yang ada. Destinasi wisata ini menawarkan wahana seru sambil belajar dengan adanya kebun binatang dengan konsep terbuka dan wahana tamasya asyik lainnya seperti *waterboom*, berkuda, dan panahan. Laporan tugas akhir dengan judul “Perancangan Strategi *Branding* Destinasi Wisata Lembang Park & Zoo” ini bertujuan untuk menginformasikan dan menyampaikan pesan *value* dari kebun binatang ini sebagai kebun binatang yang mengusung tema unik, dilengkapi dengan kelebihan yang dimilikinya. USP (*unique selling point*) tersebut belum tersampaikan secara jelas kepada khalayak sasaran. Maka dari itu, dibutuhkannya sebuah strategi *branding* agar citra Lembang Park & Zoo di benak khalayak terus menempel. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif serta metode pengumpulan data secara observasi, studi pustaka, wawancara, dan kuisioner. Dengan berbagai metode, termasuk metode *branding* di dalamnya, penulis menerapkan strategi media dan visual untuk mendukung perancangan strategi *branding* ini. Hasil akhir dari penelitian ini berupa perancangan media informasi digital.

Kata kunci: Lembang Park & Zoo, kebun binatang, *branding*, destinasi wisata