

ABSTRAK

Air Terjun Pelaruga merupakan salah satu objek wisata alam di Langkat. Suasana nya masih sangat asri, air yang jernih dan area hutan yang masih rimba menambah kesan yang menarik. Untuk melihat Air Terjun dapat dilalui dua jalur yaitu, jalur sungai dan jalur hutan. Air Terjun Pelaruga sudah dibuka sejak Tahun 2011. Awal mula wisata ini ada adalah ketidaksengajaan para komunitas pecinta alam yang berkunjung ke desa Galuh. Wisata Pelaruga memiliki 3 air terjun dengan tingkatan yang berbeda-beda. Salah satu masalah yang melatarbelakangi penelitian ini adalah promosi yang dilakukan oleh Air Terjun Pelaruga belum cukup efektif dalam hal menyampaikan informasi. Sehingga penelitian ini bertujuan agar terancang nya strategi promosi yang tepat dan persuasif yang dapat meningkatkan pengunjung. Metode penelitian yang digunakan adalah pengumpulan data dan analisis data, dimana penulis melakukan pengumpulan data dengan cara melakukan wawancara, observasi, dan studi pustaka. Selanjut nya data yang sudah diperoleh akan penulis analisis menggunakan metode SWOT, AOI, dan AISAS. Perancangan ini dibuat dalam bentuk promosi sosial media juga media pendukung lainnya seperti media event juga beberapa media pendukung lainnya.

Kata Kunci: Destinasi Wisata, Air Terjun Pelaruga, Promosi