

ABSTRAK

PERANCANGAN MEDIA PROMOSI WISATA AGRO BUKIT WARUWANGI

Ayyasy Iyadzillah
1601174392

Bukit Waruwangi menjadi salah satu obyek wisata alam yang diminati masyarakat lokal. Tempat tersebut memiliki lahan sangat luas yang dikembangkan menjadi perkemahan, restoran, penginapan, kolam renang, kafe, dan peternakan. Walaupun sudah terbilang cukup banyak pengunjung lokal, promosi yang dilakukan oleh pihak obyek wisata bisa dibbilang belum mencapai target audiens. Promosi yang dilakukan pada sosial media mereka belum cukup ampuh untuk menarik target audiens yang diinginkan. Padahal, di era seperti ini ada banyak hal yang bisa dilakukan untuk menunjang promosi obyek wisata. Metode pengambilan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi Pustaka, wawancara, dan menyebarkan angket, serta akan dilakukan observasi secara langsung. Responden dalam penelitian ini adalah masyarakat umum termasuk di luar Kota Serang dan praktisi media sosial. Analisis data yang digunakan SWOT dan analisis perbandingan. Tujuan penelitian ini adalah untuk meningkatkan pengunjung Wisata Waruwangi menggunakan media sosial. Hasil akhir yang akan dibuat merupakan konten sosial media untuk menarik dan meningkatkan wisatawan di Bukit Waruwangi dan *merchandise* sebagai pengingat.

Kata Kunci: media sosial, strategi promosi, waruwangi.