

**STRATEGI PROMOSI KAMPUNG MARKISA DENGAN PENDEKATAN
ATTRIBUTE POSITIONING CONCEPT SEBAGAI EDUWISATA DI KOTA
TANGERANG**

Rahmandito Dwiatno

Magister Desain Fakultas Industri Kreatif - Universitas Telkom

rahmanditodwiatno@student.telkomuniversity.ac.id

Abstrak

Kampung Markisa merupakan perwujudan dari kampung tematik yang ada di kota Tangerang. Berawal dari pembentukan gagasan yang khas dan unik berupa program bank sampah untuk meminimalisir terjadinya penumpukan sampah melalui kegiatan yang bermanfaat. Namun semakin banyaknya kampung tematik yang ada di kota Tangerang membuat persaingan dalam memperkenalkan posisi kampungnya semakin masif. Sehingga konsumen dapat memilih tempat wisata sesuai dengan apa yang diharapkannya. Dengan melakukan strategi promosi menggunakan konsep penentuan posisi atribut maka bisa dapat menilai potensi dalam menjalankan promosinya dengan membandingkan para pesaingnya. Metode dalam penelitian ini menggunakan pendekatan dibidang desain yang diperoleh dari aspek imaji melalui observasi, aspek pembuat melalui wawancara, aspek pemirsa melalui kuesioner dan ditunjang aspek teori melalui studi pustaka. Tujuan penelitian untuk memperkenalkan kampung Markisa sebagai kampung wisata edukasi. Hasilnya berupa pembentukan positioning kampung Markisa untuk dapat mempromosikan merek wisatanya. Yang pada akhirnya diharapkan dapat menarik minat calon pengunjung untuk berkunjung ke tempat wisata kampung Markisa.

Kata Kunci: Strategi, Promosi, Penentuan Posisi, Edukasi, Kampung Markisa