

ABSTRAK

Stone garden merupakan objek wisata dengan kategori wisata situs batu. Stone Garden sendiri didirikan pada tanggal 17 September 2014. Awalnya bukan merupakan tempat wisata, namun awalnya merupakan sebuah kelompok yang bertujuan untuk menjaga situs cagar budaya karena kawasan ini merupakan sisa-sisa peninggalan zaman dahulu. Kawasan wisata ini mempunyai hamparan tanah, hamparan tanahnya sendiri terdapat bebatuan yang tidak beraturan. Batuan ini terlihat indah dan membentuk taman alami. Batuan ini diperkirakan terbentuk sejak zaman Miosen sekitar 20-30 juta tahun yang lalu. Alasan penulis dibalik perancangan ini adalah strategi promosi yang dilakukan oleh pihak wisata Stone Garden. Komunikasi visual belum menjadi ruang lingkup desain promosi yang didapat. Seperti media yang disampaikan melalui akun media sosial @stonegarden.official sendiri, dari segi penyampaian komunikasi, desain feed Instagram secara keseluruhan masih kurang dalam aktivitas penyampaian dan informasi kepada target audiensnya serta perlu adanya penambahan informasi yang lebih menarik. Pendekatan terapan untuk perancangan melibatkan pengumpulan informasi melalui observasi dan wawancara, melakukan penelitian di perpustakaan, dan menyebarkan kuesioner. Metodologi ini berupa kampanye promosi yang memanfaatkan media sosial sebagai platform untuk beriklan. Hasilnya, beragam materi seperti Poster, Spanduk, Baliho, Brosur, Desain Web, Feed Instagram, X Banner, dan Video Podcast dihasilkan. Tujuan di balik pembuatan materi promosi Stone Garden ini adalah untuk menarik perhatian dan minat. Akumulasi data akan diperiksa melalui pemanfaatan teknik aias yang pada gilirannya bertujuan untuk memikat pengunjung. Dengan memanfaatkan rangkaian media yang disebutkan di atas, strategi promosi dirancang dengan tujuan utama meningkatkan pengenalan merek.

Kata Kunci : Stone Garden, Promosi Sejarah