

ABSTRAK

Belum adanya kestabilan wisatawan dari dalam dan luar negeri semenjak diadakannya pembatasan, Promosi pada Kampung Lukis Jelekong melalui event yaitu Jelekong Fest kurang efektif karena dibarengi dengan perayaan hari wayang nasional, sehingga potensi yang ditonjolkan hanya wayang. metodologi yang dilakukan pada penelitian ini adalah kualitatif dengan pengumpulan data observasi, studi pustaka, wawancara, dan kuisisioner. Berdasarkan analisis yang sudah dilakukan dalam konten promosi sosial media instagram Kampung Lukis Jelekong masih kurang optimal dalam menggunakan sosial media ini. Dengan feeds Instagram yang kurang informatif kemudian dengan font yang tidak cocok digunakan. Hal ini menyebabkan kurangnya antusiasme dari pengguna Instagram. Berdasarkan pengumpulan data dan analisis yang sudah dilakukan dapat disimpulkan bahwa Kampung Lukis Jelekong memiliki potensi yang baik untuk berwisata akan tetapi kurangnya perhatian dalam bidang promosi dan bersosial media menjadi tantangan untuk objek wisata ini. Oleh karena itu Kampung Lukis Jelekong membutuhkan media promosi brand activation melalui event yang dapat menjadi interaksi langsung dari pihak promotor ke pengunjung yang datang.

Kata kunci: pariwisata, media promosi, event