

ABSTRAK

Bandung memiliki berbagai macam tempat wisata yang bisa dikunjungi seperti tempat wisata bersejarah, tempat wisata alam, dan lainnya yang sudah banyak wisatawan mengulas di sosial media untuk membagikannya ke orang lain. Dengan dibagikannya ulasan tempat wisata di sosial media, orang-orang bisa lebih mudah untuk mengenali tempat wisata yang ingin dikunjungi tanpa takut untuk merasa kecewa.

Salah satu tempat yang memiliki dataran tinggi di Bandung adalah Desa Lebakmuncang terletak di Kecamatan Ciwidey, yang memiliki potensi wisata alam. Desa Lebakmuncang memiliki perkebunan yang luas dan petani di sekitar menanam buah stroberi yang menjadi buah simbolik untuk daerah pegunungan yang dingin. Tidak hanya menanam buah stroberi, petani juga menanam sayur-sayuran seperti selada, selada air, daun sop, dan lainnya. Desa Lebakmuncang terkenal dengan agrowisata yang memiliki berbagai macam perkebunan sayur dan buah.

Namun sangat disayangkan Kebun Stroberi Desa Lebakmuncang belum pernah melakukan strategi promosi *brand activation* seperti melakukan event pameran yang ada seperti di event *West Java Garden Fest*. *West Java Garden Fest* ialah wadah pameran untuk UMKM penghasil kebun seperti teh, kopi, sayur-sayuran.

Pada penelitian ini bisa menghasilkan suatu strategi promosi berbentuk event pameran yang cocok untuk potensi wisata Desa Lebakmuncang dengan target audiens keluarga muda yang suka berlibur menghabiskan waktu bersama keluarga

Kata Kunci : Wisata, Agroedukasi, Desa Lebakmuncang, Stroberi.