

ABSTRAK

Penelitian ini merancang strategi promosi efektif untuk memperkuat brand recognition Bumi Perkemahan Ipukan, destinasi wisata alam di Desa Cisantana, Kuningan, melalui kolaborasi dengan Speeds Indonesia. Meskipun memiliki daya tarik alam yang luar biasa, Bumi Perkemahan Ipukan menghadapi tantangan dalam promosi dan pengenalan merek. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif dan analisis SWOT, AISAS, serta AIO, penelitian ini mengeksplorasi potensi dan tantangan destinasi, serta strategi pemasaran yang inovatif. Proyek ini juga mengembangkan konsep TVC dengan visual sinematik dan narasi dramatis untuk menarik minat audiens muda. Fokus utama adalah memperkuat citra merek melalui co-branding dan meningkatkan eksposur di media digital seperti Instagram dan TikTok. Kolaborasi dengan Speeds Indonesia bertujuan menyediakan fasilitas camping yang lebih nyaman, meningkatkan daya saing, dan menarik lebih banyak pengunjung dari kota-kota besar. Strategi komunikasi yang efektif melalui media digital dan cetak diharapkan dapat membangun loyalitas, menarik minat, dan menciptakan pengalaman emosional mendalam yang menguatkan daya tarik Bumi Perkemahan Ipukan sebagai destinasi wisata alam yang memukau.

Kata Kunci : brand recognition, co-branding, iklan TVC, Ipukan Camping Ground, strategi periklanan.

ABSTRACT

This study designs an effective promotional strategy to strengthen the brand recognition of Bumi Perkemahan Ipukan, a natural tourist destination in Desa Cisantana, Kuningan, through collaboration with Speeds Indonesia. Despite its remarkable natural appeal, Bumi Perkemahan Ipukan faces challenges in promotion and brand awareness. Utilizing a qualitative approach and SWOT, AISAS, and AIO analyses, this research explores the destination's potential and challenges, as well as innovative marketing strategies. The project also develops a TVC concept with cinematic visuals and dramatic narration to attract young audiences. The primary focus is on enhancing brand image through co-branding and increasing exposure on digital platforms such as Instagram and TikTok. The collaboration with Speeds Indonesia aims to provide more comfortable camping facilities, boost competitiveness, and attract more visitors from major cities. An effective communication strategy through digital and print media is expected to build loyalty, generate interest, and create a deep emotional experience that strengthens the appeal of Bumi Perkemahan Ipukan as a stunning natural tourist destination.

Keywords: brand recognition, co-Branding, TVC advertisement, Ipukan Camping Ground, advertising strategy.