

ABSTRAK

Pariwisata dianggap mempunyai peran yang sangat penting dalam pembangunan Indonesia khususnya sebagai salah satu sektor pendapatan daerah maupun negara. Berkembangnya sektor pariwisata Indonesia menunjukkan bahwa Indonesia memiliki potensi yang besar. Salah satu destinasi di Kota Bandung yang memiliki wisata rekreasi dengan beragam satwa yang menarik perhatian dan lingkungannya yang asri yaitu Kebun Binatang Bandung yang merupakan salah satu tempat wisata populer yang menjadi favorit untuk dikunjungi. Kebun Binatang Bandung adalah salah satu kebun binatang tertua di Indonesia dan pulau Jawa dan menjadi tempat rekreasi keluarga, baik dari luar kota ataupun warga lokal. Sayangnya, dalam beberapa tahun terakhir, Kebun Binatang Bandung telah mengalami penurunan pengunjung. Maka dari itu dibutuhkan strategi efektif dalam mempromosikan Kebun Binatang Bandung untuk menarik kembali pengunjung. Salah satunya adalah dengan menggaet brand salah satu minuman favorit Indonesia, Teh Botol Sosro. Tujuan dari penelitian ini adalah didapatkannya strategi kreatif yang tepat untuk Kebun Binatang Tamansari Bandung dan terancang media visual untuk Kebun Binatang Tamansari Bandung sehingga dapat menjadi solusi bagi permasalahan yang terjadi.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan menggunakan metode observasi, wawancara, studi pustaka, dan pengisian kuesioner untuk mengumpulkan data. Penelitian ini membahas perancangan brand attribute Kebun Binatang Bandung sebagai strategi kreatif promosi melalui perancangan media berdasarkan analisis SWOT dan analisis AOI dari target audiens yang dapat meningkatkan kunjungan ke Kebun Binatang Bandung dan dikomunikasikan secara *soft selling* serta tepat sasaran kepada target audiens yang menarik dan informatif, sehingga tertarik untuk berkunjung kembali ke Kebun Binatang Bandung. Teh Botol Sosro adalah salah satu merek teh terpopuler di Indonesia. Teh Botol Sosro memiliki produk yang mudah untuk dikonsumsi dan pula dibeli. Minuman ini pula memiliki identitas diri yang dekat dengan alam. Dengan harga lebih terjangkau dibandingkan dengan produk sejenis, memiliki aroma rasa yang kuat serta, teh botol Sosro sampai saat ini masih menjadi pilihan keluarga dan anak-anak, sehingga dengan penulis menggaet brand ini sebagai salah satu strategi untuk meningkatkan kunjungan wisatawan ke Kebun Binatang Bandung.

Kata kunci: *Kebun Binatang Bandung, Promosi, Teh Botol Sosro*