

## PERANCANGAN MEDIA PROMOSI KABUPATEN PARIWISATA LEBAK

Muhammad Al Bait Sugandani<sup>1</sup>, Risky Yantami Arumsari<sup>2</sup>, Wirania Swasty<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup> Desain Komunikasi Visual, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom, Jl. Telekomunikasi No 1, Terusan Buah Batu – Bojongo Soang, Sukapura, Kec. Dayeuhkolot, Kabupaten Bandung, Jawa Barat, 40257  
albait@student.telkomuniversity.ac.id, rizkiyantami@telkomuniversity.ac.id,  
Wirania@telkomuniversity.ac.id

**Abstrak:** Pariwisata memiliki peran penting dalam perkembangan ekonomi, sosial, budaya, dan lingkungan suatu daerah. Kabupaten Lebak di Provinsi Banten, Indonesia, memiliki potensi pariwisata yang belum dimanfaatkan secara maksimal. Dengan keindahan alam, kekayaan budaya, dan pantai-pantai yang indah, Kabupaten Lebak menawarkan berbagai objek wisata menarik. Namun, karena promosi dan informasi yang kurang efektif, banyak orang belum mengetahui tentang destinasi wisata yang ada di daerah ini. Penelitian ini bertujuan untuk menjadi dasar dalam merancang media promosi dan informasi pariwisata untuk Kabupaten Lebak. Dengan meningkatkan promosi, baik secara langsung maupun melalui platform media digital, diharapkan masyarakat lebih mengenal potensi wisata Kabupaten Lebak. Langkah ini diharapkan bisa meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan, memberikan dampak positif bagi pertumbuhan ekonomi lokal, dan membantu mengurangi tingkat kemiskinan. Oleh karena itu, penelitian ini merupakan langkah awal untuk memperkenalkan potensi pariwisata dan budaya Kabupaten Lebak kepada lebih banyak orang, sekaligus meningkatkan kesadaran akan pentingnya menjaga dan mengembangkan sektor pariwisata dalam pembangunan daerah.

**Kata Kunci :** promosi, merek destinasi, Kabupaten Lebak

**Abstract :** *Tourism significantly contributes to the economic, social, cultural, and environmental development of a region. Lebak Regency, located in Banten Province, Indonesia, holds considerable yet underutilized tourism potential. With its natural beauty, rich cultural heritage, and stunning beaches, Lebak Regency offers a variety of attractive tourist destinations. However, limited promotion and insufficient information about the region's tourism potential have resulted in low public awareness of these destinations. This research aims to lay the groundwork for designing promotional and informational media for Lebak Regency's tourism. By enhancing promotion both directly and through digital platforms, it is anticipated that the public will become more familiar with the tourism potential of Lebak Regency. These efforts are expected to boost tourist visits, positively impact the local economy, and help reduce poverty. Therefore, this research serves as an initial step toward introducing the tourism and cultural assets of Lebak Regency to a broader*

*audience, while also emphasizing the importance of preserving and developing the tourism sector for regional development.*

**Keywords :** promotion, destination branding, Lebak Regency

## PENDAHULUAN

Indonesia, salah satu negara kepulauan terbesar di dunia, memiliki 17.504 pulau yang tersebar di 38 provinsi. Menurut data dari Badan Pusat Statistik dan Kementerian Dalam Negeri, Provinsi Kepulauan Riau memiliki jumlah pulau terbanyak, yaitu 2.408 pulau. Papua Barat berada di posisi kedua dengan 1.945 pulau, diikuti oleh Maluku Utara dengan 1.474 pulau. Sebaliknya, Yogyakarta dan Jambi memiliki jumlah pulau paling sedikit, hanya 19 pulau masing-masing. Indonesia dengan total luas wilayah daratan sekitar 1,91 juta kilometer persegi, dan jumlah penduduk 265 juta jiwa yang terbentang dari Sabang sampai Merauke.

Pariwisata merupakan sektor yang serupa dengan sektor ekonomi lainnya, karena dalam perkembangannya juga memberikan dampak sosial dan ekonomi pada masyarakat (Kaikara, 2020). Dampak ini dapat bersifat positif maupun negatif terhadap kehidupan masyarakat setempat (Nurfitria et al., n.d.). Untuk menghindari dampak negatif, diperlukan perencanaan yang komprehensif, terutama dalam aspek sosial dan ekonomi, agar masyarakat lokal dapat terlibat secara aktif dalam perencanaan dan pengembangan pariwisata. Industri pariwisata di Indonesia telah berkembang pesat dan menjadi fokus utama pemerintah belakangan ini. Pertumbuhan sektor ini berkontribusi positif terhadap peningkatan pendapatan negara (Kumar, 2020). Banyaknya wisatawan yang datang ke berbagai destinasi di Indonesia mendorong pemerintah untuk merancang program-program yang dapat yang mendatangkan wisatawan lokal maupun manca negara.

Menurut informasi dari Dinas Pariwisata Kabupaten Lebak, wilayah ini terletak di Provinsi Banten dengan ibu kota di Rangkasbitung. Kabupaten

Lebak berbatasan dengan Kabupaten Serang dan Tangerang di utara, Jawa Barat di timur, Samudra Hindia di selatan, dan Kabupaten Pandeglang di barat. Kabupaten ini memiliki 28 kecamatan, 340 desa, dan 5 kelurahan. Pusat pemerintahan berada di Kecamatan Rangkasbitung, yang dilalui oleh jalur kereta Jakarta-Merak dan ruas tol Serang-Panimbang. Kabupaten Lebak memiliki luas 304.472 hektare atau 3.044,72 km<sup>2</sup>. Bagian utara adalah dataran rendah, sementara bagian selatan berupa pegunungan, dengan puncak tertinggi di Gunung Halimun yang berbatasan dengan Kabupaten Bogor dan Sukabumi.

Kabupaten Lebak terkenal akan keindahan alamnya, budayanya, dan terutama pantainya. Dengan letak geografis yang unik, Kabupaten Lebak menawarkan potensi pariwisata yang beragam, mulai dari bukit, sungai, gua, hingga garis pantai yang panjang, menjadikan banyaknya objek wisata pantai di daerah ini. Setiap objek alam memiliki potensi wisata yang berbeda-beda, di mana bentang alam menjadi faktor penentu dalam pengembangan wisata alam tersebut. Pada tahun 2023, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Lebak mencatat bahwa 831.296 wisatawan berkunjung ke Kabupaten Lebak.

Dalam perkembangan pariwisata di Kabupaten Lebak, pemerintah turut berperan dalam pengembangan industri pariwisata melalui upaya peningkatan fokus kualitas pada enam destinasi unggulan pariwisata Kabupaten Lebak yang dinamakan "Six Fantastic, Termasuk di dalamnya adalah Suku Baduy, Seba Budaya Baduy, Negeri di Atas Awan Citorek, Kebun Teh Cikuya, Pantai Sawarna, dan Pantai Bagedur. Ke enam destinasi tersebut menjadi fokus utama peningkatan kualitas pariwisata daerah meliputi peningkatan kualitas sarana pendukung, peningkatan sarana prmosi media sosial maupun media konvensioanal, dan juga peningkatan edukasi kepariwisataan terhadap masyarakat lokal sebagai pelaku pariwisata. Tentu saja Pariwisata juga berdampak pada pertumbuhan ekonomi masyarakat lokal

dengan berkembangnya Pariwisata di Kabupaten Lebak dapat melahirkan kluster perekonomian baru bagi masyarakat sehingga mengatasi kemiskinan. namun sayangnya laju pertumbuhan Pariwisata Kabupaten Lebak tidak diiringi dengan media promosi dan informasi yang baik sehingga masih minimnya pengetahuan masyarakat luas mengenai potensi Pariwisata Kabupaten Lebak.

Penelitian ini adalah sebagai dasar dalam perancangan media promosi dan informasi Pariwisata Kabupaten Lebak, agar masyarakat lebih mengenal potensi Pariwisata Kabupaten Lebak dengan cara meningkatkan promosi, baik promosi secara langsung dan juga promosi menggunakan platform media digital sebagai sarana promosi. Hal tersebut dapat meningkatkan Pariwisata dan budaya Kabupaten Lebak.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan bidang desain untuk mengumpulkan dan menganalisis data terkait potensi pariwisata di Kabupaten Lebak. Penelitian dilakukan di Kabupaten Lebak, Provinsi Banten, yang memiliki berbagai objek wisata unggulan seperti Desa Wisata Adat Baduy, Pantai Sawarna, Pantai Binuangeun, dan Pantai Bagedur. Penelitian ini melibatkan beberapa langkah untuk mendapatkan gambaran menyeluruh mengenai pariwisata di Kabupaten Lebak.

Penelitian ini dirancang untuk memahami kondisi terkini dan potensi pengembangan objek wisata di Kabupaten Lebak. Dengan pendekatan deskriptif, penelitian ini berusaha untuk menggambarkan secara rinci aspek-aspek pariwisata yang ada, Termasuk di dalamnya adalah daya tarik wisata, aksesibilitas, fasilitas pendukung, dan lembaga terkait.

Penelitian dilakukan di beberapa lokasi utama di Kabupaten Lebak yang dikenal sebagai destinasi wisata populer. Lokasi-lokasi ini dipilih berdasarkan potensi wisata dan popularitasnya di kalangan wisatawan lokal dan luar daerah.

Subjek penelitian mencakup wisatawan lokal dan luar daerah, masyarakat setempat, serta pejabat dan staf dari Dinas Pariwisata Kabupaten Lebak. Wisatawan yang menjadi responden dalam penelitian ini berusia antara 15 hingga 55 tahun dan berasal dari berbagai latar belakang pekerjaan, seperti pelajar, mahasiswa, karyawan, dan wiraswasta. Selain itu, pejabat dari Dinas Pariwisata Kabupaten Lebak juga diwawancara untuk mendapatkan wawasan mendalam mengenai strategi promosi dan pengelolaan pariwisata di daerah tersebut. Data dikumpulkan melalui tiga metode utama: observasi langsung, wawancara mendalam, dan kuesioner.

Observasi dilakukan untuk mengidentifikasi kondisi terkini dan potensi pengembangan objek wisata di Kabupaten Lebak. Pengamatan dilakukan pada fasilitas, aksesibilitas, dan daya tarik wisata untuk mendapatkan gambaran nyata mengenai infrastruktur dan layanan yang tersedia. Wawancara mendalam dilakukan dengan Kepala Seksi Pariwisata Dinas Pariwisata Kabupaten Lebak, Iwan Setiawan, pada tanggal 20 Juli 2023. Wawancara ini bertujuan untuk mendapatkan informasi mendalam mengenai strategi promosi, tantangan yang dihadapi, dan rencana pengembangan pariwisata di Kabupaten Lebak.

Kuesioner disebarluaskan secara online melalui media sosial kepada 102 responden yang berdomisili di Provinsi Banten atau pernah berkunjung ke Kabupaten Lebak. Kuesioner ini dirancang untuk mengetahui tingkat kesadaran, persepsi, dan preferensi responden terkait pariwisata di Kabupaten Lebak. Pertanyaan dalam kuesioner mencakup demografi responden, minat berwisata, sumber informasi wisata, serta pandangan

mereka tentang kelengkapan dan kualitas informasi pariwisata yang tersedia. Data yang terkumpul dianalisis secara deskriptif untuk mengidentifikasi keunggulan, kekurangan, peluang, dan tantangan dalam perencanaan pariwisata di Kabupaten Lebak. Analisis ini melibatkan penyajian data dalam bentuk grafik dan diagram untuk memudahkan interpretasi dan pemahaman. Hasil observasi, wawancara, dan kuesioner digabungkan untuk memberikan gambaran menyeluruh tentang kondisi dan potensi pariwisata di Kabupaten Lebak. Dari analisis ini, diharapkan dapat ditemukan strategi yang efektif untuk meningkatkan promosi dan pengelolaan pariwisata di daerah tersebut, dan juga menarik wisatawan yang berkunjung dan meningkatkan perekonomian daerah.

## **HASIL DAN DISKUSI**

Hasil observasi yang dilakukan pada akhir tahun 2023 menunjukkan bahwa banyak objek wisata (on), aksesibilitas (Accessibility), fasilitas (Amenities), dan kelembagaan (Ancillary). Destinasi unggulan seperti Desa Wisata Adat Baduy, Panobjek wisata di Kabupaten Lebak sedang dalam tahap perbaikan dan pengembangan oleh Dinas Pariwisata. Kabupaten Lebak memiliki potensi pariwisata yang signifikan, didukung oleh aspek-aspek utama seperti daya tarik wisata (Attraction) Sawarna, dan Pantai Bagedur menjadi favorit wisatawan. Meskipun akses transportasi sudah memadai dan fasilitas pendukung seperti hotel dan rumah makan telah tersedia, promosi pariwisata masih terbatas, dengan sebagian besar informasi hanya disebarluaskan melalui media sosial.

Wawancara dengan Iwan Setiawan, Kepala Seksi Pariwisata Dinas Pariwisata Kabupaten Lebak, mengungkapkan bahwa meskipun potensi pariwisata Kabupaten Lebak besar, kurangnya promosi yang efektif

menghambat pengembangan lebih lanjut. Promosi saat ini lebih fokus pada media sosial Instagram, dengan sedikit penggunaan iklan cetak.

Data dari kuesioner online kepada 102 responden menunjukkan bahwa mayoritas responden mengetahui Kabupaten Lebak dan tertarik pada pariwisata di daerah tersebut. Namun, responden merasa bahwa informasi mengenai pariwisata Kabupaten Lebak masih kurang informatif dan lengkap. Sebagian besar responden mengetahui tentang pariwisata Lebak melalui media sosial dan menganggap bahwa promosi di platform tersebut adalah cara yang paling efektif untuk menarik wisatawan. Hasil ini menunjukkan perlunya strategi promosi yang lebih terintegrasi dan meningkatkan kualitas informasi yang disampaikan kepada publik.

Kurangnya informasi dan penerapan identitas branding di Kabupaten Lebak, serta efektivitas promosi yang rendah, menjadi fokus utama. Kabupaten Lebak bertujuan memperkenalkan potensi wisata alam dan budaya untuk meningkatkan kunjungan wisatawan dan pendapatan daerah. Pesan utama adalah membangun citra pariwisata daerah dengan menonjolkan keindahan alam, budaya, dan ekowisata.

Tujuan pesan dalam promosi pariwisata Kabupaten Lebak meliputi tiga aspek utama: To Inform dengan menyajikan informasi lengkap mengenai destinasi, keindahan alam, dan keberagaman budaya Kabupaten Lebak; To Persuade dengan menonjolkan kekayaan budaya dan potensi pariwisata sebagai daya tarik utama untuk membangun kesadaran dan mendorong masyarakat menjelajahi destinasi tersebut; dan To Remind dengan memanfaatkan media sosial serta media cetak seperti brosur, poster, dan X-banner untuk mengingatkan masyarakat tentang destinasi wisata, serta menggunakan merchandise untuk meningkatkan kesan positif terhadap pariwisata Kabupaten Lebak (Kuang, 2022).

### **Konsep Visual**



Gambar 2 Moodboard

Sumber: Pinterest, 2023

Moodboard yang diambil merupakan berdasarkan referensi di atas yaitu penuh warna dan bersahabat, yang bertujuan sebagai pengingat identitas visual dan juga memberikan kesan ramah terhadap wisatawan (Shuailah et al., n.d.). Berikut beberapa referensi logo yang akan digunakan sebagai bahan acuan pembuatan logo:



Gambar 3 Referensi Logo

Sumber: Pinterest, 2023

Photography memiliki peranan yang sangat penting dalam mempromosikan destinasi pariwisata Kabupaten Lebak, photography juga dapat merepresentasikan keindahan alam, gambar-gambar yang menarik dari pemandangan alam, budaya lokal, dan aktivitas wisata dapat memikat wisatawan untuk berkunjung ke Kabupaten Lebak (Ardabili & Fachrie, 2024).



Gambar 4 Photography  
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Menurut Purba (2017), tipografi dalam materi promosi sangat penting untuk mengomunikasikan pesan secara efektif dan menarik perhatian audiens. Dengan menyampaikan emosi atau suasana hati tertentu, font yang tepat dapat membuat materi promosi lebih menarik. Gaya tekstual seperti Helvetica memberikan kesan tajam dan bersih, Pacifico memberikan kesan hangat dan ramah, sedangkan Raleway menekankan keunikan dan inovasi. Tipografi berkontribusi pada penciptaan materi promosi yang menarik dan efektif dengan memilih jenis, gaya, dan warna font yang tepat.

ABCDEFGHIJKLMN  
OPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmn  
opqrstuvwxyz

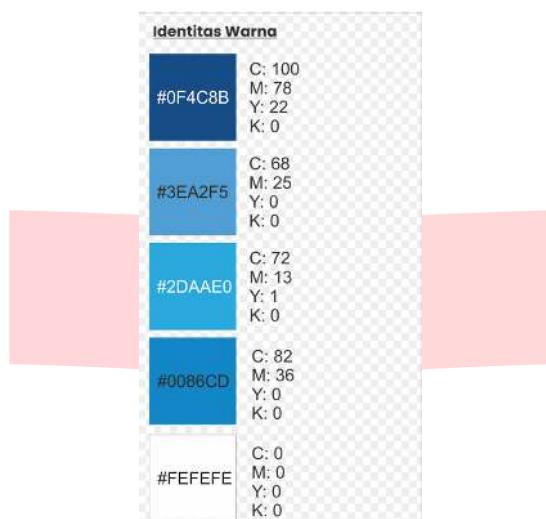
*ABCDEFGHIJKLMN*  
*OPQRSTUVWXYZ*  
*abcdefghijklmn*  
*opqrstuvwxyz*

ABCDEFGHIJKLMN  
OPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmn  
opqrstuvwxyz

Gambar 5 Tipografi  
Sumber: Pinterest, 2023

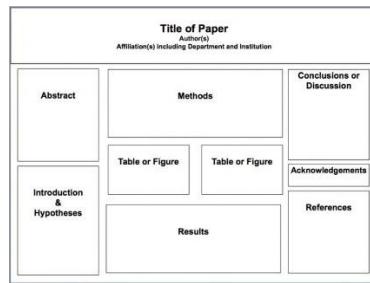
Warna yang terinspirasi dari keindahan alam pesisir Kabupaten Lebak, seperti warna biru laut yang cerah dan segar mencerminkan suasana yang menenangkan dan menyegarkan. Warna biru tua yang memberikan nuansa

alami dan mejadikan ciri khas kain tenun Baduy, warna biru langit yang sesuai dengan lingkungan yang memiliki udara yang segar dan bersih, warna biru menjadi *background* karene merupakan identitas utama dari Kabupaten Lebak yaitu Suku Baduy (Warna & Karja, 2021).



Gambar 6 Palet Warna  
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Konsep dalam perancangan tataletak media promosi pariwisata Kabupaten Lebak menggunakan konsep perpaduan geometri yang kuat didasarkan pada garis-garis lurus, persegi Panjang, dan blok warna yang disusun secara simetris dan teratur, kemudian kontras antara warna-warna yang berbeda dan bidang positif dan negatif yang membuat kesan positif dan dinamis dimana elemen-elemen simetris memberikan struktur yang teratur, sementara elemen-elemen asimetris menambahkan dinamika dan ketidak sempurnaan yang menarik (Yusantiar & Soewardikoen, 2018). Dengan demikian, desain dari tata letak ini selain menarik perhatian, membuat pengalaman visual yang menarik dan bermakna (Wijaya, 2012).



Gambar 7 Layout

Sumber: Central Washington University, 2023

## Hasil Peracangan

### Fotografi

Warna yang terinspirasi dari keindahan alam pesisir Kabupaten Lebak, seperti warna biru laut yang cerah dan segar mencerminkan suasana yang menenangkan dan menyegarkan. Warna biru tua yang memberikan nuansa alami dan mejadikan ciri khas kain tenun Baduy, warna biru langit yang sesuai dengan lingkungan yang memiliki udara yang segar dan bersih, warna biru menjadi *background* karene merupakan identitas utama dari Kabupaten Lebak yaitu Suku Baduy

Tabel 1 Hasil Fotografi

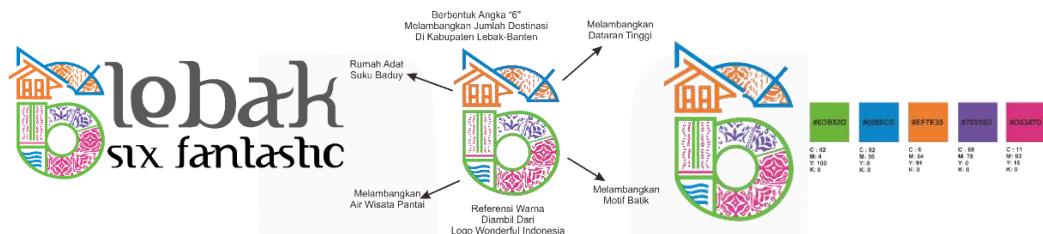
Tempat	Hasil Gambar	Deskripsi
Desa Adat Baduy		Foto ini di ambil pada pagi hari saat berada di Desa Baduy dengan menggunakan Teknik pengambilan gambar yaitu Golden Triangle memanfaatkan garis rumah adat menjadi foreground dan suasana pedesaan menjadi Background.
Negri di Atas Awan Citorek		Foto di ambil saat berada di Negeri Atas Awan Citorek dengan menggunakan Teknik Rule Of Thirds dan juga Centered menjadikan objek manusia sebagai fokus utama dan pembagian sebagian hamparan lautan awan dan satu bagian lagi adalah pepohonan
Pantai Sawarna		Pengambilan foto ikon dari Pantai Sawarna yaitu Pantai Tanjung layer dengan menggunakan Teknik pengambilan gambar menggunakan Rule Of Thirds dimana gugusan batukarang menjadi titik tengahnya dan sebagiannya adalah langit biru

Pantai Bagedur		Pengambilan gambar Pantai Bagedur ini menggunakan Teknik pengambilan gambar menggunakan rule Of Thirds menggabungkan tiga komposisi antara langit, gelombang ombak, dan garis pantai
Kebun Teh Cikuya		Pengambilan gambar kebun Teh Cikuya diambil menggunakan teknik pengambilan gambar Rule of Thirds yang menggabungkan langit dan hamparan kebun teh
Sebabudaya Baduy		Foto dokumentasi saat acara Seba Baduy yang dilakukan di Alun – Alun Rangkasbitung terlihat masyarakat sedang melakukan makan bersama setelah menempuh jarak 40Km berjalan kaki dari desan Baduy

sumber: Dokumentasi Penulis

## Media Utama

### Logo Lebak Six Fantastic



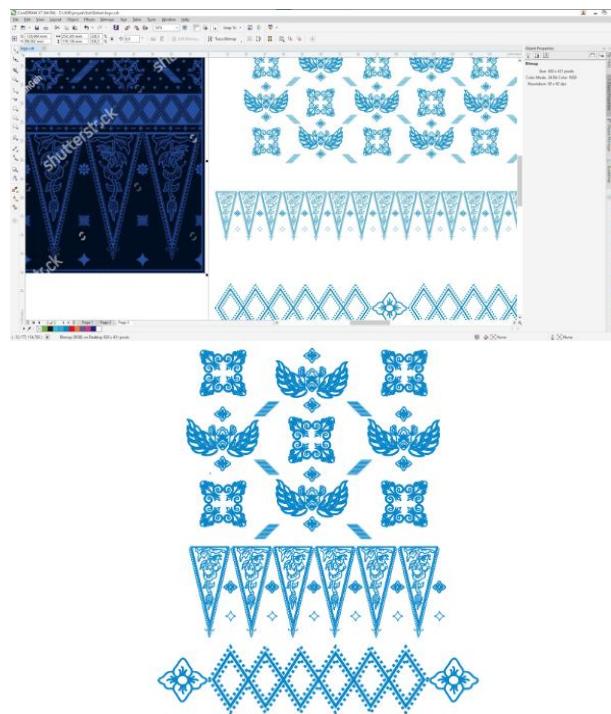
Gambar 8 Logo Lebak Six Fantastic

Sumber: Dokumentasi Penulis

Sesuai dengan peraturan daerah No. 1 Tahun 2016 tentang Rencana Induk Pengembangan Pariwisata Daerah Tahun 2016-2031, Pemerintah Kabupaten Lebak telah mengembangkan program yang dinamakan Six Fantastic. Dengan logo ini, enam destinasi wisata utama akan menjadi fokus utama kegiatan Pariwisata Kabupaten Lebak. Diharapkan logo ini akan menjadi identitas bagi program promosi Pemerintah Kabupaten Lebak yang sedang berjalan. Pemilihan warna tersebut mencerminkan budaya yang khas, keindahan alam, dan keramahan masyarakat Lebak (Nabilah & Sari, 2023).

### Supergraphic

Supergraphic menggunakan motif kain batik baduy yang melambangkan identitas dari Kabupaten lebak yang sudah digunakan sejak lama oleh masyarakat Baduy Kabupaten Lebak (Zhang & Zhong, 2020).



Gambar 9 Perancangan Super Graphic  
Sumber: Dokumentasi Penulis

### Brosur

Brosur Trifold Berisi tentang pengalaman yang bisa dirasakan oleh wisatawan yang berkunjung ke Kabupaten Lebak dengan menggunakan bentuk yang praktis memungkinkan penggunaan yang fleksibel (Mostaghel et al., 2023). Brosur menjadi salah satu media penyampaian promosi yang efisien untuk menjangkau target audiens berisi tentang destinasi apapun yang ada di Kabupaten Lebak dan juga menampilkan objek pariwisata dan juga informasi seputar pariwisata daerah Kabupaten Lebak (Alqahtani & Gupta, 2017).



Gambar 10 Peracangan Brosur  
Sumber: Dokumentasi Penulis

### Antarmuka Website

Hasil rencana berikut adalah model situs. Untuk menguji aspek-aspek tertentu dari solusi desain yang telah dikembangkan selama tahap ide, prototipe dibuat (Soedewi et al., n.d.). dan juga perancang website juga diharapkan agar bisa memudahkan wisatawan yang akan berkunjung dan mencari informasi seputar Kabupaten Lebak sebelum mengunjunginya langsung



Gambar 11 Tampilan Antarmuka Website  
Sumber: Dokumentasi Penulis

## Media Pendukung

Media pendukung dalam promosi pariwisata Kabupaten Lebak mencakup X-Banner dan poster yang ditempatkan di ruang publik untuk menarik perhatian pengunjung, serta feed Instagram untuk menjangkau audiens lebih luas dan meningkatkan kesadaran mengenai destinasi wisata (AMA, 2017). Selain itu, merchandise seperti totebag digunakan untuk promosi sekaligus mengurangi penggunaan plastik, memberikan manfaat tambahan dalam menjaga lingkungan sekitar objek wisata.



Gambar 12 Media Pendukung  
Sumber: Dokumentasi Penulis

## KESIMPULAN

Penelitian ini mengungkap potensi pariwisata Kabupaten Lebak yang signifikan, didukung oleh berbagai objek wisata unggulan seperti Desa Wisata Adat Baduy, Pantai Sawarna, Pantai Bagedur, dan Kebun Teh Cikuya. Meskipun aksesibilitas dan fasilitas pendukung sudah memadai, promosi

pariwisata masih terbatas dan belum optimal. Hal ini mempengaruhi kesadaran dan pengetahuan masyarakat tentang potensi pariwisata daerah.

Berdasarkan hasil observasi, wawancara, dan kuesioner, sebagian besar promosi pariwisata di Kabupaten Lebak saat ini dilakukan melalui media sosial, sedangkan strategi promosi dan branding melalui media cetak masih kurang. Informasi tersebut menunjukkan perlunya pembinaan prosedur promosi yang lebih terpadu dan pemanfaatan media yang lebih luas, baik media cetak maupun produk, untuk meningkatkan kesadaran dan daya tarik industri pariwisata.

Perancangan media promosi yang mencakup fotografi, logo, supergraphic, brosur, dan antarmuka website bertujuan untuk meningkatkan visibilitas dan daya tarik Kabupaten Lebak sebagai destinasi wisata. Penggunaan warna, tipografi, dan desain visual yang sesuai diharapkan dapat menciptakan identitas yang kuat dan menarik bagi wisatawan.

Secara keseluruhan, untuk meningkatkan kunjungan wisatawan dan perekonomian lokal, diperlukan pendekatan yang lebih holistik dalam promosi pariwisata, termasuk peningkatan kualitas informasi dan penggunaan berbagai platform promosi yang efektif. Strategi yang diusulkan bertujuan untuk membangun citra pariwisata Kabupaten Lebak yang positif dan menarik, serta memanfaatkan potensi wisata alam dan budaya secara optimal.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alqahtani, A. Y., & Gupta, S. M. (2017). Warranty as a marketing strategy for remanufactured products. *Journal of Cleaner Production*, 161, 1294–1307. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2017.06.193>

- Ardabili, M. Y., & Fachrie, M. (2024). Pengembangan Sistem Pemesanan Jasa Fotografi dengan Integrasi Payment Gateway Berbasis Android. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 6(1), 54–64.  
<https://doi.org/10.47233/jteksis.v6i1.1095>
- Kaikara, O. (2020). Tourism Development Strategy. *International Journal Papier Public Review*, 1(2), 20–25.  
<https://doi.org/10.47667/ijppr.v1i2.15>
- Kuang, J. (2022). Research on the Marketing Strategy of Pinduoduo—Based on the STP and 4Ps Methods. *Proceedings of the 2022 7th International Conference on Social Sciences and Economic Development (ICSSED 2022)*, 652(lcssed), 2128–2133.  
<https://doi.org/10.2991/aebmr.k.220405.359>
- Kumar, V. (2020). Indian Tourism Industry and COVID-19: Present Scenario. *Journal of Tourism and Hospitality Education*, 10, 179–185.  
<https://doi.org/10.3126/jthe.v10i0.28768>
- Mostaghel, R., Oghazi, P., & Lisboa, A. (2023). The transformative impact of the circular economy on marketing theory. *Technological Forecasting and Social Change*, 195(June 2022), 122780.  
<https://doi.org/10.1016/j.techfore.2023.122780>
- Nabilah, J. P., & Sari, H. (2023). Identifikasi Profil Pelanggan Restoran berdasarkan Variabel Lifestyle dengan Activities, Interest, and Opinion (AIO) Approach. *Journal of Research in Industrial Engineering and Management*, 1(1), 20–30. <https://doi.org/10.61221/jriem.v1i1.6>
- Nurfitria, L., Arumsari, R. Y., & Ds, S. (n.d.). *PERANCANGAN BUKU FOTOGRAFI PANDUAN WISATA UJUNG GENTENG, SUKABUMI DESIGNING PHOTOGRAPHY BOOKS BASED TOURISM GUIDE BOOK IN UJUNG GENTENG, SUKABUMI*. [https://en.wikipedia.org/wiki/Ujung\\_Genteng](https://en.wikipedia.org/wiki/Ujung_Genteng)

Purba, R. (2017). Tipografi Kreasi Dari Motif Ukir Melayu Deli. *PROPORSI : Jurnal Desain, Multimedia Dan Industri Kreatif*, 3(1), 55–67.

<https://doi.org/10.22303/proporsi.3.1.2017.55-67>

Shuailah, A. S., Soewardikoen, W., & Lukito, W. (n.d.). *PERANCANGAN BRAND IDENTITY DAN MEDIA PROMOSI TIM SEPAKBOLA PSB BOGOR DESIGN OF BRAND IDENTITY AND PROMOTIONAL MEDIA FOR PSB BOGOR FOOTBALL TEAM*.

Soedewi, S., Mustikawan, A., & Swasty, W. (n.d.). *Penerapan Metode Design Thinking Pada Perancangan Website UMKM Kirihi*.

Warna, M., & Karja, W. (2021). *PROSIDING BALI-DWIPANTARA WASKITA (Seminar Nasional Republik Seni Nusantara)*. 110–116.

Wijaya, B. S. (2012). *The Development of Hierarchy of Effects Model in Advertising-IRJBS*. 5(1), 1–7.

Yusantiar, R., & Soewardikoen, D. W. (2018). Perancangan Identitas Visual untuk Promosi Pariwisata Kabupaten Rembang. *ANDHARUPA: Jurnal Desain Komunikasi Visual & Multimedia*, 4(02), 207–220.

<https://doi.org/10.33633/andharupa.v4i02.1626>

Zhang, X., & Zhong, Z. J. (2020). Extending media system dependency theory to informational media use and environmentalism: A cross-national study. *Telematics and Informatics*, 50(August 2019), 101378.

<https://doi.org/10.1016/j.tele.2020.101378>