

## ABSTRAK

Perancangan strategi promosi Taman Safari Indonesia II sebagai upaya peningkatan brand loyalty ini dilakukan dengan latar belakang kebutuhan akan strategi promosi yang cukup penting dan tidak hanya sebagai penunjang pemasaran tetapi juga semakin berkembang dengan munculnya kompetitor-kompetitor di bidang wisata satwa. Oleh karena itu diperlukan sebuah strategi perancangan yang baik agar dapat menjadi sebuah strategi promosi yang efektif dalam menyampaikan penawaran yang diberikan oleh Taman Safari Indonesia II Prigen-Jawa Timur tersebut. Tujuan dari strategi perancangan adalah untuk menarik minat para khalayak agar berwisata di Taman Safari Indonesia II Prigen-Jawa Timur.

*Kata Kunci: Desain Grafis, Strategi Komunikasi, Iklan, Audio Visual*

Surabaya, 11 Juli 2012

Jessy Octavia Andrele