

ABSTRAK

Kawasan wisata Tanjung Papuma belum pernah dipromosikan secara efektif ke masyarakat melalui media sehingga masih banyak wisatawan yang belum tahu tentang keberadaan wisata Tanjung Papuma. Dilihat dari segi fisik, kondisi alam Tanjung Papuma masih terbilang asli dan atribut-atribut yang dimiliki Tanjung Papuma juga beragam, selain menyuguhkan keindahan pantai wisata Tanjung Papuma juga memiliki jajaran bukit yang indah, ditambah dengan keberagaman batu malikan yang unik. Memiliki perpaduan alam yang eksotis membuat tempat wisata unggulan di Jember ini siap dijual kemasyarakat. Wisata Tanjung Papuma termasuk dalam kategori ekowisata, yaitu sebuah konsep wisata alam yang lokasinya relatif masih belum terganggu atau terkontaminasi (tercemari) dengan tujuan untuk mempelajari, mengagumi, dan menikmati pemandangan, tumbuh-tumbuhan dan satwa liar, serta bentuk-bentuk manifestasi budaya masyarakat yang ada. Agar wisata ini ramai dikunjungi wisatawan maka dibutuhkan sebuah strategi promosi wisata yang tepat dan terintegrasi sehingga banyak masyarakat lokal maupun luar yang mengenal serta mau berwisata ke tempat wisata Tanjung Papuma. Dalam membuat perancangan media promosi wisata yang efektif maka dilakukan analisis-analisis untuk mengatasi permasalahan yaitu riset persepsi masyarakat terhadap wisata alam, khususnya wisata alam pantai di Tanjung Papuma, pemilihan target audiens, pengelompokan segmentasi pasar dan riset tentang output media promosi yang akan digunakan. Pencapaian tersebut akan disimpulkan untuk mendapatkan visual dan pemasaran yang tepat sesuai dengan pasar yang berpotensi.

Kata Kunci: Wisata, Promosi, Brand Awareness