



Contents lists available at [Journal IICET](#)

JRTI (Jurnal Riset Tindakan Indonesia)

ISSN: 2502-079X (Print) ISSN: 2503-1619 (Electronic)

Journal homepage: <https://jurnal.iicet.org/index.php/jrti>



Penguatan branding pariwisata kabupaten lebak melalui desain media promosi kreatif

Saftrian Mukhlizul Fuad^{*1}, Rd Muhammad Sopian Putra Pratama², Amy Maulid³

¹Universitas Negeri Padang

²Institut Pendidikan Indonesia

³Institut Seni Indonesia Padang Panjang

Article Info

Article history:

Received Sep 13th, 2025

Revised Sep 30th, 2025

Accepted Oct 20th, 2025

Keyword:

Pariwisata
Promosi Kreatif
Budaya

ABSTRACT

Pariwisata memiliki kontribusi besar terhadap perkembangan ekonomi, budaya, sosial maupun lingkungan suatu wilayah. Kabupaten Lebak di Provinsi Banten menyimpan potensi wisata yang kaya, namun belum sepenuhnya dioptimalkan. Dengan panorama alam, kekayaan budaya, serta deretan pantai yang memikat, Lebak sebenarnya menawarkan destinasi yang menarik untuk dikunjungi. Sayangnya, keterbatasan promosi dan kurangnya penyebaran informasi membuat banyak orang belum mengenal potensi wisata daerah ini. Penelitian ini hadir sebagai langkah awal dalam merancang strategi promosi kreatif dan media informasi pariwisata Kabupaten Lebak. Melalui penguatan promosi kreatif baik secara langsung maupun lewat platform digital diharapkan masyarakat luas dapat lebih mengenal keindahan dan keunikan Lebak. Upaya ini diharapkan mampu mendorong peningkatan jumlah kunjungan wisatawan, memberi dampak positif pada pertumbuhan ekonomi lokal, sekaligus membantu mengurangi tingkat kemiskinan. Pada akhirnya, penelitian ini juga bertujuan menumbuhkan kesadaran akan pentingnya menjaga serta mengembangkan pariwisata sebagai bagian integral dari pembangunan daerah



© 2025 The Authors. Published by IICET.

This is an open access article under the CC BY-NC-SA license

(<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0>)

Corresponding Author:

Saftrian Mukhlizul Fuad,
Universitas Negeri Padang
Email: Saftrian@unp.ac.id

Introduction

Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2023 tentang Luas Daerah dan Jumlah Pulau Menurut Provinsi, bahwa Indonesia adalah salah satu negara kepulauan terbesar di dunia yang memiliki ribuan pulau dan terletak di berbagai provinsi, mulai dari Sabang sampai Merauke.. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik dan Kementerian Dalam Negeri, Provinsi Kepulauan Riau tercatat memiliki jumlah pulau terbanyak, disusul Papua Barat di urutan kedua, dan Maluku Utara di posisi ketiga. Sebaliknya, provinsi dengan jumlah pulau paling sedikit adalah Yogyakarta dan Jambi. Secara keseluruhan, Indonesia memiliki daratan seluas 1,91 juta kilometer persegi dengan jumlah penduduk mencapai sekitar 265 juta jiwa.

Pariwisata merupakan konsep yang bersifat multidimensi, sehingga dipahami dan digunakan dengan sudut pandang yang berbeda oleh para praktisi sesuai dengan tujuan masing-masing (Riani, 2021). Tidak heran jika para ahli memberikan definisi yang beragam mengenai pariwisata, yang secara garis besar

pariwisata adalah aktivitas perjalanan yang dilakukan seseorang dalam jangka waktu sementara, berpindah dari satu tempat ke tempat lain dengan perencanaan tertentu (Singgalen, 2025). Tujuannya bukan untuk mencari nafkah, melainkan untuk rekreasi, bersantai, atau memenuhi kebutuhan hiburan yang beragam (Ratmaji, 2025). Industri pariwisata di Indonesia terus mengalami pertumbuhan yang pesat dan dalam beberapa tahun terakhir menjadi salah satu perhatian utama pemerintah. Perkembangan sektor ini memberikan kontribusi signifikan terhadap peningkatan pendapatan negara (Fadilla, 2024).

Salah satu destinasi wisata di Indonesia adalah Kabupaten Lebak terletak di Provinsi Banten, dengan ibu kota di Rangkasbitung. Kabupaten ini berbatasan dengan Kabupaten Serang dan Tangerang di bagian utara, Jawa Barat di timur, Samudra Hindia di selatan, serta Kabupaten Pandeglang di bagian barat. Wilayah Kabupaten Lebak terdiri dari 28 kecamatan, 340 desa, dan 5 kelurahan. Pusat pemerintahannya berada di Kecamatan Rangkasbitung yang strategis karena dilalui jalur kereta api Jakarta-Merak dan jalan tol Serang-Panimbang. Keseluruhan luas wilayah Kabupaten Lebak mencapai sekitar 304.472 hektare atau setara dengan 3.044,72 km². Bagian utara wilayahnya berupa dataran rendah, sedangkan bagian selatan didominasi oleh gunung-gunung, termasuk Gunung Halimun yang menjadi titik tertinggi di sana dan berbatasan langsung dengan Kabupaten Bogor dan Sukabumi. (Lebak, 2025).

Kabupaten Lebak dikenal dengan kekayaan alam, budaya, serta deretan pantainya yang menawan. Dengan kondisi geografis yang khas, wilayah ini memiliki potensi pariwisata yang beragam, mulai dari perbukitan, aliran sungai, gua, hingga garis pantai yang luas, sehingga menjadikan pantai sebagai salah satu daya tarik utama. Setiap lanskap alam menghadirkan karakteristik berbeda yang memengaruhi arah pengembangan wisata di daerah tersebut. Berdasarkan data Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Lebak, pada tahun 2023 tercatat sebanyak 831.296 wisatawan telah berkunjung ke daerah ini.

Dalam pengembangan pariwisata daerah, strategi branding destinasi sangat penting untuk membentuk gambaran dan identitas tempat wisata di benak para pengunjung. Branding destinasi bukan hanya tentang membuat logo atau slogan, tetapi juga tentang menciptakan kesan yang baik melalui tampilan visual, pengalaman berwisata, serta pemantapan pesan yang konsisten (Tarunajaya et al., 2025). Brand yang bagus perlu didukung oleh iklan yang menarik dan bisa menyampaikan pesan dengan baik. Desain media promosi yang menarik dan konsisten bisa memperkuat perasaan positif serta meningkatkan gambaran baik tentang suatu tempat tujuan (Abni et al., 2023). Di Kabupaten Lebak, penggunaan media digital dan media konvensional dengan pendekatan desain yang kreatif menjadi cara efektif untuk memperkenalkan keindahan alam dan budaya setempat kepada masyarakat lebih luas. Mengatakan bahwa suksesnya branding tempat tidak hanya ditentukan oleh strategi komunikasi, tapi juga oleh partisipasi masyarakat setempat dalam menjaga dan memperkenalkan nilai-nilai daerah tersebut (Astari et al., 2025). Oleh karena itu, memperkuat branding pariwisata Kabupaten Lebak dengan desain media promosi yang kreatif diharapkan tidak hanya membentuk gambaran destinasi yang menarik bagi para wisatawan, tetapi juga meningkatkan rasa bangga serta keterlibatan masyarakat dalam mendukung perkembangan pariwisata daerah secara berkelanjutan.

Dalam perkembangannya, pemerintah Kabupaten Lebak berperan penting dalam mengembangkan sektor pariwisata melalui program "Six Fantastic" yang menyoroti enam destinasi unggulan, yaitu Suku Baduy, Seba Budaya Baduy, Negeri di Atas Awan Citorek, Kebun Teh Cikuya, Pantai Sawarna, dan Pantai Bagedur. Fokus pengembangan tidak hanya pada peningkatan sarana pendukung, tetapi juga pada penguatan promosi lewat media sosial dan media konvensional, serta edukasi kepada masyarakat lokal agar semakin terlibat sebagai pelaku pariwisata. Kehadiran pariwisata ini memberi manfaat nyata bagi masyarakat, khususnya dalam membuka peluang ekonomi baru dan membantu menekan angka kemiskinan. Meski demikian, pertumbuhan pariwisata di Kabupaten Lebak masih belum maksimal karena keterbatasan media promosi dan informasi, sehingga banyak potensi wisata yang belum dikenal secara luas. Penelitian ini menjadi langkah awal dalam merancang media promosi dan informasi pariwisata Kabupaten Lebak, dengan tujuan agar potensi wisata daerah ini semakin dikenal masyarakat. Upaya promosi dilakukan tidak hanya secara langsung, tetapi juga melalui pemanfaatan platform digital sebagai sarana utama. Melalui strategi ini, diharapkan daya tarik pariwisata dan kekayaan budaya Kabupaten Lebak dapat lebih terangkat dan memberi dampak positif bagi perkembangannya.

Method

Metode penelitian ini yaitu kualitatif dan design thinking sebagai metode pendekatan dalam penelitian ini yang bertujuan untuk mengumpulkan dan menganalisis data terkait potensi pariwisata di Kabupaten Lebak. Pendekatan kualitatif dipilih karena memungkinkan peneliti menggali fenomena sosial secara mendalam dengan memahami konteks dan tindakan yang dilakukan oleh peserta (Nartin et al., 2024). Selain itu, design thinking digunakan karena dianggap sangat relevan dan mudah diterapkan dalam proses desain komunikasi

visual, mulai dari mengenali masalah hingga proses penyelesaiannya (Brown, 2008). Design thinking merupakan metode pendekatan yang digunakan sebagai pendekatan perancangan karena dianggap paling relevan dan aplikatif dalam proses desain, dimulai dari tahapan identifikasi permasalahan hingga penyelesaiannya (Listya, 2025). Penelitian ini dilakukan di Kabupaten Lebak, Provinsi Banten, yang dikenal memiliki sejumlah destinasi unggulan seperti Desa Wisata Adat Baduy, Pantai Sawarna, Pantai Binuangeun, dan Pantai Bagedur. Melalui serangkaian tahapan, penelitian ini berupaya memberikan gambaran menyeluruh mengenai kondisi dan potensi pariwisata di wilayah tersebut.

Penelitian ini dirancang untuk memahami kondisi terkini sekaligus menggali potensi pengembangan objek wisata di Kabupaten Lebak. Fokus penelitian mencakup berbagai aspek pariwisata, mulai dari daya tarik destinasi, aksesibilitas, fasilitas pendukung, hingga peran lembaga terkait. Penelitian dilakukan di sejumlah lokasi utama yang populer di kalangan wisatawan, dengan pemilihan lokasi berdasarkan potensi serta tingkat kunjungan.

Subjek penelitian melibatkan wisatawan lokal maupun luar daerah, masyarakat setempat, serta pejabat dan staf Dinas Pariwisata Kabupaten Lebak. Pemilihan subjek dilakukan secara purposive sampling, yaitu berdasarkan partisipasi langsung dalam kegiatan pariwisata dan promosi daerah. Purposive sampling adalah metode mengambil sampel yang sudah ditentukan dengan alasan tertentu, di mana peneliti memilih peserta secara sengaja berdasarkan ciri-ciri tertentu yang terkait erat dengan tujuan penelitian (Soewardikoen, 2021). Responden wisatawan berusia antara 15 hingga 55 tahun dengan latar belakang pekerjaan yang beragam, seperti pelajar, mahasiswa, karyawan, dan wiraswasta. Selain itu, wawancara juga dilakukan dengan pihak Dinas Pariwisata untuk memperoleh gambaran lebih mendalam mengenai strategi promosi dan pengelolaan pariwisata di daerah ini. Data diperoleh dengan tiga cara utama, yaitu melalui pengamatan langsung, wawancara yang dalam, dan distribusi kuesioner.

Observasi langsung merupakan metode analisis yang memungkinkan peneliti memahami kondisi lingkungan fisik, seperti tata letak ruangan, peralatan, dokumen yang digunakan, serta alur proses dan hambatan yang muncul (Sari, 2025). Metode ini juga menjadi salah satu strategi pengumpulan data yang efektif dalam menganalisis suatu sistem. Kegiatan dilakukan untuk melihat secara langsung kondisi terkini sekaligus mengidentifikasi potensi pengembangan objek wisata di Kabupaten Lebak. Fokus pengamatan meliputi fasilitas, aksesibilitas, dan daya tarik wisata guna memperoleh gambaran nyata mengenai infrastruktur serta layanan yang tersedia.

Selain itu, wawancara mendalam juga dilakukan bersama Kepala Seksi Pariwisata Dinas Pariwisata Kabupaten Lebak, Iwan Setiawan. Wawancara adalah metode wawancara adalah salah satu metode paling umum dalam pengumpulan data kualitatif. Meski tampak sederhana karena mirip dengan percakapan sehari-hari, pada kenyataannya wawancara penelitian membutuhkan teknik khusus dan tidak sesederhana obrolan biasa (Fadila, 2025). Wawancara ini bertujuan menggali informasi lebih detail terkait strategi promosi, tantangan yang dihadapi, serta rencana pengembangan pariwisata di wilayah tersebut.



Gambar 1. Kegiatan Wawancara Kepala Seksi Pariwisata Dinas Pariwisata Kabupaten Lebak

Kuesioner disebarluaskan secara daring melalui media sosial kepada 102 responden yang berdomisili di Provinsi Banten atau pernah mengunjungi Kabupaten Lebak. Instrumen ini dirancang untuk menggali tingkat kesadaran, persepsi, dan preferensi responden mengenai pariwisata di daerah tersebut (Romdona, 2025). Pertanyaan yang diajukan mencakup data demografis, minat berwisata, sumber informasi yang digunakan, serta penilaian mereka terhadap kelengkapan dan kualitas informasi pariwisata yang tersedia.

Data yang diperoleh dianalisis secara deskriptif untuk mengidentifikasi keunggulan, kelemahan, peluang, dan tantangan dalam pengembangan pariwisata Kabupaten Lebak. Hasil analisis kemudian disajikan dalam bentuk grafik dan diagram guna memudahkan interpretasi. Selanjutnya, temuan dari observasi, wawancara, dan kuesioner dipadukan untuk menyajikan gambaran menyeluruh mengenai kondisi dan potensi pariwisata. Dari sinilah diharapkan dapat dirumuskan strategi promosi dan pengelolaan yang lebih efektif guna meningkatkan kunjungan wisatawan sekaligus mendorong pertumbuhan ekonomi daerah.

Results and Discussions

Batasan lokasi wisata yang menjadi sampel dalam penelitian ini yaitu pertama adalah wisata baduy, pantai sawarna, pantai bagedur, kebun teh cikuya dan gunung luhur yang menjadi objek wisata pilihan. Kabupaten Lebak memiliki potensi yang besar dan berpeluang dalam bidang Pariwisata alam mau pun budaya, sesuai dengan Peraturan Daerah (PERDA) Kabupaten Lebak Nomor 1 Tahun 2016 Tentang Rencana Induk Pembangunan Ke Pariwisata Daerah Tahun 2016-2031 Hal ini yang menjadi target peningkatan Pariwisata daerah kabupaten lebak, menjadi salah satu fokus utama pemerintah daerah dalam peningkatan kunjungan wisatawan. Data jumlah wisatawan yang berkunjung ke Kabupaten Lebak menurut Badan Pusat Statistik Kabupaten Lebak pada tahun 2019-2020 mencapai 750,641 wisatawan yang berkunjung ke Kabupaten Lebak, dan pada tahun 2023 mencapai angka 831,296 wisatawan yang berkunjung ada peningkatan jumlah wisatawan yang berkunjung ke Kabupaten Lebak disetiap tahunnya. Berikut adalah tabel golongan sampel yang diambil untuk pengumpulan data.

Golongan Sampel Lokasi Wisata

Baduy



Gambar 2 Suku Baduy

Suku Baduy adalah masyarakat adat yang termasuk dalam sub-etnis Sunda yang tinggal di daerah pedalaman Lebak, Banten. Mereka dikenal dengan cara menjaga dan melestarikan tradisi leluhur, terutama di wilayah Baduy Dalam. Mereka juga hidup terpencil dan terpisah dari dunia luar. Salah satu tradisi penting yang mereka jalani adalah Seba Baduy, yaitu ritual tahunan dengan cara berjalan kaki menuju pusat pemerintahan untuk menyerahkan hasil panen serta memohon restu dan perlindungan, yang menjadi simbol kesetiaan dan usaha melestarikan budaya mereka.

Pantai Bagedur



Gambar 3 Pantai Bagedur

Pantai Bagedur yang berada di Kecamatan Malingping, sekitar 115 km dari Kota Rangkasbitung, sering dikunjungi wisatawan. Daya tarik pantai ini tidak hanya karena panjangnya mencapai sekitar 10 km, tetapi juga karena lebarinya dan kelandaiannya yang memungkinkan area pantai digunakan sebagai lokasi balap motor.

Pantai Sawarna



Gambar 4 Pantai Sawarna

Pantai Sawarna terletak di desa Sawarna, kecamatan Bayah, Kabupaten Lebak, Provinsi Banten. Desa wisata ini sedang populer di kalangan wisatawan dalam negeri dan luar negeri karena memiliki banyak wisata yang beragam. Banyak wisatawan lokal yang datang dari berbagai kota seperti Tangerang, Jakarta, Bogor, Depok, Bandung, dan sekitarnya. Selain memiliki pemandangan pantai yang indah, lokasi Sawarna juga mudah diakses menggunakan kendaraan pribadi seperti motor dan mobil, sehingga menjadi pilihan alternatif untuk berlibur. Desa Sawarna terkenal dengan pemandangan alam yang menarik, seperti pegunungan, goa, sungai, dan pantai dengan pasir putihnya. Kawasan Pantai Sawarna mencakup area dari Pantai Pulo Manuk sampai Pantai Karang Taraje.

Kebun Teh Cikuya



Gambar 5 Kebun Teh Cikuya

Objek wisata perkebunan teh cikuya sudah dibuka sejak 2006 dan dikelola oleh PT. Harendong Green Farm luas area perkebunan teh seluas 120 hektar sehingga terlihat luas saat berkunjung ke perkebunan teh Cikuya pengunjung bisa menyaksikan keindahan perkebunan teh yang membentang dan berjajar rapih serta ditambah udara khas pegunungan yang sejuk.

Gunung Luhur



Gambar 6 Gunung Luhur

Gunung Luhur adalah destinasi wisata di Banten yang mendadak populer secara tidak disengaja. Popularitasnya tidak karena jalur pendakian yang sulit, namun karena pemandangan yang indah dari puncak gunung tersebut. Gunung ini menjadi viral dan dikenal dengan julukan 'negeri di atas awan'. Julukan ini muncul karena daerah lerengnya selalu tertutup awan. Dari puncak, hanya terlihat lapisan awan putih tebal. Keindahan ini lalu viral melalui foto-foto di media sosial. Seiring waktu, Gunung Luhur yang awalnya hanya bukit biasa kini menjadi destinasi wisata sederhana namun memiliki nilai tinggi.

Hasil observasi menunjukkan bahwa banyak objek wisata di Kabupaten Lebak saat ini tengah mengalami perbaikan dan pengembangan oleh Dinas Pariwisata setempat. Secara geografis, Kabupaten Lebak memiliki posisi strategis yang mendukung potensi wisatanya. Pengembangan tersebut ditopang oleh empat aspek utama pariwisata atau dikenal dengan konsep 4A, dimana yang dimaksud 4A adalah daya tarik (Attraction), aksesibilitas (Accessibility), fasilitas (Amenities), dan kelembagaan (Ancillary) yang menjadi unsur penting dalam pemasaran pariwisata daerah (Pratiwi, 2023). Adapun data proyeksi sejenis digunakan sebagai dasar acuan dalam pengembangan konsep desain logo, sehingga arah visual yang dihasilkan tetap relevan dengan karakter dan identitas pariwisata Kabupaten Lebak.







Tabel 1. Tabel Analisis Data Matrx Proyek Sejenis

	Kabupaten Lebak	Kabupaten Cianjur	Kabupaten Garut
Logo			
Daya Tarik Pariwisata	Kabupaten Lebak memiliki pantai-pantai yang menarik seperti pantai sawarna Kabupaten Lebak juga memiliki potensi wisata budaya dengan adanya berbagai acara tradisional, seperti upacara adat Seren Taun Baduy, kesenian lokal dan vestifal budaya.	Cianjur termasuk salah satu kota di Jawa Barat yang menjadi favorit para wisatawan. Cianjur memiliki gugusan pegunungan seperti Gunung Gede Pangrango, Kebun Raya Cibodas, dan Situs Gunung Padang. Kemudian Cianjur juga memiliki beberapa pariwisata curug seperti, Curug Ciismun, Curug Cikondang, dan Telga Biru. Untuk wisata pantai Cianjur memiliki salah satu pantai yang terletak di selatan wilayahnya yaitu pantai Jayantai.	Tempat wisata di Garut cukup beragam mulai dari wisata air panas seperti wisata Cipanas Garut, Pemandian Air Panas Darajat Garut. Dan juga wisata air terjun seperti Curug Orok dan Curug Sang Hyang Taraje. Garut juga terkenal dengan beberapa destinasi wisata pegunungan seperti Gunung Papandayan, Kawah Kamojang, dan Kawah Talaga Bodas. dan wisata panatai
	Tersedianya akses jalan Tol Serang- Panimbang yang melintasi	Beberapa objek wisata baru di Kabupaten Cianjur terutama di wilayah Cianjur Selatan masih harus	Infrastruktur pendukung pariwisata garut terbilang sudah cukup memadai mengingat letak Kabupaten Garut yang

	Kabupaten Lebak Kabupaten Lebak, Sudah tersedianya akomodasi penginapan dan rumah makan, tempat ibadah seperti masjid dan mushola di beberapa tempat wisata, terdapat angkutan umum seperti Damri	Kabupaten Cianjur melalui medan jalan yang sulit dilalui tidak kendaran roda dua dan roda empat, meskipun objek wisata di Cianjur memuakau. Tersedia juga akomodasi pendukung pariwisata seperti hotel, rumah makan, toko oleh-oleh dan sarana informasi untuk pariwisata Cianjur	Kabupaten Garut tidak jauh dari Ibu Kota Provinsi Jawa Barat Bandung hal itu yang menjadikan pariwisata garut terbilang sudah cukup maju dari segi infrastuktur pendukung Pariwisata
--	--	--	---

Berikut merupakan perbandingan promosi media sosial antara Dinas Pariwisata Kabupaten Lebak, Kabupaten Cianjur, dan Kabupaten Garut sebagai acuan analisis komparatif.

Tabel 2. Tabel Perbandingan Promosi Media Sosial Proyek Sejenis

	Kabupaten Lebak	Kabupaten Cianjur	Kabupaten Garut
Website	 <p>Di dalam Website masih kurang memberikan informasi terkait jadwal acara pariwisata budaya dan pameran terbaru dan juga tampilan website yang masih kurang menarik memberikan informasi seputar pariwisata Kabupaten Lebak.</p>	 <p>Dalam <i>website</i> sudah baik dalam memberikan informasi terkait dengan tempat wisata dan juga promosi kegiatan daerah.</p>	 <p>Dalam <i>website</i> sudah terdapat informasi terkait objek wisata pada <i>homepage</i>.</p>
Media Sosial	 <p>Penggunaan desain dan layout masih minim hanya menampilkan foto yang di unggah tanpa penerapan desain untuk mempromosikan wisata.</p>	 <p>Desain terlihat belum konsisten dilihat dari penggunaan layout dan dimensi postingan yang berbeda-beda dan juga penggunaan warna yang beragam namun belum memiliki pola yang konsisten.</p>	 <p>Penggunaan desain dan layout sudah sesuai dan juga sudah menampilkan informasi seputar pariwisata dan acara budaya Kabupaten Garut.</p>
Ilustrasi	Menerapkan Flat Illustration sebagai asset yang digunakan pada sebuah poster.	Lebih didominasi oleh penggunaan foto, yang disesuaikan oleh kebutuhan konten.	Penggunaan asset ilustrasi didominasi oleh penggunaan ilustrasi vector. dalam penerapan konten sudah

	Kabupaten Lebak	Kabupaten Cianjur	Kabupaten Garut
Tipografi	<p>Tipografi yang digunakan oleh dinaspariwisata kabupaten lebak di sosial media masih kurang baik dalam penerapannya, dan juga belum dapat menunjukkan identitas dan juga membedakan informasi poster yang dibuat.</p>	<p>Pengaplikasian tipografi yang digunakan akun sosial media Dinas Pariwisata Cianjur belum cukup baik dalam penekanan headline pada setiap poster, dan juga keterbacaan tipografi disetiap poster masih cukup sulit.</p>	<p>sangat baik dan konsisten.</p> <p>Sudah baik dalam penggunaan highlight dan juga sudah konsisten dalam pemilihan font yang berhasil menggambarkan identitas visual</p>
Layout	<p>Layout yang digunakan pada asset visual dalam poster desain sudah cukup baik. Namun untuk tipografi keterbacaannya masih kurang.</p>	<p>Penempatan Layout belum seimbang keseimbangan feeds bisa dimaksimalkan Kembali.</p>	<p>Urutan membaca sudah teratur dan tepat penempatan sudah seimbang.</p>
Warna	<p>Pemilihan warna masih tidak selaras dan terkesan acak sehingga tidak menerapkan branding dari warna itu sendiri yang menjadikan identitas brand yang dimiliki.</p>	<p>Pemilihan warna tidak konsisten sehingga tidak menunjukkan identitas dari brand itu sendiri.</p>	<p>Warna yang digunakan sudah baik dalam penggunaannya dan juga sudah konsisten dalam pemilihan warna sehingga memberikan kesan yang selaras antara warna dan juga brand yang dimiliki.</p>

Hasil Perancangan

Pada konsep perancangan setelah menyesuaikan berbagai macam data yang telah didapatkan, dengan mempertimbangkan beberapa fenomena yaitu masih kurangnya informasi mengenai pariwisata di Kabupaten Lebak, serta Kabupaten Lebak yang masih minim penerapan identitas branding pada media promosi dengan tujuan yang dimiliki Kabupaten Lebak, dan juga kurang efektifnya media promosi yang telah dirancang sebelumnya. Kabupaten Lebak berusaha untuk memperkenalkan potensi pariwisata daerah dan juga membangun citra pariwisata yang ramah bagi semua orang dan memperkenalkan alam dan budaya kepada masyarakat luas, hal ini dikarenakan masyarakat luas masih kurang mengetahui mengenai informasi pariwisata Kabupaten Lebak

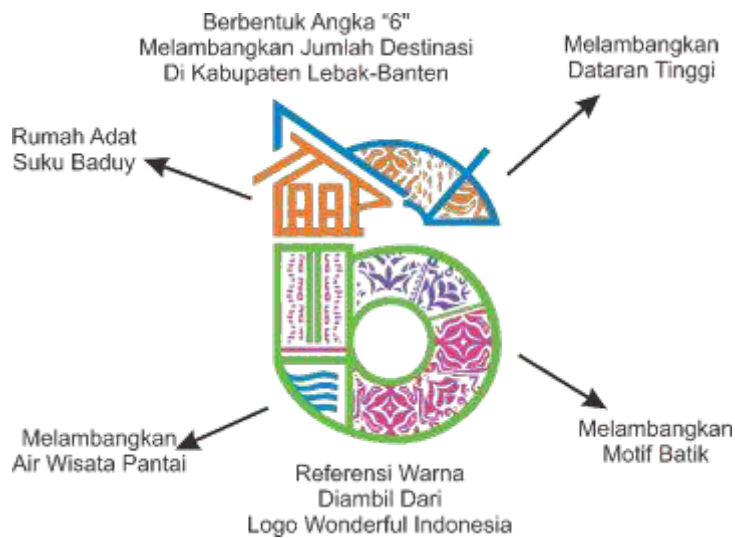
Logo

Logo adalah gambar grafis yang digunakan untuk mewakili dan mengenali sebuah entitas atau produk secara unik serta mudah dikenali. Logo juga bisa disebut sebagai simbol, tanda, atau merek dagang yang berfungsi sebagai identitas dari suatu badan usaha dan sebagai tanda pengenal. Logo memainkan peran penting dalam meningkatkan kemudahan pengenalan dan kesetiaan pelanggan terhadap merek, karena merupakan gambar visual yang mudah dikenali dan diingat (Rustan, 2009).

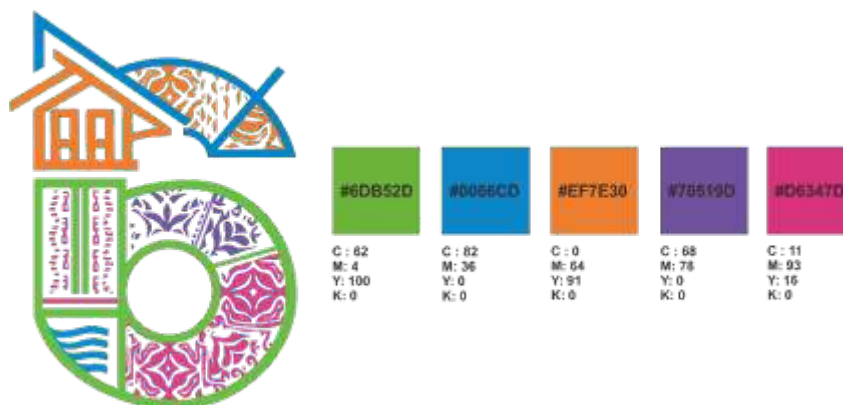
Menurut peraturan daerah No. 1 Tahun 2016 tentang Rencana Induk Pengembangan Pariwisata Daerah Tahun 2016-2031, Pemerintah Kabupaten Lebak telah membuat program bernama Six Fantastic. Dengan logo ini, enam destinasi wisata utama akan menjadi pusat perhatian dalam kegiatan pariwisata Kabupaten Lebak. Diharapkan logo ini bisa menjadi simbol untuk program promosi yang sedang berjalan oleh Pemerintah Kabupaten Lebak. Pemilihan warna pada logo mencerminkan budaya lokal, keindahan alam, serta sifat ramah dari masyarakat Lebak.



Gambar 7. Logo Lebak Six Fantastic



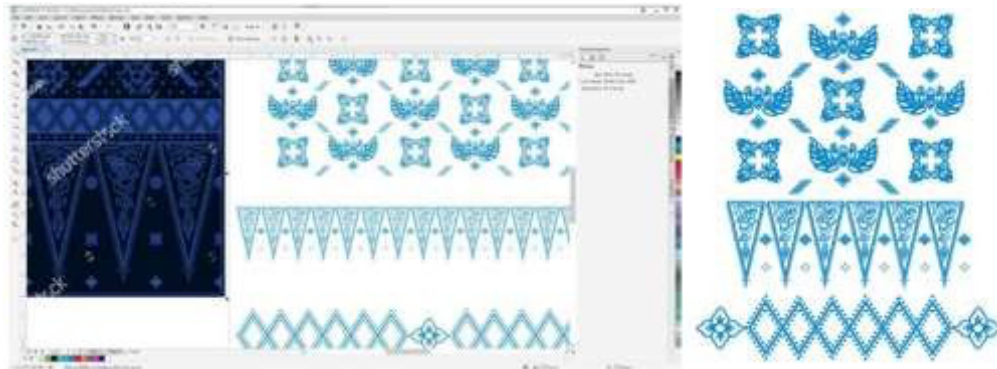
Gambar 8. Penjelasan Logo



Gambar 9. Kode Warna Pada Logo

Supergraphic

Supergraphic merupakan elemen visual yang digunakan untuk memperkuat identitas suatu merek dengan cara menambah nilai estetika dan menciptakan karakter yang mudah dikenali. Elemen ini membantu menyampaikan konsep merek kepada konsumen secara efektif (Prawira et al., 2024). Supergraphic menggunakan motif kain batik baduy yang melambangkan identitas dari Kabupaten lebak yang sudah digunakan sejak lama oleh masyarakat Baduy Kabupaten Lebak.



Gambar 10. Perancangan super graphic

Brosur

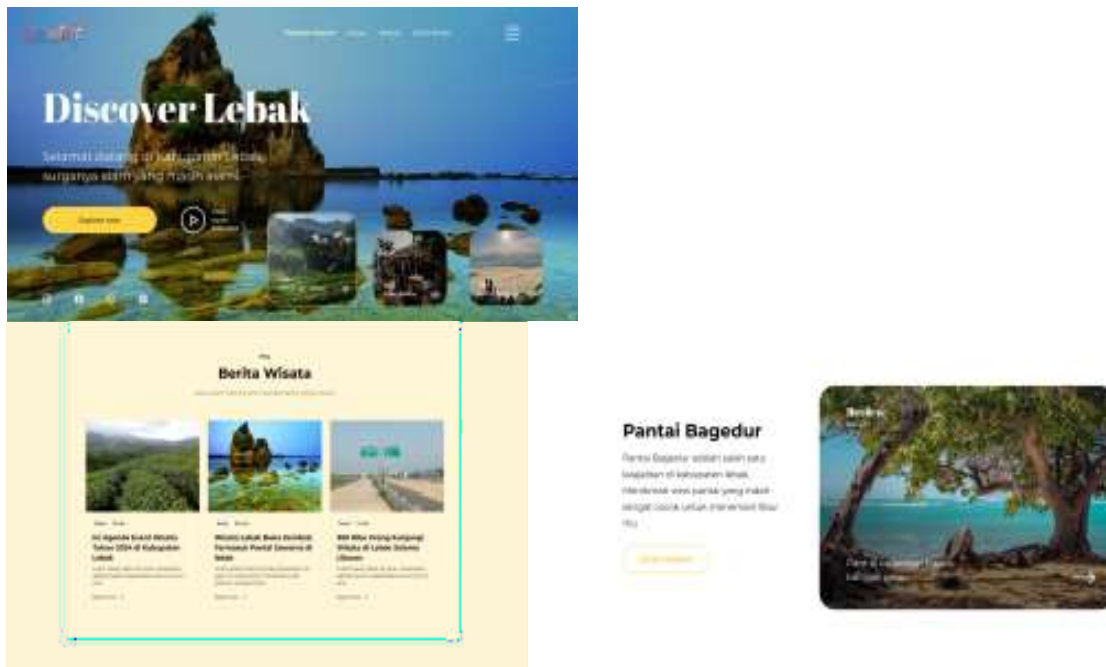
Brosur trifold ini menjelaskan pengalaman yang bisa dirasakan wisatawan saat berkunjung ke Kabupaten Lebak. Desainnya sederhana dan praktis, sehingga mudah digunakan dalam berbagai situasi (Mostaghel et al., 2023). Brosur merupakan salah satu cara yang digunakan untuk menyampaikan promosi dan menjangkau kalangan yang dituju. Brosur ini berisi berbagai destinasi wisata yang ada di Kabupaten Lebak serta menampilkan objek wisata dan informasi terkait pariwisata di daerah tersebut.



Gambar 11. Perancangan brosur

Website

Website adalah salah satu media promosi yang memungkinkan terjadinya interaksi langsung antara tempat wisata dengan pengunjung. Website juga bisa digunakan sebagai alat yang sangat efektif dalam menyampaikan informasi secara cepat dan tepat (Ariasa et al., 2024).



Gambar 12. Website

Media Pendukung

Media pendukung dalam promosi pariwisata Kabupaten Lebak meliputi X-Banner dan poster yang dipasang di tempat umum agar menarik perhatian pengunjung, serta akun Instagram yang digunakan untuk mencapai lebih banyak audiens dan meningkatkan kesadaran terhadap lokasi wisata tersebut.



Gambar 13. Poster dan X-Banner



Gambar 14. Feed instagram dan story instagram

Selain itu, merchandise seperti tas belanja juga digunakan untuk mempromosikan objek wisata sekaligus mengurangi penggunaan plastik, sehingga memberikan manfaat tambahan dalam menjaga kebersihan dan lingkungan sekitar tempat wisata tersebut.



Gambar 15. Desain merchandise totebag

Conclusions

Penelitian ini menunjukkan bahwa Kabupaten Lebak memiliki peluang besar di bidang pariwisata, mulai dari sisi alam, budaya, hingga interaksi masyarakat. Meski begitu, peluang ini belum sepenuhnya dimanfaatkan karena strategi pemasaran daerah masih kurang kuat dan promosi melalui media tidak konsisten. Dengan menggunakan pendekatan design thinking, penelitian ini membuktikan bahwa desain media promosi yang

kreatif dapat meningkatkan kesan visual dan identitas pariwisata lokal. Dari perbandingan dengan daerah lain seperti Kabupaten Cianjur dan Kabupaten Garut, terlihat bahwa Lebak perlu meningkatkan kualitas tampilan visual, keseragaman font, pemilihan warna, serta strategi komunikasi digital agar lebih kompetitif. Desain logo “Six Fantastic” dan elemen visual terkait seperti supergraphic, brosur, website, serta media sosial menjadi contoh nyata penerapan cara pemasaran yang terpadu. Dengan rancangan ini, diharapkan branding pariwisata Kabupaten Lebak dapat menciptakan kesan visual yang kuat, menarik minat wisatawan, memperluas cakupan promosi, serta meningkatkan partisipasi masyarakat setempat dalam mendukung pembangunan pariwisata yang berkelanjutan. Dengan demikian, penguatan branding melalui desain media promosi yang kreatif tidak hanya meningkatkan jumlah pengunjung wisata, tetapi juga menjadi langkah strategis dalam membangun citra yang positif dan memperkuat sektor ekonomi kreatif daerah.

References

- Abni et al., S. R. (2023). STRATEGI PENGGUNAAN BAHASA INDONESIA DALAM PROMOSI PARIWISATA DI ERA DIGITAL. *Jurnal Media Akademik*.
- Ariasa et al. (2024). WEBSITE DESA WISATA SEBAGAI INOVASI MEDIA PROMOSI. *JURNAL ABDIMAS ILMIAH CITRA BAKTI*.
- Astari et al., A. R. (2025). Strategi Branding Budaya dalam Media Digital oleh Pemerintah Daerah. *Journal of Technology and System Information*.
- BPS. (2024, Februari 13). Badan Pusat Statistik Luas Daerah dan Jumlah Pulau Menurut Provinsi, 2023. Retrieved from Badan Pusat Statistik: <https://www.bps.go.id/id/statistics-table/3/VUZwV01tSlpPVlpsWIRKbmMxcFhhSGhEVjFoUFFUMDkjMw==/luas-daerah-dan-jumlah-pulau-menurut-provinsi--2023.html?year=2023>
- Brown, T. (2008). Design Thinking. Harvard: Harvard Business Review (HBR).
- Dewi, N. A. (2023). Strategi Branding Pariwisata Indonesia melalui Wonderful Indonesia. SENASKAH: SEMINAR NASIONAL KOMUNIKASI ADMINISTRASI NEGARA DAN HUKUM.
- Fadila, F. S. (2025). PENGUMPULAN DATA DALAM PENELITIAN KUALITATIF: WAWANCARA. *JIIC: JURNAL INTELEK INSAN CENDIKIA*.
- Fadilla, H. (2024). Pengembangan Sektor Pariwisata untuk meningkatkan Pendapatan Daerah Di Indonesia. *BENEFIT: Journal Of Business, Economics, And Finance*.
- Lebak, B. (2025, Februari 28). KABUPATEN LEBAK DALAM ANGKA. Retrieved from BPS Kabupaten Lebak: <https://lebakkab.bps.go.id/id/publication/2025/02/28/d9b8509f5cbd4462c06f921d/kabupaten-lebak-dalam-angka-2025.html>
- Listya, A. ,.-T. (2025). Perancangan logo brand Romansa Steak melalui pendekatan design thinking. *Jurnal Desain*. Mostaghel et al., R. (2023). The transformative impact of the circular economy on marketing theory. *Technological Forecasting and Social Change*.
- Nartin et al. (2024). Metode Penelitian Kualitatif. Batam.
- Pratiwi, Y. (2023). Identifikasi 4A (Attraction, Amenity, Accessibility dan Ancillary) dalam Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan di Pantai Tanjung Pendam, Kabupaten Belitung. *Journal of Contemporary Public Administration (JCPA)*.
- Prawira et al., N. G. (2024). TRANSFORMASI BRANDING UMKM TRADISIONAL DI ERA DIGITAL: STUDI KASUS REBRANDING CAP DUA PUTRI MENJADI CIREBITES. *ANDHARUPA: Jurnal Desain*

Komunikasi Visual & Multimedia.

Ratmaji, d. (2025). DAMPAK PENGEMBANGAN PARIWISATA TERHADAP PEREKONOMIAN .
Journal Of

Responsible Tourism .

Riani, N. K. (2021). PARIWISATA ADALAH PISAU BERMATA 2. Jurnal Inovasi Penelitian.

Romdona, S. S. (2025). TEKNIK PENGUMPULAN DATA: OBSERVASI, WAWANCARA DAN
KUESIONER.

JISOSEPOL: JURNAL ILMU SOSIAL EKONOMI DAN POLITIK.

Sari, A. S. (2025). Teknik Pengumpulan Data dalam Penelitian Kualitatif: . Indonesian Research Journal on
Education.

Singgalen, Y. A. (2025). Pariwisata Berbasis Komunitas. Kabupaten Bandung: Widina Media Utama.
Soewardikoen, D. W. (2021). Metodologi Penelitian Desain Komunikasi Visual. Yogyakarta: PT
KANISIUS. Tarunajaya et al., W. B. (2025). STRATEGI BRANDING DESTINASI WISATA
KAMPUNG ADAT