

## ABSTRAK

Widianto, Dimas Rizki, 2024. *Strategi branding kampoeng kreatif binaan Yayasan jember fashion carnaval di taman kota arjasa*. Skripsi Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Muhammadiyah Jember. Pembimbing Kukuh Pribadi S.I.Kom., M.A

**Kata Kunci:** Jember Fashion Carnaval, Promosi, Wisata

Upaya promosi merupakan rancangan yang terstruktur yang berguna untuk meningkatkan kesadaran dan pemahaman kepada masyarakat terhadap suatu produk, layanan, jasa, destinasi wisata. Dalam penelitian ini peneliti ingin mengetahui (1) latar belakang mengapa terbentuknya kampoeng kreatif jfc arjasa pada RTH Arjasa, (2) strategi promosi dan branding yang dilakukan oleh Yayasan Jember Fashion Carnaval (JFC) di Kampoeng Kreatif JFC Arjasa (3) Hambatan apa saja yang dihadapi oleh Yayasan Jember Fashion Carnaval. penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif untuk mendapatkan temuan-temuan pada fenomena yang diteliti. Dengan acuan landasan teori komunikasi pemasaran, Humas, Branding, dan Kampung Wisata menjadikan penelitian ini menarik untuk diteliti. Hasil penelitian menunjukkan bahwa latar belakang terbentuknya Kampoeng Kreatif JFC Arjasa merupakan cita-cita dari Yayasan untuk bisa mendirikan sebuah *landmark* di Kabupaten Jember. bertepatan dengan kepemimpinan Bupati Ir. H. Hendy Siswanto., ST., IPU., ASEAN Eng., impian dari Yayasan akhirnya terwujud. Beberapa strategi branding dan promosi yang dilakukan seperti pemanfaatan media sosial, kegiatan event (*marketing event*), dan paket wisata Jember Heritage Tour. Beberapa hambatan yang dihadapi oleh Yayasan pun ditemukan pada penelitian ini seperti kurangnya tenaga sumber daya manusia (*human resourcers*), Pola pikir masyarakat, dan ada pihak yang merasa tidak dilibatkan dalam kegiatan-kegiatan yang ada di Kampoeng Kreatif JFC Arjasa.

## ABSTRACT

Widianto, Dimas Rizki, 2024. *Branding strategy of kampoeng kreatif fostered by jember fashion carnival foundation in arjasa city park. Thesis Communication Science Study Programme, Faculty of Social and Political Sciences. University of Muhammadiyah Jember. Supervisor Kukuh Pribadi S.I.Kom., M.A.*

**Keywords:** *Jember Fashion Carnival, Promotion, Tourism*

*Promotion efforts are a structured design that is useful for increasing awareness and understanding to the public of a product, service, service, tourist destination. In this study, researchers wanted to know (1) the background of why the formation of the JFC Arjasa Creative Kampoeng at RTH Arjasa, (2) the promotion and branding strategies carried out by Yayasan Jember Fashion Carnival (JFC) at the JFC Arjasa Creative Kampoeng (3) What obstacles are faced by the Jember Fashion Carnival Foundation. this research uses descriptive qualitative methods to obtain findings on the phenomenon under study. With reference to the theoretical basis of marketing communication, Public Relations, Branding, and Tourism Village makes this research interesting to research. The results showed that the background of the formation of Kampoeng Kreatif JFC Arjasa was the aspiration of the Foundation to be able to establish a landmark in Jember Regency. coinciding with the leadership of the Regent Ir. H. Hendy Siswanto, ST, IPU, ASEAN Eng., the dream of the Foundation was finally realised. Several branding and promotion strategies were carried out such as the use of social media, event activities (marketing events), and Jember Heritage Tour tour packages. Some of the obstacles faced by the Foundation were found in this research such as the lack of human resources (human resourcers), the mindset of the community, and there are parties who feel they are not involved in activities in Kampoeng Kreatif JFC Arjasa.*