

ABSTRAK

Kabupaten Purwakarta merupakan wilayah strategis dengan potensi yang melimpah juga beragam. Sampai saat ini Kabupaten Purwakarta memiliki bukti sejarah yang menyertai perjalanan wilayahnya. Bukti sejarah tersebut masuk kedalam objek benda cagar budaya. Objek-objek tersebut tidak lain ialah Situ Buleud, Pendopo, dan Gedung Kembar. Berdasarkan data wisata pada tahun 2015-2016, telah terjadi kenaikan dari keseluruhan kunjungan destinasi wisata yang ada di Kabupaten Purwakarta akan tetapi kunjungan terhadap destinasi wisata budaya masih kurang diminati. Perancangan promosi ini dilakukan sebagai solusi dari masalah rendahnya kunjungan terhadap objek-objek benda cagar budaya tersebut. Perancangan ini menggunakan metode kualitatif dalam pengumpulan datanya, yakni dengan melalui observasi, wawancara, dan studi pustaka. Data kemudian di analisa melalui pengamatan khalayak sasaran dan S.W.O.T (*Strenght, Weakness, Opportunity, dan Threat*) sehingga menemukan USP (*Unique Selling Proposition*) dari objek benda cagar budaya di Kabupaten Purwakarta. Setelah itu ditemukan pesan promosi yang berisi tentang kelebihan dan faktor pembeda sebagai daya tarik untuk khalayak sasaran agar mengunjungi objek benda cagar budaya tersebut, yaitu “Keserasian dari Kebudayaan dan Kemodernan” atau “*Harmony of Culture and Contemporary*” yang menjadi nama kegiatan promosi ini melalui sebuah *event* festival bernama “Sri Baduga Culture Festival” di Purwakarta.

Kata kunci: Promosi, Wisata, Budaya, Event.