

ABSTRAK

Kabupaten Bandung Barat merupakan daerah otonom, hasil pemekaran Kabupaten Bandung yang menjadi salah satu destinasi wisata saat mengunjungi kawasan Bandung dan sekitarnya. Objek wisata Curug Tilu Leuwi Opat merupakan sebuah tempat wisata yang memiliki tiga curug dan empat leuwi dalam satu objek wisata. Namun jumlah wisatawan yang berkunjung mengalami jumlah yang sedikit. Hal ini disebabkan karena promosi yang dilakukan kurang efektif. Selain itu beberapa media informasi yang terdapat di objek wisata Curug Tilu Leuwi Opat belum maksimal. Sehingga banyak wisatawan yang kebingungan. Pengumpulan data menggunakan metode kualitatif dan analisis yang bertujuan untuk mengetahui kebutuhan di objek wisata tersebut. Sehingga dibuatlah media promosi berupa pengenalan objek wisata Curug Tilu Leuwi Opat menggunakan media sosial yang diharapkan dapat meningkatkan jumlah kunjungan.

Kata Kunci: Curug Tilu Leuwi Opat, Media Promosi, Objek Wisata.