

ABSTRAK

Wisata Bandung Selatan dikenal wisatawan sebagai tujuan destinasi wisata alamnya, namun masih ada potensi lain seperti wisata buatan dan wana wisata yang dapat menjadi opsi lain untuk tujuan berwisata. Salah satu alternatif adalah Wana Wisata Curug Tilu. Wana Wisata Curug Tilu atau lebih dikenal dengan Situ Lembang yang dikelola oleh Agrowisata Rancabali ini menampilkan pesona alam dengan penataan ulang dan sebagai salah satu view foto terbaik. Lokasi Wana Wisata Curug Tilu atau Situ Lembang bukan di Lembang melainkan di Rancabali Kabupaten Bandung. Memang ada Situ Lembang di Lembang dan Curug Tilu Leuwi Opat di Parongpong, namanya yang mirip kerap membuat bingung wisatawan dan kesalahpahaman yang terjadi di kalangan masyarakat dan di ulasan internet. Dari potensi yang dimiliki Wana Wisata Curug Tilu seharusnya menjadi daya tarik wisatawan berkunjung, namun sebaliknya Wana Wisata Curug Tilu ini belum dikenal oleh masyarakat luas. Hal tersebut terbukti dari rendahnya jumlah kunjungan dan disebabkan karena kurangnya promosi yang dilakukan. Maka dari itu penulis membuat Perancangan Promosi Wana Wisata Curug Tilu di Bandung Selatan dengan tujuan merancang strategi promosi dan media yang tepat sesuai target audiens yaitu melalui program acara khusus dan media pendukung lainnya agar dapat meningkatkan kesadaran dan minat wisatawan berkunjung serta membangun *positioning* baru sebagai salah satu wisata unggulan, untuk dijaga dan dikembangkan. Metode perancangan menggunakan metode kualitatif serta manfaat didapat seperti menambah wawasan, pengalaman, dan memberikan informasi yang berguna kepada masyarakat tentang keunikan Wana Wisata Curug Tilu sebagai alternatif dalam berwisata.

Kata Kunci: Promosi, Wisata, Wana Wisata Curug Tilu, Bandung Selatan