

ABSTRAK

Kota Bandung adalah suatu kota di Indonesia yang memiliki objek wisata yang menarik. Baik berupa objek wisata alam, huan wisata, pegunungan, bahkan objek wisata buatan, dengan berbagai kelebihan dan keisimewaan yang tersebar diberbagai kota Bandung. Kota Bandung terbagi atas beberapa wilayah, disetiap wilayahnya memiliki potensi sebagai tujuan wisata favorit, termasuk wilayah Bandung Timur. Bukittunggul menjadi objek wisata alam yang berpotensi untuk berkembang. Buittunggul berpotensi menjadi menjadi objek wisata alam andalan dalam sektor pariwisata wilayah Bandung Timur. Namun, promosi yang di lakukan oleh pihak ukittunggul belum sesuai dengan target audience, masih belum di ketahui oleh masyarakat luas. Untuk meningkatkan citra dari objek wisata Bukittunggul, aka dengan itu penelitian ini bertujuan untuk merancang media promosi yang tepat unuk mempromosikan objek wisata Bukitunggul. Perancangan ini menggunakan metode kualitatif dengan temuan strategi yang tepat unuk mempromosikan objek wisata Bukittunggul. agar mencapai target yang diinginkan. Hasil dari penelitian ini adalah perancangan promosi yang menggunakan model strategi media AISAS yang berfungsi sebagai media informasi dan sebagai alat untu menggambarkan ikon dari objek wisata Bukittunggul. Media Promosi yang di hasilkan dari perancangan iini adalah poster, brosure, billboard, souvenir atau merchandise, web. Diharapkan media media tersebut dapat mempromosikan objek wisata Bukittunggul secara efektif dan efisien.