

## ABSTRAK

### PERANCANGAN STRATEGI BRANDING DESTINASI WISATA WOT BATU BANDUNG

Kota Bandung merupakan salah satu kota yang menjadi tempat tujuan wisata, serta Bandung pernah di anugerahi sebagai “Kota Kreatif Di Dunia” oleh UNESCO. Salah satunya keunikan dari Kreatifnya Kota Bandung adalah tempat wisata Wot Batu ini, didirikan oleh Seniman terkenal, Sunaryo pada Tahun 2015, dan memiliki luas 2.000 meter persegi. Wot Batu ini berlokasi di Jalan Bukit Pakar Timur No.98 Bandung. Wot Batu secara *literal* memiliki arti Jembatan dalam Bahasa Jawa (ada juga yang menyebutnya Jembatan Jiwa) ini menggambarkan filosofi sebuah perjalanan spiritual dari sang pendirinya yaitu Sang Seniman Sunaryo. Wot Batu adalah karya Instalasi yang terdiri dari 135+1 buah batu dalam ragam ukuran dan jenisnya, serta tersusun dan membentuk suatu gubahan batu yang memiliki makna di masing masing karyanya. Namun sayangnya, Terbatas dan kurang maksimalnya kegiatan Promosi yang dilakukan pihak pengelola sehingga mengakibatkan kurang diketahuinya eksistensi atau keberadaan dari Objek Wisata yang Edukatif Ini, serta masih rendahnya awareness terhadap wisata edukatif juga menjadi factor lainnya mengapa Objek Wisata yang Unik ini masih cukup jarang diketahui oleh masyarakat.

**Kata kunci:** Seni, Batu, Pameran.