ABSTRAK

Promosi Ekowisata Pendakian Gunung Wilis di Desa Bajulan Kabupaten Nganjuk dilakukan karena wisata pendakian merupakan salah satu kegiatan luar ruangan yang semakin digemari oleh kalangan muda. Perancangan ini bertujuan untuk meningkatkan potensi tempat wisata tersebut. Kurangnya promosi menjadikan tempat ini kurang pengunjung. Kegiatan promosi yang bersifat kolektif juga membuat Ekowisata Pendakian Gunung Wilis tidak dapat membangun *Destination Awarness*-nya sendiri. Oleh karena itu, dibutuhkan konsep strategi perancangan dan visualisasi komunikasi periklanan untuk promosi Ekowisata Pendakian Gunung Wilis di Desa Bajulan Kabupaten Nganjuk. Proses perancangan berupa metode pengumpulan data meliputi studi pustaka,, observasi wawancara, dan kuesioner. Metode analisis data menggunakan analisis SWOT dan AIO. Rumusan masalah dalam perancangan ini adalah bagaimana konsep perancangan promosi Ekowisata Pendakian Gunung Wilis dalam membangun *Destination Awarness* dan *Image Awarness* untuk meningkatkan pengunjung. Hasil perancangan pada artikel ini berupa sebuah *Brand Activation* berupa event di tempat wisata tersebut. Dengan perancangan ini diharapkan dapat membantu mempromosikan Ekowisata Pendakian Gunung Wilis kepada masyarakat luas dan menjadikan Ekowisata Pendakian Gunung Wilis menjadi pilihan destinasi wisata pendakian yang perlu dikunjungi di Kabupaten Nganjuk.

Kata Kunci: *Brand Destination*, *Event*, *Perancangan Periklanan*, *Promosi*, *Pendakian*, *Gunung Wilis*, *Media*