

ABSTRAK

Mengunjungi wisata alam secara singkat merupakan salah satu alternatif masyarakat perkotaan dalam melepas penat akibat pekerjaan ataupun hiruk-pikuk perkotaan. Taman Lembah Dewata merupakan destinasi wisata alam yang berlokasi di Lembang, Kabupaten Bandung Barat. Wisata tematik ini mengusung tema Bali yang dilengkapi danau dan berbagai spot foto. Namun keberadaan destinasi wisata ini masih belum terlalu dikenal keberadaannya baik oleh wisatawan Kota Bandung maupun luar Bandung. Pada perancangan ini penulis merancang strategi promosi dan media visual Taman Lembah Dewata menggunakan perancangan kualitatif dengan pengumpulan data (observasi, studi pustaka, wawancara, kuesioner), metode SWOT, analisis AOI, dan metode AISAS. Dengan membuat poster di media online dan offline, *event*, serta merchandise dengan harapan dapat meningkatkan kesadaran pengunjung akan keberadaan Taman Lembah Dewata.

Kata kunci : Promosi, Destinasi Wisata, Taman Lembah Dewata, Media Promosi