

ABSTRAK

Tren tempat usaha tematik dan Instagramable kini semakin menjamur di berbagai kota. Hal ini berkaitan dengan banyaknya pengguna aktif Instagram yang senang mengabadikan momen dan mengunggahnya di Instagram. Salah satu tempat tematik yang *instagramable* adalah Rumah Belanda yang berada di Kabupaten Bandung Barat. Namun sangat disayangkan bahwa tempat wisata ini masih belum dikenal oleh masyarakat luas karena belum adanya penekanan terhadap pesan utama dan media visual Rumah Belanda pada promosi. Metode yang digunakan dalam pengumpulan data adalah observasi, studi pustaka, wawancara dan kuesioner, selanjutnya data yang sudah diperoleh dianalisis menggunakan AOI, SWOT, dan AISAS. Hasil perancangan ini dibuat berbentuk promosi dengan berbagai media poster, billboard, brosur, dan media utama yaitu event kompetisi foto .

Kata kunci : *Instagrammable*, Promosi, Rumah Belanda, Wisata Tematik