

ABSTRAK

Selain sebagai tempat penyimpanan koleksi benda-benda bersejarah, museum juga menjadi salah satu sarana edukasi kepada masyarakat. Namun, berbagai museum di Indonesia yang menyimpan berbagai macam benda peninggalan sejarah, tergolong sepi pengunjung. Khususnya pada Museum Prabu Geusan Ulun di Kabupaten Sumedang, masalah *advertising* yang ditemukan yaitu belum memiliki strategi kreatif dan strategi media yang baik, sehingga penulis melihat adanya keperluan untuk membuat perancangan strategi promosi untuk Museum Prabu Geusan Ulun di Kabupaten Sumedang. Penelitian ini bertujuan untuk menghasilkan strategi promosi yang efektif, menarik, mudah dipahami dan tepat sasaran untuk target audiens dengan tujuan untuk meningkatkan jumlah pengunjung di Museum Prabu Geusan Ulun di Kabupaten Sumedang. Metode penelitian yang digunakan meliputi metode observasi, wawancara, kuesioner, dan studi pustaka. Data-data yang dikumpulkan akan dikelompokkan dan disortir sesuai dengan kebutuhan penelitian. Media utama yang dibuat merupakan *augmented reality cards* yang sesuai dengan koleksi di Museum Prabu Geusan Ulun. Manfaat yang penulis harapkan adalah terjadi ketertarikan minat masyarakat terhadap Museum Prabu Geusan Ulun setelah strategi kreatif, promosi, dan media telah terlaksana dengan baik.

Kata kunci: Museum Prabu Geusan Ulun, Sumedang, *branding* destinasi, pariwisata, promosi, strategi kreatif, strategi media