

## ABSTRAK

Desa Tenganan dikenal sebagai tempat yang masih mempertahankan tradisi dan budaya Bali Kuno yang masih terjaga dengan baik sampai saat ini. Dikutip dari data kunjungan Dinas Pariwisata Provinsi Bali pada tahun 2019 kunjungan wisatawan mencapai 45.925 orang, dibandingkan Desa Penglipuran memiliki kunjungan 261.161 dari latar belakang yang dipaparkan pada penelitian ini, Desa Tenganan memiliki potensi dan daya jual yang sama dengan desa wisata lainnya, namun mengalami kurangnya informasi keberadaan desa Tenganan, dan penggunaan media yang kurang maksimal. Oleh karena itu, diperlukan perancangan strategi kreatif untuk mengenalkan Desa Tenganan dan pemilihan media informasi yang tepat dengan harapan dapat meningkatkan *awareness* terhadap Desa Tenganan. Pengumpulan data menggunakan beberapa metode seperti, Observasi, Wawancara, Studi pustaka, Kuesioner. Menggunakan beberapa metode analisis yaitu menggunakan metode SWOT, AISAS, AOI, 4A menghasilkan rancangan dengan media utama berupa kalender sebagai acuan untuk tanggal yang baik ke desa Tenganan dan beberapa media lainnya untuk mendukung media utama dan memberikan informasi dan meningkatkan *awareness* terhadap Desa Tenganan.

Kata kunci: Desa Wisata, Desa Tenganan, Wisata Budaya, Bali, Strategi Kreatif.