

## ABSTRAK

Salah satu potensi ekonomi kreatif yang bisa meningkatkan perekonomian masyarakat dari Kabupaten Bandung Barat adalah Pariwisata. Salah satu objek wisata yang layak dikunjungi di wilayah ini adalah Sanghyang Kenit yang menawarkan keindahan alam yang menakjubkan. Namun terdapat beberapa permasalahan yang dialami objek wisata ini adalah mengalami penurunan jumlah pengunjung, kalah populer dibandingkan objek wisata lain yang ada di Lembang, dan diperlukan pengembangan daya tarik wisata seperti melakukan promosi dan membangun citra destinasi melalui media digital. Perancangan ini menggunakan metode kualitatif melalui pengumpulan data dengan cara observasi, wawancara, dan studi pustaka, kemudian dianalisis menggunakan metode analisis SWOT, matriks perbandingan, dan analisis visual. Berdasarkan hasil data menunjukkan diperlukannya *destination branding* dan media promosi agar Sanghyang Kenit dapat dikenal dan menarik wisatawan untuk mengunjungi objek wisata ini. Dari permasalahan yang ada tujuan perancangan ini adalah merancang *destination branding* dan media promosi menggunakan ilmu desain komunikasi visual. Perancangan *destination branding* dan media promosi menghasilkan logo, buku *graphic standard manual*, brosur, poster, website, media promosi di Instagram, dan *merchandise*. Perancangan *destination branding* untuk objek wisata Sanghyang Kenit diharapkan dapat membantu mempromosikan serta memperkenalkan objek wisata ini kepada masyarakat, sehingga objek wisata ini dapat lebih dikenal serta diharapkan menaikkan jumlah pengunjung.

**Kata kunci :** *Destination branding*, Sanghyang Kenit, wisata