

Abstrak

Taman kopi guntang merupakan destinasi wisata baru yang terletak didalam area wisata alam gunung puntang. Pengunjung dapat menikmati udara yang sejuk karena tempat wisata dikelilingi oleh banyak tanaman dan pepohon. Pengunjung juga dapat menikmati pemandangan yang indah di gunung Puntang. Taman kopi guntang terletak di Desa Campaka Mulya, Kecamatan Cimaung, Kabupaten Bandung. Taman Kopi Guntang ini dikelola langsung oleh Perum Perhutani kota Bandung. Taman kopi guntang menjadi *one stop destination* ini memiliki *coffee shop*, villa, glamping, dan *camping ground* yang menjadi salah satu tujuan utama untuk para pengunjung. Jika dilihat permasalahan taman kopi guntang masih kurang *awareness* yang belum dibentuk. Perancang menggunakan metode penelitian kualitatif dan dilakukan dengan teknik observasi, kuesioner, wawancara dengan pengelola Taman kopi guntang dan target khalayak. Diharapkan perancangan media kreatif seperti photobooth wisatawan bisa mendapatkan *voucher* gratis untuk staycation bersama keluarga dengan cara foto terheboh menggunakan photobooth dan mengupload ke media seosial lalu tag @tamankopiguntang dan @fujifilm, media promosi ini dapat digunakan serta bermanfaat bagi pengelola Taman Kopi guntang dalam pembangunan serta kedepannya. Wisata Taman kopi guntang adalah pria dan wanita yang berusia 28 – 35 tahun yang senang terkait aktivitas luar ruangan, minat terhadap keindahan alam, bisa meningkatkan kebersamaan bersama keluarga, senang bercengkrama bersama keluarga, berwisata yang nyaman bersama keluarga dan mengabadikan moment bersama keluarga.

Kata Kunci : *Brand awareness*, Destinasi wisata, promosi, Taman kopi guntang