

ABSTRAK

Provinsi Jawa Barat merupakan destinasi wisata dengan keindahan alam yang sangat indah, salah satu destinasi wisata tersebut adalah Agrowisata Gunung Mas Tea Hills yang berlokasi di Puncak, Bogor. Agrowsiata Gunung Mas Tea Hills merupakan destinasi wisata yang sangat berpotensi menjadi destinasi wisata unggulan di Puncak karena dikelilingi oleh perkebunan teh terluas di Jawa Barat. Namun hingga saat ini Agrowisata Gunung Mas Tea Hills belum melakukan strategi periklanan branding dan promosi. Tujuan dari strategi periklanan yang akan dilakukan adalah untuk membentuk sebuah identitas visual dan meningkatkan angka pengunjung Gunung Mas Tea Hills. Metode yang akan dilakukan dalam penelitian ini, dengan menggunakan metode kualitatif dan metode pengumpulan data dengan melakukan observasi, wawancara dan studi pustaka. Metode analisis penelitian ini akan menggunakan metode AISAS, SWOT, AOI dan teori pendukung. Hasil dari penelitian yang akan dilakukan berupa rekomendasi identitas visual dan rancangan alur media yang dibentuk berdasarkan metode penelitian kualitatif, metode pengumpulan data dan metode analisis. Penulis menyimpulkan bahwa Agrowsiata Gunung Mas Tea Hills membutuhkan strategi periklanan branding untuk membuat sebuah identitas baru dan promosi untuk meningkatkan peningkatan angka kedatangan pengunjung serta diperlukan adanya rancangan visual yang mencakup metode analisis didalamnya.

Kata Kunci: *Branding*, Promosi, Agrowisata.