

## **ABSTRAK**

Perancangan ini bertujuan untuk mempromosikan Rancabuaya sebagai destinasi wisata baru di Jawa barat, dimana hal ini diangkat dari permasalahan yang dimiliki oleh Rancabuaya dimana kurangnya informasi mengenai potensi yang dimiliki oleh Rancabuaya sehingga kurangnya pengunjung yang datang menyebabkan rancabuaya menjadi sepi wisatawan. Untuk khalayak sasaran Rancabuaya yaitu remaja hingga dewasa yang memiliki ketertarikan pada sesuatu yang baru terutama alam dan hobi beraktivitas diluar seperti foto dan berkemah, dalam prakteknya Rancabuaya merupakan sebuah wilayah yang dekat terutama dari kota Bandung selain itu juga Rancabuaya merupakan wilayah yang fleksibel karena terdapat wilayah yang terbagi menjadi dua di dalamnya yaitu rancabuaya atas dan rancabuaya bawah keduanya sama-sama memiliki potensi dan kelebihan masing-masing. yang pertama Rancabuaya atas, merupakan wilayah yang mempunyai karakter tempat tinggi dan pemandangan diatas laut. Sedangkan Rancabuaya bawah yang mempunyai karakteristik tempat rendah dengan berlatarkan laut berpasir dan berkarang. Metodologi yang digunakan ddalam penelitian ini adalah metode kualitatif . Oleh karena itu melalui sebuah perancangan strategi kreatif dalam berpromosi ini diharapkan dapat mendongkrak potensi yang dimiliki Rancabuaya agar dapat diketahui oleh khalayak sasaran. Agar Pesan yang hendak disampaikan Rancabuaya tersampaikan kepada target audiens dengan baik maka terciptalah perancangan promosi ini

Kata Kunci: Perancangan Promosi, Potensi, Dekat, Strategi, Kualitatif, Media