

ABSTRAK

Wisata Sanghyang Kenit merupakan objek wisata yang terbentuk dari aktivitas alamiah itu berada di kawasan PLTA. Sanghyang Kenit bermakna tempat menyepi, atau bersemedi dan bermakna juga sebagai sosok yang di sakralkan. Adapun kata kenit merujuk pada jenis domba/kambing berwarna hitam, dan mempunyai sabuk warna putih melingkar. Dari dua kata tersebut menciptakan juga sebuah mitos bahwa Sanghyang Kenit adalah lokasi peninggalan para dewa, atau sosok yang di sakralkan. Alasan penulis melatarbelakangi perancangan ini adalah strategi promosi yang di lakukan wisata Sanghyang Kenit komunikasi secara visual belum terbentuknya ruang lingkup perancangan promosi yang di dapatkan. Seperti media yang di sampaikan melalui akun instagram @sang_hyang_kenit itu sendiri secara penyampaian komunikasi desain *feed instagram* secara keseluruhan kurang adanya penyampaian yang menarik para target *audience* itu sendiri. Metode perancangan yang digunakan adalah pengumpulan data dan analisis data dari pengumpulan data dengan cara observasi, wawancara, studi pustaka, dan kuesioner. Perancangan ini dibuat dalam bentuk promosi yang memanfaatkan sosial media sebagai media promosi utamanya, dan media pendukung lainnya seperti poster, *merchandise*, dan *billboard*. Dengan adanya perancangan media promosi wisata Sanghyang Kenit diharapkan bisa mendatangkan lebih banyak pengunjung.

Kata Kunci : Sanghyang Kenit, Sejarah, Promosi