

ABSTRAK

Dengan budaya dan geografis yang beragam, Jawa Barat memiliki banyak sekali potensi wisata yang dapat dijadikan produk unggulan untuk masyarakat sekitarnya. Kabupaten Bandung Barat merupakan salah satu daerah dengan banyak destinasi wisata. Di dalam data dinas pariwisata Kabupaten Bandung Barat, tercatat ada 28 destinasi pariwisata yang terdaftar dari 8 kecamatan. Dengan data kunjungan wisatawan tahun 2018 sebanyak 6.634.998 wisatawan nusantara, dan 36.656 wisatawan mancanegara. Pada tahun lalu (2019) Kabupaten Bandung Barat sedang fokus untuk mempromosikan 3 destinasi yang diantaranya adalah Curug Malela. Destinasi ini dipilih menjadi destinasi prioritas karena, Curug sudah mulai dikenal hingga ke luar kota. Tetapi pemerintah Kabupaten Bandung Barat masih minim dalam melakukan promosi, promosi masih berupa media cetak berupa poster, pamflet, brosur yang dibagikan pada *event* yang diadakan Kabupaten Bandung Barat hingga tahun 2020 saat ini akibat Hal tersebut membuat sektor pariwisata kurang dikenal oleh masyarakat luas. Dengan permasalahan tersebut, penulis ingin membuat suatu media promosi sehingga Masyarakat tertarik dan mengunjungi destinasi wisata serta meningkatkan pendapatan bagi pemerintah dan penduduk setempat. Dengan pengaplikasian metode SWOT, analisis karya yang penulis ingin rancang dapat sampai ke *audience* dengan tepat sehingga membuat Masyarakat tertarik dan mengunjungi pariwisata yang dimaksud.

Kata kunci: pariwisata, promosi.