

ABSTRAK

Wisata merupakan kegiatan perjalanan ke suatu tempat dengan tujuan untuk menyegarkan pikiran. Di Purbalingga memiliki cukup banyak objek wisata yang Sebagian besar di dominasi oleh wisata alam seperti air terjun atau biasa disebut dengan *curug*. Objek wisata yang memiliki banyak *curug* dapat dijumpai Desa Wisata Tanalum yang berlokasi Kecamatan Rembang, Kabupaten Purbalingga, Jawa Tengah. Desa Wisata Tanalum mem-*branding* dirinya sebagai “Negeri Seribu Curug”. Desa wisata merupakan konsep pariwisata kreatif, yang mana Desa Wisata Tanalum mengusung konsep alam, dengan keunggulan air terjun yang dimilikinya. Desa Wisata Tanalum letaknya tersembunyi dikelilingi oleh perbukitan dan hutan. Desa Wisata Tanalum dikategorikan sebagai desa wisata maju oleh Dinporapar Kabupaten Purbalingga. Setelah dibuka lagi sejak ditutup selama pandemi Covid-19, Desa Wisata Tanalum belum sepenuhnya bangkit. Dari pengelola Desa Wisata Tanalum menginginkan Desa Wisata Tanalum ramai kembali. Promosi yang dilakukan oleh pihak pengelola masih tergolong seadanya menggunakan media sosial instagram. Dari promosi yang ada belum memuat *branding* yang kuat dari Desa Wisata Tanalum. Maka perlu adanya *rebranding* untuk lebih meningkatkan *awareness* masyarakat terhadap Desa Wisata Tanalum. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan memperoleh data dari wawancara, kuesioner, dokumentasi, studi literatur dan obsevasi. Data yang diperoleh kemudian dianalisis dengan menggunakan analisi SWOT yang akan menghasilkan USP, ESP, dan *positioning*. Visualisasi berdasarkan konsep perancangan dengan memuat elemen-elemen alam dengan mengkombinasikan dengan potret keunggulan dari Desa Wisata Tanalum dan sertakan *copywriting* yang sesuai. Hasil visualiasi akan ditempatkan pada berbagai media seperti media Instagram *feed*, *leaflet*, tiket, baliho, dan *merchandise*.

Kata Kunci: *Rebranding*, Desa Wisata Tanalum, alam, air terjun.