

ABSTRAK

Setiap daerah memiliki keunikan dan ciri khas dari setiap makanan yang ada di daerah tersebut, baik dari segi rasa, cerita, dan penampilan makanan. Salah satu daerah yang memiliki wisata kuliner yang cukup banyak yaitu Kota Purwokerto. Wisata kuliner yang berada di tengah pusat Kota Purwokerto yaitu pasar Pratistha Harsa. Namun, terjadi penurunan minat masyarakat untuk datang ke pasar serta tidak adanya identitas visual yang dimiliki pasar tersebut. Pasar Pratistha Harsa membutuhkan upaya dalam merancang dan mempromosikan identitas visual untuk meningkatkan jumlah wisatawan, sehingga dapat menciptakan citra baru Pasar Pratistha Harsa . Melalui perancangan ini penulis merancang identitas visual pasar Pratistha Harsa, dengan metode yang digunakan dalam perancangan ini ialah metode kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan secara observasi, wawancara, dokumentasi, studi literatur dan analisis SWOT untuk menghasilkan USP dan *positioning*. Diharapkan pasar Pratistha Harsa lebih dikenal oleh masyarakat, menciptakan citra baru pasar, dan meningkatkan jumlah pengunjung yang datang ke pasar Pratistha Harsa sebagai destinasi wisata kuliner di Purwokerto.

Kata Kunci: Kuliner, Identitas Visual, Media Promosi, Citra Perusahaan