

## ABSTRAK

Desa Wisata Kutawaru merupakan salah satu Desa Wisata yang terletak di Cilacap, Jawa Tengah. Desa Wisata Kutawaru ini terletak di sebelah selatan pulau Jawa, dan di sebelah utara pulau nusakambangan. Karena letaknya yang dekat dengan pantai, Desa Wisata Kutawaru ini memiliki banyak potensi keindahan dengan nuansa yang bahari. Sebagai desa yang potensial, sayangnya masih belum ditemukan identitas visual yang konsisten untuk mewakili citra tersebut. Dengan tidak adanya identitas visual, maka objek wisata tersebut kurang dikenal dan kurang menarik bagi wisatawan. Berdasarkan permasalahan tersebut, penulis mengambil langkah dengan melakukan penelitian Redesain *Visual Identity* Desa Wisata Kutawaru Cilacap yang bertujuan untuk menerapkan identitas visual yang baru dan penerapannya yang konsisten. Metode penelitian yang digunakan adalah observasi, wawancara, dokumentasi, dan studi literatur. Didukung juga dengan analisis SWOT, USP dan *Positioning* untuk menganalisis dan menemukan solusi dari permasalahan. Dari analisis tersebut ditemukan bahwa target market Desa Wisata Kutawaru Cilacap adalah anak TK dan SD, sehingga konsep perancangan yang digunakan adalah *colourfull*, simple, dan modern. Logo dari hasil redesain kemudian diaplikasikan ke dalam media utama brand guidelines yang berisi aturan serta penggunaan identitas visual Desa Wisata Kutawaru Cilacap yang akan diterapkan pada media pendukung. Logo dari hasil perancangan Redesain *Visual Identity* Desa Wisata Kutawaru Cilacap kemudian diaplikasikan ke dalam media pendukung, yaitu *stationary kit* dan merchandise. Dengan penerapan identitas visual pada media utama dan media pendukung yang konsisten, akan meningkatkan daya tarik wisatawan sekaligus memberikan *image* yang khas bagi Desa Wisata Kutawaru Cilacap.

Kata Kunci : redesain, identitas visual, desa wisata