

ABSTRAK

Di Indonesia, terdapat banyak tempat wisata menarik yang bisa dikunjungi, salah satunya adalah Lokawisata Baturaden di Purwokerto. Namun, terdapat permasalahan mengenai kurangnya identitas visual yang kuat dan menarik untuk Lokawisata Baturaden. Oleh karena itu, perlu dilakukan perancangan ulang identitas visual dan media pendukung guna meningkatkan *brand awareness*.

Dalam penelitian yang berjudul "Perancangan Ulang Identitas Visual Lokawisata Baturraden Sebagai *Brand Awareness*," bertujuan untuk membantu Lokawisata Baturraden lebih dikenal oleh masyarakat luas. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi deskriptif, observasi, wawancara, dan analisis SWOT, yang memberikan gambaran komprehensif tentang keadaan dan potensi Lokawisata Baturraden. Pada perancangan identitas visual ini menghasilkan logo baru beserta *Brand guidelines* yang berfungsi sebagai pedoman untuk pengaplikasian logo di berbagai media. Dan media pendukung seperti poster, brosur, tiket, stationary kit, seragam, dan *merchandise* yang dapat berfungsi sebagai souvenir bagi pengunjung dan sarana pengenalan Lokawisata Baturraden.

Dengan demikian, penelitian ini berdampak positif dalam pengembangan dan promosi Lokawisata Baturraden di Indonesia. Secara kesimpulan, penelitian ini berhasil merancang ulang identitas visual Lokawisata Baturraden dengan menciptakan logo baru dan menerapkannya pada berbagai media pendukung. Identitas visual baru tersebut diharapkan dapat memperkuat identitas Lokawisata Baturraden, menarik minat wisatawan, dan meningkatkan kesadaran di kalangan masyarakat luas. Dengan adanya identitas visual yang kuat dan menarik, diharapkan Lokawisata Baturraden dapat menjadi destinasi wisata yang semakin populer dan diminati oleh pengunjung.

Kata kunci : Identitas Visual, Lokawisata Baturraden, *Brand Awareness*