

ABSTRAK

Desa Wisata Melung adalah salah satu desa wisata yang sedang dikembangkan oleh pemerintah daerah Kabupaten Banyumas. Berbeda dengan Desa Wisata lainnya yang hanya memiliki 1 objek wisata. Desa Wisata Melung memiliki 5 objek wisata dalam 1 destinasi wisata yang dapat di manfaatkan menjadi potensi dan keunikan dari Desa Wisata Melung. Selain dari kurangnya memanfaatkan potensi dan keunikan, media promosi yang di pakai oleh Desa Wisata Melung masih terbilang tertinggal oleh para kompetitornya dan image yang digunakan oleh desa wisata Melung masih menggunakan image yang tidak sesuai dengan potensi dan anugrah yang diberikan oleh Bupati Banyumas. Sehingga mengakibatkan kekecewaan terhadap wisatawan dan membuat kesan buruk terhadap Desa Wisata Melung. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan teknik pengumpulan data berupa metode observasi, wawancara, kuesioner, dokumentasi dan studi literatur. kemudian dianalisis dengan menggunakan analisi SWOT. Perancangan ini menghasilkan strategi rebranding dengan konsep “Panca Wisata Melung”. media utama yang akan dipakai dalam perancangan ini berupa Instagram, sedangkan media pendukung berupa brosur, baliho, tiket, merchandise, dan baju pegawai. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk merancang kembali image Desa Wisata Melung agar sesuai dengan potensi dan anugrah yang diberikan dan meimplementasikan kepada media promosi yang tepat dan dapat dijangkau oleh audiens.