

ABSTRAK

Kearifan lokal merupakan pandangan kekhasan sebuah istilah untuk menunjukkan kekhasan yang menjadi pandangan dan cara hidup masyarakat di suatu daerah secara turun-temurun. Kearifan lokal ini dapat hilang atau diklaim oleh daerah lain jika tidak ada yang menyadari atau mengenal adanya suatu kearifan lokal. Kerajinan besi desa Pasir Wetan merupakan salah satu kearifan lokal dari Banyumas yang menyimpan potensi-potensi di dalamnya. Namun, masalah-masalah yang ada dalam kerajinan besi desa Pasir Wetan menghalangi potensi ini sehingga tidak disadari dan dikenal oleh masyarakat. Untuk mengatasi permasalahan tersebut, dibuatlah perancangan ini tentang branding agar potensi dari kerajinan desa Pasir Wetan ini bisa dikenal dan diketahui oleh masyarakat luas. Berdasarkan pengumpulan data secara kualitatif dan hasil analisis melalui SWOT dalam *branding*, USP yang dimiliki oleh kerajinan besi desa Pasir Wetan ini adalah adanya penamaan Empu di tiap rumah produksi. Penamaan Empu ini memiliki makna dan nilai historis di dalamnya yang menjadikan kerajinan besi Pasir Wetan ini sebagai pusat sejarah Empu Besi Banyumas. USP dan Positioning inilah yang kemudian diterapkan ke dalam beberapa media komunikasi visual yang bertujuan agar dapat diketahui dan dikenal serta tertanam di dalam benak masyarakat luas. Media komunikasi visual yang dipilih meliputi logo yang diterapkan ke dalam media Instagram, baliho, petunjuk arah, plang nama, poster, dan souvenir.

Kata Kunci: *branding*, sejarah, konsep perancangan