

ABSTRAK

Banjoemas Kota Lama merupakan tempat wisata yang menghadirkan berbagai wisata dari sejarah, budaya dan kuliner. Banjoemas Kota Lama belum memiliki media promosi yang baik untuk memperkenalkan wisata kepada masyarakat. Perancangan ini menggunakan pendekatan branding untuk membangun dan memperkuat citra Banjoemas Kota Lama. Menggunakan analisis deskriptif kualitatif, *uniqu selling proposition* dan *positioning* untuk menentukan strategi *branding* dan visualisasi pada media promosi yang tepat untuk wisata Banjoemas Kota Lama. Diharapkan dari solusi yang dirancang dapat membuat wisata Banjoemas Kota Lama menjadi wisata yang diketahui oleh masyarakat sehingga dapat meningkatkan citra, kesan dan ekonomi di Banjoemas Kota Lama.

Kata Kunci: *branding*, desain komunikasi visual, media promosi, Banjoemas Kota Lama