

ABSTRAK

Indonesia memiliki keindahan alam yang beragam dan sumber daya alam yang dapat dikembangkan menjadi objek wisata yang menarik. Sebagian besar sumber daya alam tersebut telah dimanfaatkan dan dikembangkan, Salah satunya Objek Wisata Guci Tegal. Dengan pemanfaatan sumber mata air panas yang berasal dari Gunung Slamet menjadikan Objek Wisata Guci memiliki daya tarik tersendiri, Namun sangat disayangkan objek wisata guci belum memiliki identitas visual yang konsisten di media-media pendukungnya dan *logo* yang digunakan belum mencerminkan citra atau *brand image* Objek Wisata Guci. Tujuan perancangan ini untuk menciptakan identitas visual sebagai upaya membangun brand image yang menampilkan ciri khas dan keunikan wisata guci, baik logo maupun media pendukungnya. Studi ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dimana datanya sumber berasal dari observasi, wawancara, dan dokumen seperti artikel, dan lain-lain. Data dianalisis dengan menggunakan Metode analisis SWOT untuk mendapatkan hasil dalam bentuk strategi desain, yaitu merancang identitas visual dalam bentuk logo objek wisata Guci yang dapat mewakili karakter objek wisata Guci dan pengamplifikasiannya ke berbagai media promosi.

Kata Kunci : Identitas Visual, Wisata Alam, Objek Wisata Guci