

## ABSTRAK

Bogor merupakan salah satu kota di daerah Jawa Barat yang memiliki banyak kreatifitas dalam bidang pariwisata, Dengan letaknya yang strategis, Bogor menjadi salah satu tujuan wisata bagi masyarakat sekitar Jawa Barat. Beberapa destinasi pariwisata Bogor yang menjadi daya tarik wisatawan diantaranya; Istana Presiden, Kebun Raya Bogor, Museum Zoologi, Museum Ethnobotani, Museum Pembela Tanah Air dan Situ Gede. Salah satu objek wisata yang cukup dikenal banyak orang yaitu objek wisata belanja sekaligus rekreasi yaitu Sumber Karya Indah atau yang akrab disebut SKI oleh warga kota bogor, SKI memiliki kelebihan tersendiri dibandingkan dengan tempat lainnya. Salah satu keunikan dari SKI ini adalah, menjual tas yang berasal dari hasil pabrik sendiri maupun hasil industry rumahan dari daerah sekitar bogor dan tempat ini memiliki lahan yang luas dengan memiliki banyak fasilitas dan wahana permainan untuk anak-anak. Namun sangat disayangkan pengunjung SKI semakin lama semakin sepi kecuali pada saat akhir pekan, hal ini disebabkan karena terlihat lawas dan tidak adanya pembaruan identitas yang dilakukan serta tidak adanya media informasi. Kurang kuatnya identitas visual yang dimiliki oleh SKI, menyebabkan sulit dikenal oleh masyarakat luas. Pada pengumpulan data, metode yang digunakan adalah observasi, wawancara, dan studi pustaka yang kemudian data tersebut akan dianalisis dengan analisis matriks SWOT. Pada perancangan ini dapat dilihat bahwa pentingnya perancangan identitas visual dan media informasi untuk menginformasikan objek wisata ini kepada masyarakat luas. Hasil perancangan ini akan berfokus pada ciri khas dan karakter objek wisata tersebut yang akan dituangkan pada identitas visual seperti logo, kartu nama, kop surat, baliho, stiker, x banner dll. Dengan adanya perancangan ini, diharapkan dapat membantu pihak SKI untuk membuat identitas visual baru yang kuat serta media informasinya, untuk meningkatkan jumlah pengunjung yang datang.

Kata Kunci : SKI, Bogor, Tajur, Identitas Visual.