

## **ABSTRAK**

### **PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL DAN IMPLEMENTASINYA PADA MEDIA PROMOSI DESA WISATA TEMAS KOTA BATU**

**Oleh : Iklar Viola Clasic Tabeta**

**NPM : 1401120422**

Indonesia dapat dijadikan sebagai destinasi utama wisata karena memiliki banyak objek wisata dari wisata alam, budaya, adat-istiadat dan kaya akan peninggalan sejarah. Salah satu kota di provinsi Jawa Timur yang menjadi destinasi wisata adalah Kota Batu. Kota Batu merupakan salah satu kota wisata yang memiliki banyak objek wisata mulai dari wisata buatan, wisata alam, wisata budaya dan wisata religi. Berdasarkan data statistik pengunjung dari Arsip Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Batu, Kota Batu mengalami kenaikan pengunjung selama lima tahun terakhir, namun kunjungan wisatawan mendominasi pada wisata buatan sebesar 80%, dibandingkan wisata alam 19% dan wisata religi 1%. Wisata alam Kota Batu menyebar luas di beberapa sejumlah desa yang dikemas dengan sebutan desa wisata. Salah satu desa wisata di Kota Batu adalah Desa Wisata Temas yang terletak di kelurahan Temas. Potensi utama Desa Wisata Temas yaitu pertanian organik berupa sayuran dan obat herbal organik serta kesenian tradisional. Namun Desa Wisata Temas merupakan desa wisata yang tergolong masih baru, sehingga belum memiliki identitas visual. Hal tersebut dapat mempengaruhi dalam proses kegiatan promosi yang memiliki relasi terhadap kunjungan wisatawan. Untuk menyelesaikan permasalahan tersebut, penulis memperoleh data yang dibutuhkan melalui metode observasi, studi pustaka, wawancara narasumber yang terkemudian melakukan metode analisis dengan menggunakan metode analisis matrik dan metode analisis swot. Setelah data diperoleh, selanjutnya penulis melakukan perancangan identitas visual, media promosi dan implementasinya dengan menggunakan konsep kreatif dari pendekatan sifat anak – anak yaitu ceria dan dinamis. Media yang digunakan dalam perancangan Tugas Akhir ini adalah poster, brosur, spanduk, website, instagram, facebook, twitter, kaos, stiker, petunjuk arah jalan, perlengkapan kantor, kartu nama, seragam karyawan, dan tiket gelang. Sehingga dengan adanya perancangan Tugas akhir ini, akan membantu Desa Wisata Temas dalam meningkatkan target pengunjung yang diinginkan sekaligus merancang media promosi yang tepat sehingga masyarakat lebih mengetahui keberadaannya.

Kata Kunci : *identitas visual, media promosi, wisata alam, desa wisata*