

## ABSTRAK

Di Sumatra Utara, tepatnya di kabupaten Karo, Sapo Juma merupakan destinasi wisata yang bertemakan alam yang asri dimana pengunjung dapat beristirahat sambil menikmati alam dan juga menyantap kuliner. Sapo Juma telah berdiri selama hampir 6 Tahun. Hingga saat ini Sapo Juma belum memiliki identitas visual, yang membuat destinasi wisata ini tertinggal dari destinasi wisata lainnya dan juga Promosi yang dilakukan pun belum maksimal. Dalam perancangan kali ini penulis membuat sebuah identitas visual dengan metode analisis objek sejenis, metode yang digunakan untuk merancang identitas visual ini dengan mewawancarai *Owner* Sapo Juma dan Dosen/Ahli pada bidangnya, dan juga melalui teori-teori yang sudah ada dan juga melalui kuisioner. Hasil dari seluruh data tersebut dijadikan sebuah rancangan identitas visual yang mewakili Sapo Juma.

Kata kunci: *identitas visual, media promosi, destinasi wisata, Sapo Juma.*