

ABSTRAK

Pentingnya melestarikan serta mengembangkan sektor pariwisata yang berkaitan dengan budaya dan sejarah di Indonesia sangat besar. Contohnya, Museum Radya Pustaka Surakarta, sebagai museum tertua di Indonesia, memiliki potensi yang signifikan untuk dipertahankan dan dikembangkan. Museum Radya Pustaka memiliki potensi yang besar sebagai tujuan wisata dan budaya yang dapat mengedukasi, namun intensitas pengunjung Museum Radya Pustaka mengalami penurunan, hal ini disebabkan karena faktor internal yaitu kurang optimalnya penyampaian informasi mengenai museum ini, sehingga informasi tersebut belum disampaikan dengan baik sehingga kurang mendapatkan *attention* serta *exposure* dari wisatawan yang membuat pemahaman wisatawan maupun masyarakat menjadi minim dan menganggap Museum Radya Pustaka minim nilai sejarah dan budaya hingga dianggap sudah tutup. Dilihat dari tujuan utama dibentuknya Museum radya Pustaka Surakarta adalah sebagai pusat informasi dan penyimpanan artefak sejarah dan budaya, hal itu tidak dapat tercapai apabila Museum Radya Pustaka kurang optimal dalam menyampaikan informasi serta identitas visualnya belum tergambar. Seperti yang di sebutkan Suriyanto Rustan dalam Identitas visual yang ditampilkan pada sebuah merek atau brand dapat meningkatkan *awareness* dan *brand image* positif di benak masyarakat serta dan media promosi yang dapat mempersuasif wisatawan maupun masyarakat untuk berkunjung. Perancangan ini dibuat bertujuan agar dapat menjadikan Museum Radya Pustaka Surakarta Sebagai tujuan wisata yang fokus pada aspek sejarah dan budaya, yang memberikan pembelajaran dan memiliki daya tarik unik bagi masyarakat, diharapkan dapat mengubah pandangan masyarakat terhadap Museum Radya Pustaka Surakarta, Melalui penyajian citra yang baik serta positif sebagai destinasi wisata sajarah, sehingga dapat menarik minat masyarakat untuk berkunjung.

Kata kunci : Identitas Visual, Media Promosi, Museum Radya Pustaka, Surakarta, Sejarah, Budaya, Visual Brand