

## ABSTRAK

Desa wisata merupakan salah satu konsep populer tentang pariwisata di Indonesia, yaitu desa-desa yang memiliki potensi kekayaan alam dan budaya membuka diri bagi wisatawan. Salah satu desa wisata yang ada di Indonesia adalah Desa Wisata Baros, Kecamatan Arjasari, Kabupaten Bandung. Desa Wisata Baros yang termasuk dalam 75 desa wisata terbaik di Anugerah Desa Wisata Indonesia (ADWI) 2023, menawarkan keunggulan dalam kearifan lokal seperti budaya tradisional dan potensi alam yang masih asri dan alami. Namun, belum banyak masyarakat luas yang mengenal Desa Baros di Arjasari ini sebagai desa wisata. Desa Wisata Baros memerlukan strategi yang efektif dalam pengenalan dan pemasarannya, maka dari itu diperlukan perancangan visual dalam *brand identity* yang mencerminkan nilai, keunikan, dan daya tarik desa tersebut. Tujuan dari perancangan ini adalah membuat visual dalam *brand identity* Desa Wisata Baros yang menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pengumpulan data observasi, kuesioner, dan wawancara, kemudian dilakukan analisis menggunakan metode analisis matriks dan SWOT yang akan menjadi acuan untuk perancangan visual dalam *brand identity* Desa Wisata Baros. Salah satu ajuan untuk media utama dari perancangan visual dalam *brand identity* adalah logo dan *Graphic Standard Manual* yang dapat digunakan oleh pengelola desa wisata. Hasil perancangan visual *brand identity* ini diharapkan akan memberikan manfaat untuk membangun awareness dan menarik wisatawan agar berkunjung ke Desa Wisata Baros.

**Kata Kunci:** Desa Wisata Baros, Visual, *Brand Identity*