

ABSTRAK

Kawasan Pasar Lama/Pecinan Tangerang sebagai kawasan budaya (*urban heritage*) yang berlokasi di Kelurahan Sukasari, Kota Tangerang. Kawasan ini menjadi tempat berburu kuliner dengan berbagai pilihan, tempat wisata sejarah dan budaya karena terdapat bangunan yang memiliki nilai sejarah budaya yang tinggi. Namun, dengan potensi yang ada, Pasar Lama justru belum memiliki identitas visual dan masih kurang tertata dengan baik. Salah satu upaya yang dapat dilakukan yaitu dengan perancangan identitas visual yang baik serta memberikan buku panduan wisata yang dapat meningkatkan nilai dari Kawasan tersebut, dengan harapan bisa menarik minat kunjungan wisatawan ke Kawasan Pasar Lama Kota Tangerang.

Perancangan Tugas Akhir ini menggunakan teori yang berkaitan dengan desain komunikasi visual dan media informasi. Sehingga, membentuk suatu perancangan komunikasi visual yang menarik dan efektif. Metode yang digunakan pada perancangan ini menggunakan metode kualitatif yaitu dengan observasi dan wawancara untuk menyelidiki dinamika sosial, serta budaya di Kawasan Pasar Lama. Melalui observasi, merespon secara langsung terhadap kegiatan di Kawasan Pasar Lama antara pengunjung, dan lingkungan sekitarnya. Selain itu, wawancara dengan berbagai pemangku kepentingan, seperti Disbudpar Tangerang, masyarakat lokal, PT. TNG untuk mendapatkan pemahaman lebih dalam.

Perancangan identitas visual dan media informasi ini bertujuan untuk meningkatkan *brand awareness* terhadap citra, budaya Tangerang, khususnya pada Kawasan Pasar Lama dan meningkatkan minat kunjungan wisatawan. Media utama berupa buku panduan wisata yang didalamnya berisi informasi umum terkait Kawasan Pasar Lama. Kemudian media pendukung dan promosi akan disebarakan melalui media sosial, dimana wisatawan yang berkunjung mendapatkan informasi tentang keberadaan Kawasan Pasar Lama.

Kata Kunci: Kawasan Pasar Lama, Identitas Visual, Media Informasi