

## ABSTRAK

Museum Bali merupakan salah satu museum tertua di Bali yang berdiri sejak 1932. Meskipun menyimpan koleksi budaya yang kaya, minat generasi muda terhadap museum ini masih rendah. Berdasarkan data kunjungan tahun 2024, hanya 7% pengunjung berasal dari kelompok usia 20–25 tahun. Rendahnya minat ini menunjukkan kurangnya daya tarik pariwisata museum, khususnya bagi generasi muda. Salah satu penyebabnya adalah citra Museum Bali yang dianggap kaku, membosankan, dan kurang menarik secara visual. Selain itu, museum ini belum memiliki sistem identitas visual yang kuat dan konsisten. Elemen visual seperti logo, warna, tipografi, dan media promosi belum dirancang secara terpadu untuk mendukung museum sebagai bagian dari destinasi pariwisata budaya Bali. Perancangan ini bertujuan membangun identitas visual yang merepresentasikan kekayaan budaya Museum Bali sekaligus relevan dengan selera visual generasi muda. Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif melalui observasi, wawancara, studi pustaka, dan analisis SWOT. Hasil perancangan meliputi logo baru, sistem warna, tipografi, serta penerapan elemen grafis pada media cetak, digital, promosi, dan informasi. Perancangan ini diharapkan mampu memperkuat citra Museum Bali sebagai destinasi pariwisata budaya yang menarik dan lebih dekat dengan generasi muda.

**Kata kunci:** Museum Bali, identitas visual, pariwisata