

ABSTRAK

Pariwisata merupakan sektor ekonomi penting di Indonesia. Sejuta keindahan alam, kultur, dan warisan leluhur Indonesia yang orisinal adalah nilai lebih yang perlu terus kita lestarikan. Desa Wisata dalam konteks wisata pedesaan adalah asset kepariwisataan yang berbasis pada potensi pedesaan dengan segala keunikan dan daya tariknya. Desa Wisata Apar terletak di kec. Pariaman Utara, Kota Pariaman. Desa Apar dibentuk menjadi desa wisata pada tahun 2019, memiliki potensi wisata yang mengangkat nilai-nilai alam, budaya & kearifan lokal, yang dapat menjadi wisata bagi pelajar dan keluarga karena bersifat edukasi. Identitas visual merupakan wajah dari sebuah brand yang akan dikenali oleh audiens yang dapat berupa logo, warna, *tagline* dan lainnya. Tujuan dari perancangan ini adalah menciptakan sebuah identitas visual berupa logo yang dapat merepresentasikan dan mewakili potensi wisata yang ada pada Desa Wisata Apar. Metode yang digunakan dalam perancangan ini adalah Analisis SWOT untuk menganalisa kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman serta potensi yang dapat digunakan dalam perancangan identitas visual desa wisata Apar. Hasil dari perancangan ini adalah sebuah logo serta tagline sebagai media utamanya yang memiliki makna dalam membentuk identitas Desa Wisata Apar yang mudah diingat dan dikenali oleh Masyarakat, media utama tersebut diperkuat oleh media pendukung seperti *wayfinding sign*, *identification sign*, tiket, stempel dan juga merchandise seperti *T Shirt*, payung, *tumbler*, *totebag*, gantungan kunci, dan stiker.

Kata Kunci : Identitas Visual, Logo, Pariwisata, Desa Wisata, Desa Wisata Apar.

ABSTRACT

Tourism is an important economic sector in Indonesia. A million natural beauties, cultures, and original Indonesian ancestral heritage are added values that we need to continue to preserve. Tourism Villages in the context of rural tourism are tourism assets based on rural potential with all their uniqueness and attractions. Apar Tourism Village is located in the district. North Pariaman, Pariaman City. Apar Village was formed into a tourism village in 2019, has tourism potential that elevates the values of nature, culture & local wisdom, which can be a tour for students and families because it is educational. Visual identity is the face of a brand that will be recognized by the audience which can be in the form of a logo, color, tagline and others. The purpose of this design is to create a visual identity in the form of a logo that can represent and represent the tourism potential in Apar Tourism Village. The method used in this design is SWOT Analysis to analyze the strengths, weaknesses, opportunities and threats as well as the potential that can be used in designing the visual identity of Apar tourism village. The result of this design is a logo and tagline as the main media that has meaning in forming the identity of Apar Tourism Village that is easily remembered and recognized by the community, the main media is strengthened by supporting media such as wayfinding signs, identification signs, tickets, stamps and also merchandise such as T-shirts, umbrellas, tumblers, tote bags, key chains, and stickers.

Keywords: *Visual Identity, Logo, Tourism, Tourist Village, Apar Tourist Village.*