

ABSTRAK

Penelitian ini berfokus pada perancangan merek untuk Wisata Pantai Tiram yang terletak di Kabupaten Padang Pariaman, Sumatera Barat. Kawasan ini memiliki potensi yang signifikan sebagai destinasi Ekowisata Bahari, ditandai dengan hutan bakau yang luas, pantai-pantai yang indah, kuliner lokal yang unik, dan warisan budaya yang kaya. Namun, kurangnya identitas visual yang konsisten dan strategi pencitraan merek yang efektif mengakibatkan daya tarik pengunjung yang kurang optimal di tengah persaingan yang semakin ketat dari destinasi wisata lainnya. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif, penelitian ini melibatkan observasi langsung di lokasi, wawancara dengan para pemangku kepentingan termasuk manajemen dan pengunjung, serta tinjauan pustaka terkait pencitraan merek destinasi wisata. Analisis ini memandu pengembangan elemen-elemen pencitraan merek yang komprehensif, termasuk desain logo, sistem identitas visual, sistem *sign*, media cetak promosi, dan *merchandise*. Konsep pencitraan merek ini mengintegrasikan representasi visual dari elemen-elemen unik Pantai Tiram seperti ombak, burung bangau lokal, matahari terbenam, dan pohon pinus melambangkan keindahan alam, suasana tenang, dan nilai-nilai ekowisata berkelanjutan di kawasan ini. Palet warna yang dipilih oranye, kuning, hijau, biru laut, dan biru tua bersama dengan tipografi yang modern dan mudah dibaca, memperkuat karakter khas merek tersebut.

Kata kunci: *Visual Identity*, *Sign System*, Pantai Tiram

ABSTRACT

This study focuses on the branding design for the Tiram Beach Tourism located in Padang Pariaman Regency, West Sumatra. The area holds significant potential as a marine ecotourism destination, characterized by its extensive mangrove forests, beautiful beaches, unique local culinary offerings, and rich cultural heritage. However, the lack of a consistent visual identity and effective branding strategy has resulted in suboptimal visitor attraction amid growing competition from other tourist destinations. Employing a qualitative approach, the research involved direct site observations, interviews with stakeholders including management and visitors, and literature reviews related to tourism destination branding. The analysis guided the comprehensive development of branding elements including logo design, visual identity system, sign system, promotional print media, and merchandise. The branding concept integrates visual representations of elements unique to Tiram Beach such as waves, the local crane bird, sunset, and pine trees symbolizing the area's natural beauty, calm atmosphere, and sustainable ecotourism values. The chosen color palette orange, yellow, green, sea blue, and dark blue along with modern, readable typography, reinforces the brand's distinctive character.

Keywords: Vusial Identity, Sign System, Tiram Beach