

ABSTRAK

Jawa Barat menjadi salah satu provinsi di Indonesia yang mempunyai tujuan wisata yang banyak dan beragam. Salah satunya di Kota Bandung terdapat taman wisata edukasi yaitu Taman Ade Irma Nasution atau lebih dikenal Taman Lalu Lintas Bandung yang memiliki fasilitas wisata sebagai taman lingkungan, sebagai taman belajar kelalulintasan, dan sebagai taman rekreasi. Taman Lalu Lintas Bandung belum memiliki identitas visual yang merepresentasikan target audiens yaitu anak-anak usia 6-12 tahun, maka Taman Lalu Lintas Bandung membutuhkan identitas visual yang merepresentasikan target audiens sehingga dapat menyampaikan informasi kepada masyarakat secara terstruktur, menarik, dan kreatif. Dalam perancangan ini pengumpulan data dilakukan menggunakan metode kuantitatif dan kualitatif yaitu observasi, studi pustaka, melakukan wawancara, serta analisis data kuesioner, matriks, dan SWOT. Setelah melakukan analisis terhadap data-data yang telah didapati, dilakukanya perancangan identitas visual Taman Lalu Lintas Bandung dan mengimplementasikannya pada media promosi. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa perancangan identitas visual dan implementasinya pada media promosi dapat membantu Taman Lalu Lintas Bandung dalam merepresentasikan identitas visualnya.

Kata Kunci: Identitas Visual, Media Promosi, Taman Lalu Lintas Bandung