

ABSTRAK

Desa Nagreg Kendan merupakan salah satu dari 13 desa wisata yang ada di Kabupaten Bandung, Sebagai desa wisata keberadaan *visual branding* harus dimiliki untuk menjadi suatu identitas serta ciri khas tersendiri bagi desa, yang menjadi permasalahan adalah minim nya *visual branding* yang dimiliki oleh Desa Wisata Nagreg Kendan sejak resmikan menjadi desa wisata pada tahun 2022. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan perancangan *visual branding* yang berguna sebagai identitas Desa Wisata Nagreg Kendan. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif, desain partisipatif dan mengumpulkan data dengan cara melakukan observasi langsung turun ke desa, wawancara dengan perangkat desa yang bertugas sebagai pengelola desa wisata dan mengumpulkan dokumentasi sebagai pendukung dalam melakukan perancangan serta bukti bahwa telah melakukan penelitian. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis matrix perbandingan. Hasil penelitian yang didapat dari hasil observasi dan wawancara, Desa Nagreg Kendan memang saat ini masih menjadi desa wisata rintisan, *visual identity* yang dimiliki juga hanya logo desa wisata dan masih sederhana dengan kata lain belum bisa mewakili atau merepresentasikan Desa Nagreg Kendan sebagai desa wisata, kemudian penggunaan warna, layout, tipografi dan hal lain yang masih berkaitan dengan *visual branding* juga belum ada.

Kata kunci : *Visual branding*, Logo, Desa Wisata