

## ABSTRAK

Gua Sunyaragi merupakan situs cagar budaya di Kota Cirebon yang sarat akan nilai sejarah, spiritual, dan budaya. Sayangnya, citra Gua Sunyaragi saat ini masih kurang menarik bagi wisatawan, terutama generasi muda, karena dianggap membosankan dan kurang terawat, serta adanya stigma negatif dari masa lalu. Tugas akhir ini bertujuan untuk membangun ulang citra Gua Sunyaragi melalui perancangan *destination branding* yang menekankan identitasnya sebagai ruang sunyi di tengah hiruk pikuk kota, serta meningkatkan *brand awarenessnya* di mata masyarakat luas. Dengan pendekatan kualitatif melalui observasi, wawancara, kuesioner, serta studi literatur, dilakukan analisis mendalam terhadap potensi, persepsi masyarakat, serta kebutuhan visual yang sesuai. Hasil dari perancangan ini meliputi pembuatan *graphic standard manual* (GSM) sebagai media utama, serta media pendukung seperti media sosial, signage, merchandise, dan peta lipat. Seluruh elemen visual dirancang dengan pendekatan modern yang tetap selaras dengan nilai lokal, guna menarik minat audiens muda sekaligus memperkuat kesan Gua Sunyaragi sebagai ruang reflektif dan damai. Diharapkan hasil perancangan ini dapat membentuk citra positif dan relevan terhadap Gua Sunyaragi di mata masyarakat luas, serta secara efektif meningkatkan brand awareness destinasi ini.

**Kata Kunci:** Gua Sunyaragi, branding destinasi, ruang sunyi.