

ABSTRAK

Banyumas memiliki potensi seni dan budaya yang sangat kaya, salah satunya ditunjukkan melalui keberadaan Taman Budaya Soetedja. Taman ini berfungsi sebagai ruang ekspresi, apresiasi, serta pusat kegiatan kesenian dan kebudayaan. Namun, Taman Budaya Soetedja masih menghadapi tantangan dalam hal identitas visual, sehingga citra yang dimilikinya belum cukup kuat di benak masyarakat. Identitas visual sangat penting untuk membangun brand awareness dan meningkatkan daya tarik serta eksistensi suatu institusi kebudayaan. Penelitian ini bertujuan untuk merancang identitas visual Taman Budaya Soetedja sebagai upaya untuk meningkatkan brand awareness, serta mengembangkan media aplikasi yang relevan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif, yang meliputi wawancara dengan pihak pengelola dan observasi langsung di lapangan. Proses perancangan dilakukan melalui beberapa tahapan, yaitu riset, analisis, eksplorasi visual, dan pengembangan desain. Hasil dari perancangan ini adalah identitas visual berupa logo baru beserta penerapannya pada berbagai media promosi. Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa perancangan identitas visual Taman Budaya Soetedja dapat berfungsi sebagai strategi komunikasi visual yang efektif. Hal ini bertujuan untuk memperkuat citra, meningkatkan jangkauan audiens, serta menumbuhkan rasa memiliki masyarakat terhadap seni dan budaya lokal Banyumas. Identitas yang dihasilkan dirancang agar fleksibel dan berkelanjutan, sehingga dapat beradaptasi dengan perkembangan zaman tanpa mengabaikan akar budaya yang menjadi ruh utamanya.

Kata Kunci : *Brand Awareness*, Identitas Visual, Taman Budaya Soetedja