

ABSTRAK

Wisata pemandian air panas Padusan Pacet memiliki potensi yang baik. Namun wisata pemandian air panas Padusan Pacet ini belum dipromosikan secara maksimal, sehingga tidak banyak orang yang mengetahui tentang wisata ini. Tujuan dari perancangan branding wisata pemandian air panas Padusan Pacet ini adalah sebagai upaya meningkatkan *brand awareness*. Metode yang digunakan dalam perancangan ini adalah menggunakan metode kualitatif dengan melakukan wawancara, observasi, dokumentasi, dan studi pustaka. Hal ini perlu dilakukan guna mengumpulkan data-data pendukung untuk penyusunan konsep perancangan *branding*. Hasil dari pengumpulan data dan analisa data mengenai wisata pemandian air panas Padusan Pacet ini adalah berupa *keyword* yaitu "*Natural and Calm*". Dalam hal ini wisata pemandian air panas Padusan Pacet menawarkan wisata dengan konsep alami dan menenangkan yang sangat cocok untuk relaksasi. Mengingat tempat wisata ini sangat berpotensi dan belum adanya promosi untuk mengenalkan tempat wisata ini kepada masyarakat luas, maka perancangan *branding* untuk wisata pemandian air panas Padusan Pacet perlu dilakukan sebagai upaya meningkatkan *brand awareness*.

Kata kunci: *Pariwisata, Branding, Promosi, Brand Awareness*

