

## ABSTRAK

**Zukirallahu Abdul Karim. 2022** *Perancangan Visual Marketing Tools Dapur Mak Gembrot sebagai Visual Identity*. Skripsi Aplikatif, Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi dan Multimedia, Universitas Mercu Buana Yogyakarta. Pembimbing Achmad Oddy Widyantoro, M.Sn.

**Kata kunci : identitas visual, alat pemasaran visual , karya desain.**

Dapur Mak Gembrot merupakan industri rumahan di bidang kuliner. Dalam penelitian ini, penulis akan membuat *visual marketing tools* untuk memperkuat *visual identity* Dapur Mak Gembrot. Dikarenakan semakin meningkatnya jumlah UMKM di Kab.Sleman dan meningkatkan persaingan yang ketat, identitas visual yang masih sangat kurang baik itu dari media sosial Instagram maupun media cetak, yang berpotensi menghambat perkembangan Dapur Mak Gembrot. Judul skripsi aplikatif ini adalah “*Perancangan visual marketing tools Dapur mak gembrot sebagai visual identity*” dengan rumusan masalah yaitu bagaimana perancangan *visual marketing tools* Dapur Mak Gembrot sebagai *visual identity* ?.

Perancangan Visual Marketing Tools ini melalui strategi kreatif dan strategi pesan dengan pendekatan komunikasi *visual* dan berfokus pada Visual Identity. Dengan beberapa tahap yaitu, rencana pra-produksi, produksi dan pasca produksi. Adapun sumber data yang diperoleh dari wawancara dengan pemilik Dapur Mak Gembrot berupa visi misi perusahaan, serta hasil analisis SWOT dan analisis 5W + 1H. Yang kemudian dari data tersebut dibuat konsep perancangan.

Berdasarkan hasil perancangan seperti *icon highlight Instagram, feeds Instagram, story Instagram, spanduk, kemasan, dan stiker* dan komunikasi verbal seperti *hashtag* maupun *slogan*, diperoleh kesimpulan bahwa untuk membuat suatu perancangan *visual marketing tools* tersebut diperlukan pemahaman makna dari berbagai unsur *visual* yang sesuai dengan makna kesederhanaan, *fresh*, aman, nyaman, yang mana dari unsur *visual* tersebut didapatkan komponen *branding kit* yang dapat diterapkan dalam waktu jangka panjang, mengembangkan *visual identity* sehingga membangun kepercayaan konsumen dan berbeda dengan *brand competitor* lainnya.

## ABSTRACT

**Zukirallahu Abdul Karim. 2022** Design of Mak Gembrot's Kitchen Visual Marketing Tools as Visual Identity. Applicative Thesis, Communication Studies Program, Faculty of Communication and Multimedia, Mercu Buana University Yogyakarta. Supervisor Achmad Oddy Widyanoro, M.Sn.

**Keywords: visual identity, visual marketing tool, design work.**

Mak Gembrot's kitchen is a home industry in the culinary field. In this study, the author will create visual marketing tools to strengthen the visual identity of Dapur Mak Gembrot. Due to the increasing number of umkm in Sleman Regency and increasing fierce competition, visual identity is still very lacking, both from Instagram social media and print media, which has the potential to hinder the development of Mak Gembrot Kitchen. The title of this applicative thesis is "Designing visual marketing tools for Dapur Mak Gembrot as a visual identity" with the formulation of the problem, namely how to design visual marketing tools for Dapur Mak Gembrot as a visual identity?.

The design of this Visual Marketing Tools uses creative strategies and message strategies with a visual communication approach and focuses on Visual Identity. With several stages, namely, pre-production, production and post-production plans. The sources of data obtained from interviews with the owner of Dapur Mak Gembrot are in the form of the company's vision and mission, as well as the results of SWOT analysis and 5W + 1H analysis. Then from the data a design concept is made.

Based on the results of designs such as Instagram highlight icons, Instagram feeds, Instagram stories, banners, packaging, and stickers and verbal communication such as hashtags and slogans, it is concluded that to make a visual marketing tool design it is necessary to understand the meaning of various visual elements that are in accordance with the meaning. simplicity, fresh, safe, comfortable, which from the visual elements obtained a branding kit component that can be applied in the long term, developing a visual identity so that it builds consumer trust and is different from other competing brands.