

Perancangan Visual Branding Kripik Tahu Pong Bima Karya

Wahyu Hendra Sulistiawan

wahyuhendrasulistiawan@gmail.com

Universitas Mercu Buana Yogyakarta

Abstrak

Tahu merupakan salah satu makanan favorit masyarakat Indonesia, sebagaimana tahu sangat mudah diolah untuk dijadikan beberapa produk yang lebih menarik dan langsung bisa dikonsumsi. UMKM Bima Karya merupakan UMKM yang berjalan di bidang kuliner oleh-oleh. Kripik tahu pong sebagai produk dari UMKM Bima Karya, sebagai Owner, Dhito Vernanda mengharapkan dari produk Kripik tahu pong ini bisa dikenal lebih luas dan bisa masuk pasar yang lebih besar. Dengan kemajuan teknologi dan SDM di Indonesia sangat berpengaruh dalam perekonomian masyarakat, terutama untuk pengembangan produk dari Kripik tahu pong Bima Karya. Konsumen sangat memperhatikan trend, dimana tidak hanya produk saja yang diminati, namun kemasan berperan penting untuk mendukung produk dari segi harga dan kualitas. Konsumen tidak hanya melihat soal rasa dan perut kenyang, namun kini konsumen mencari suasana visual yang khas dan penjelasan untuk produk makanan yang dipesan tersebut. Desain kemasan yang kreatif merupakan penunjang dalam menunjukkan brand dari UMKM Bima Karya agar produk mudah dikenal dan dapat bersaing dengan kompetitor lain. Sebagai promosi produk dari kripik tahu pong Bima Karya sebuah media yang disiapkan diantaranya adalah sebuah merchandise serta media pendukung seperti poster dan *stand banner*, ini sangat diperlukan dikarenakan dengan adanya media pendukung untuk mengkomunikasikan produk dalam segi komunikasi visual yang kreatif serta menunjukkan persuasi kepada konsumen. Tahapan perancangan visual branding dilakukan dengan proses membuat layout kasar, layout lengkap, dan desain akhir. Instrumen yang digunakan dalam perancangan berupa kertas, pulpen, komputer, dan menggunakan software *Coreldraw*, *Affinity Designer*, dan *Adobe Photoshop*. Perancangan *Visual branding* berupa desain kemasan produk Kripik tahu pong yang terdapat bagian penting sebagai identitas seperti logo dan nama yang lebih mengkomunikasikan produk, serta desain *merchandise* hingga desain media pendukung sebagai promosi yang lebih kreatif dan baik. Konsep perancangan kemasan dan *merchandise* akan menggunakan tema simpel, ceria dan unik sebagai identitas *brand*. Target audiens produk ini adalah pria dan wanita usia 8-50 tahun, dengan mobilitas tinggi.

Kata Kunci: *Branding Visual*, *Desain Kemasan*, *Merchandise*, desain kreatif

Perancangan Visual Branding Kripik Tahu Pong Bima Karya

Wahyu Hendra Sulistiawan

wahyuhendrasulistiawan@gmail.com

Mercu Buana Yogyakarta University

Abstract

Tofu is one of the favorite foods of the Indonesian people, as it is very easy to process to make a number of products that are more attractive and can be consumed immediately. UMKM Bima Karya is an UMKM that operates in the culinary field of souvenirs. Kripik Tahu Pong is a product of UMKM Bima Karya, as Owner, Dhito Vernanda hopes that this Kripik Tahu Pong product can be known more widely and can enter a larger market. With advances in technology and human resources in Indonesia, it is very influential in the people's economy, especially for the development of products from Kripik Tahu Pong Bima Karya. Consumers are very concerned about trends, where not only products are of interest, but packaging plays an important role in supporting the product in terms of price and quality. Consumers don't only see taste and a full stomach, but now consumers are looking for a distinctive visual atmosphere and explanation for the ordered food product. Creative packaging design is a support in showing the brand of UMKM Bima Karya so that the product is easily recognized and can compete with other competitors. As a product promotion from Bima Karya's pong tofu chips, the media prepared includes merchandise and supporting media such as posters and banner stands. The visual branding design stage is carried out by making rough layouts, complete layouts, and final designs. The instruments used in the design are paper, pens, computers, and use Coreldraw, Affinity Designer, and Adobe Photoshop software. Visual branding design in the form of Kripik Tahu Pong product packaging design which has important parts as identity such as logos and names that communicate the product more, as well as merchandise design to supporting media design as a more creative and better promotion. The packaging and merchandise design concept will use a simple, cheerful and unique theme as a brand identity. The target audience for this product is men and women aged 8-50 years, with high mobility.

Keyword: *Visual Branding, Packaging Design, Merchandise, creative design*