

ABSTRAK

Hana merupakan salah satu *brand* usaha yang menjual cemilan atau makanan dari olahan singkon, yang berasal dari Sompilan, Tegaltirto, Kec. Berbah, Kabupaten Sleman, Daerah, Istimewa Yogyakarta 55573. Pada identitas dari segi visual yang belum maksimal dan masih belum memiliki *brand identity* dari ciri khas tersendiri. Sehingga para konsumen atau target audiens dari *brand* tersebut masih kurang diketahui tentang merek produk Hana. Saat ini Hana membutuhkan perancangan visual *branding* dalam membangun *brand identity* agar dengan inidapat menaikan citra merek dari produk, sehingga nantinya dengan terus berjalannya usaha tersebut dapat menjangkau target pasar yang lebih luas. Pada perancangan ini tujuannya agar dapat membangun *brand awarnes* (kesadaran merek). Pada *brand* Hana yang harapannya mampu memiliki manfaat dan citra positif kepada para konsumennya. Pada perancangan ini menggunakan metode pemikiran desain dengan analisis 5W+1H (What, Who, Where, When, Why, dan How) agar bisa dapat memecahkan masalah yang ketika ditemukan pada produk. Rancangan yang dibuat berupa yaitu: *feed* Instagram, slogan/*tagline*, dan membuat beberapa desain visual seperti spanduk, kemasan, *paper bag*, *X-banner*, baju kaos, Apron, Poster, gantungan kunci dan stiker.

Kata Kunci: Media Visual *Branding*, *Brand Identity*, Umkm Hana

ABSTRACT

Hana is a business brand that sells snacks or food made from processed cassava, originating from Sompilan, Tegaltirto, Kec. Berbah, Sleman Regency, Daerah, Special Yogyakarta 55573. In terms of visual identity, it is not maximized and does not yet have a brand identity with its own characteristics. So that consumers or the target audience of the brand are still not well known about the Hana product brand. Currently, Hana needs a visual branding design in building a brand identity so that this can enhance the brand image of the product, so that later with the ongoing business the business can reach a wider target market. In this design the goal is to build brand awareness (brand awareness). The Hana brand hopes to be able to have benefits and a positive image for its consumers. This design uses the design thinking method with 5W+1H analysis (What, Who, Where, When, Why, and How) in order to solve problems found in the product. The designs made were in the form of: Instagram feeds, slogans/taglines, and made several visual designs such as banners, packaging, paper bags, X-banners, t-shirts, aprons, posters, key chains and stickers.

Keywords: Branding Visual Media, Umkm Hana, Brand Identity