

ABSTRAK

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang merupakan sektor penopang perekonomian masyarakat Indonesia. Selain berperan penting dalam menunjang perekonomian Indonesia, Kualitas cita rasa suatu produk pangan mempunyai pengaruh yang besar terhadap operasional suatu UMKM, namun visualisasi kemasan dan branding produk menjadi salah satu hal yang perlu diperhatikan. Baik atau tidaknya produk dilihat oleh konsumen akan mempengaruhi penjualan produk. Melalui visualisasi yang unik dan menarik, konsumen dapat mengenal lebih baik karakteristik dari UMKM. Penelitian ini bertujuan untuk membantu dan merancang media promosi dari “USEP UMKM tempe Nongkosingit”, Menjadi daya tarik perusahaan, Merancang *branding visual identity* USEP KM tempe Nongkosingit dengan menguatkan *Brand* melalui media komunikasi *visual* yang komunikatif. Berdasarkan hasil perancangan Brand identity “USEP KM Tempe Nongkosingit” yang telah dibuat, menunjukkan bahwa perancangan *branding identity* menjadi inovasi bagi ”USEP KM Tempe Nongkosingit” dalam membangun sebuah kepercayaan pada masyarakat melalui media pendekatan kepada masyarakat melalui media-media pendukung seperti kartu nama, poster, kemasan yang menarik, merchandise sebagai hadiah dalam ketentuan dalam pembelian dan lain sebagainya. Disamping itu, dengan perancangan *branding identity* dapat membantu “USEP KM Tempe Nongsingit” meningkatkan kualitas produknya sehingga mudah dikenali oleh konsumen dan menjadikan salah satu UMKM penghasil tempe berkemasan plastik di padukahan nongkosingit, dadapayu, Kecamatan Semanu, Kabupaten Gunung Kidul, Yogyakarta.

Kata kunci: UMKM, Perancangan, media promosi, Identitas.

ABSTRACT

Micro, small and medium enterprises (MSMEs) are the sectors that support the economy of Indonesian society. The taste quality of a food product not only plays an important role in supporting the Indonesian economy but also has a great impact on the business operations of an MSME, but the visualization of the packaging and product branding is one of the things that need to be paid attention to. Whether the product is marketed to consumers or not affects product sales. Through unique and interesting visualizations, consumers can better understand the characteristics of MSMEs. This research aims to support and design advertising media for “USEP UMKM Tempe Nongkosingit” to become a corporate attraction and design the visual brand identity of USEP KM Tempe Nongkosingit by strengthening the brand through communicative visual communication media. Based on the results of the created brand identity draft “USEP KM Tempe Nongkosingit”, it is shown that the brand identity draft represents an innovation for “USEP KM Tempe Nongkosingit” in building trust in the community through media approaches Community through supporting media such as business cards, Posters, attractive packaging, merchandise as a gift with purchase, etc. In addition, creating a brand identity can help “USEP KM Tempe Nongsingkit” improve the quality of its products so that they are easily recognized by consumers and make it one of the MSMEs , who produce plastic packaged tempeh in Padukuhan Nongkosingkit, Dadapayu, Semanu District, Gunung Kidul Regency, Yogyakarta.

Keywords: *MSMEs, design, advertising media, identity.*