

## ABSTRAK

Kerupuk Ganepo Ibu Titik adalah industri rumahan di bidang kuliner yang membutuhkan perancangan visual branding dan promosi media sosial Instagram untuk memperkuat identitas visualnya. Dengan meningkatnya jumlah UMKM di Kabupaten Bantul dan persaingan yang ketat, identitas visual yang belum optimal di berbagai platform media dapat menghambat perkembangan usaha ini. Penelitian ini, berjudul "Perancangan *Visual Branding* dan Promosi Media Sosial Instagram Kerupuk Ganepo Ibu Titik Jamprit Pundong Bantul," mengkaji bagaimana merancang visual branding dan promosi media sosial yang efektif.

Strategi yang digunakan meliputi pendekatan STP, pesan komunikatif, strategi kreatif, dan komunikasi informatif di media sosial, dengan pendekatan komunikasi visual yang menekankan pada penguatan identitas merek. Tahapan perancangan terdiri dari pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi, dengan sumber data dari wawancara pemilik usaha dan analisis SWOT serta 5W+1H.

Hasil perancangan meliputi logo usaha, kemasan, *banner*, *booth portable*, kaos, stiker *merchandise*, gantungan kunci, ikon sorotan Instagram, *feed*, dan *story* Instagram. Disimpulkan bahwa perancangan ini membutuhkan pemahaman mendalam tentang unsur visual yang mencerminkan makna tradisional, sederhana, terjangkau, dan ceria, yang dapat diterapkan dalam jangka panjang untuk memperkuat identitas visual, membangun kepercayaan konsumen, dan membedakan merek dari kompetitor lainnya.

Kata kunci: *visual branding*, promosi media sosial, karya desain.

## ABSTRACT

Kerupuk Ganepo Ibu Titik is a home-based culinary industry that requires visual branding design and Instagram social media promotion to strengthen its visual identity. With the increasing number of SMEs in Bantul Regency and intense competition, suboptimal visual identity across various media platforms can hinder the business development. This research, titled "Designing Visual Branding and Instagram Social Media Promotion for Kerupuk Ganepo Ibu Titik Jamprit Pundong Bantul," examines how to design effective visual branding and social media promotion.

The strategy used includes the STP approach, communicative messages, creative strategies, and informative communication on social media, with a visual communication approach that emphasizes strengthening brand identity. The design stages consist of pre-production, production, and post-production, with data sources from interviews with the business owner and SWOT analysis as well as 5W+1H.

The design outcomes include the business logo, packaging, banner, portable booth, t-shirts, merchandise stickers, keychains, Instagram highlight icons, feeds, and stories. It is concluded that this design requires a deep understanding of visual elements that reflect traditional, simple, affordable, and cheerful meanings, which can be applied in the long term to strengthen visual identity, build consumer trust, and differentiate the brand from competitors.

Keywords: *visual branding*, social media promotion, design work.