

## ABSTRAK

Bisnis dibidang kuliner semakin hari semakin berkembang meski di tengah kondisi pandemi saat ini khususnya di Kota Padang, salah satunya adalah martabak mesir yang merupakan makanan kudapan olahan tepung yang sangat digemari oleh semua kalangan masyarakat. Martabak Mesir H.Wan merupakan salah satu *brand* makanan di Kota Padang yang menawarkan sajian kudapan olahan tepung dengan *unique selling points* yaitu martabak dengan rempah khas daerah dan berbahan dasar alami. Permasalahan yang dimiliki UMKM Martabak Mesir H.Wan yaitu tidak tersampainya pesan yang ingin dibangun terhadap konsumen bahwa martabak mesir merupakan makanan khas daerah Kota Padang, serta kurangnya strategi kreatif *branding* dan media visual yang dilakukan. Kegiatan *branding* merupakan sebuah kegiatan yang tidak hanya berujung kepada proses pembelian akan tetapi memelihara keberlanjutan pembelian dan *awareness* dari para pengunjung. Perancangan tugas akhir yang didasari oleh menurunnya jumlah pengunjung karena kurangnya strategi *branding* yang dilakukan. Tujuan perancangan dari sebuah kegiatan *branding* ini adalah terancangannya strategi kreatif pesan *branding* dan strategi media visual *branding* Martabak Mesir H.Wan di Kota Padang. Dengan menganalisa kompetitor menggunakan SWOT, kemudian menganalisa target audiens menggunakan AOI, dan menggunakan AISAS sebagai strategi promosi. Dengan adanya penelitian ini diharapkan hasil dari penelitian UMKM Martabak Mesir H.Wan dapat dikenali oleh para konsumen sebagai peyedia sekaligus pelopor martabak mesir di daerah Padang yang dikemas dengan konsep tradisional Kota Padang.

**Kata Kunci:** *Awareness, branding*, makanan khas daerah, Martabak H.Wan.