

ABSTRAK

Perancangan Ulang Identitas Visual dan Implementasinya pada Promosi UKM Ayam
Geprek Eyang Uti
oleh
Dava Herian
NIM: 1601174339

Kuliner adalah bisnis yang sangat diminati di zaman ini, banyak UKM atau resto yang dibuka secara *online* dan menggunakan platform jual beli *online*, misalnya seperti aplikasi penyedia *online*. Platform tersebut banyak digunakan oleh orang-orang yang sibuk seperti mahasiswa dan pekerja yang sibuk, karena itulah orang-orang dengan gaya hidup seperti ini lebih memilih untuk memesan makanan secara *online* dan langsung diantar ke tempat melalui aplikasi *online*. UKM Ayam Geprek Eyang Uti adalah salah satu dari UKM yang memanfaatkan aplikasi online seperti GoFood untuk menjual produknya. Namun dalam prosesnya, UKM Ayam Geprek Eyang Uti belum melakukan promosi secara efektif melalui media sosial, dan juga belum memiliki identitas visual yang layak seperti UKM pesaing lainnya. Dalam laporan ini, untuk perancangan ulang identitas visual UKM Ayam Geprek Eyang Uti dan implementasinya dalam media promosi, memerlukan metode-metode tertentu. Metode yang digunakan adalah studi pustaka, observasi, wawancara, kuesioner, dan selanjutnya menggunakan analisis matriks observasi logo, serta media yang digunakan. Hasil dari perancangan ulang identitas visual dan penerapannya pada media promosi sangat diperlukan sebagai sebuah *brand image* agar lebih dikenal oleh konsumen. Dengan adanya perancangan ini, diharapkan mampu membantu UKM Ayam Geprek Eyang Uti untuk dikenal lebih luas dan dapat menarik lebih banyak calon konsumen agar membeli produknya.

Kata kunci : Identitas visual, promosi, Ayam Geprek Eyang Uti.