

ABSTRAK

Komunikasi pemasaran merupakan elemen penting yang dapat menentukan kesuksesan sebuah merek. Melalui komunikasi pemasaran, merek dapat menciptakan dan memberikan pengalaman yang baik bagi konsumen. Hal ini akan berpengaruh terhadap keputusan pembelian yang dilakukan konsumen mengenai sebuah produk atau jasa. Keputusan pembelian yang dilakukan konsumen bergantung kepada bagaimana identitas visual dari merek tersebut dapat menyampaikan pesan persuasi secara efektif. Kemasan merupakan salah satu bentuk yang memiliki peranan penting ketika menyampaikan pesan dalam komunikasi pemasaran. Maka dari itu, kemasan serta pesan persuasi yang disampaikan di dalamnya dapat membantu pelaku usaha terutama Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah atau UMKM dalam menarik konsumen. UMKM Onde-Onde Ceplis Alfajo merupakan salah satu UMKM yang memanfaatkannya. Onde-Onde Ceplis Alfajo adalah salah satu UMKM yang ada di Kabupaten Bekasi sejak 2016. UMKM ini menjual makanan ringan berupa onde-onde kering. Meskipun telah beroperasi sejak 2016, UMKM ini belum menunjukkan perkembangan yang signifikan. Salah satu penyebabnya adalah ketidakmampuan untuk mencapai target *audiens* utama, yaitu generasi millennial. Masalah ini dipengaruhi oleh kurangnya upaya dalam menyampaikan pesan persuasi yang efektif melalui pemilihan visual yang tepat pada kemasan. Oleh karena itu, produksi kemasan baru pada UMKM Onde-Onde Ceplis Alfajo dapat menjadi sebuah solusi dalam menyampaikan pesan persuasi dalam pemasaran sehingga dapat mencapai target *audiens* utama.

Kata Kunci: Identitas Visual, Pesan Persuasi, Kemasan Baru, UMKM Onde-Onde Ceplis Alfajo.