

ABSTRAK

DKI Jakarta mengalami pertumbuhan jumlah UMKM yang sangat pesat sejak tahun 2019. UMKM memerlukan identitas visual yang kuat dan strategi kreatif agar dapat bersaing. Salah satunya dengan cara menggunakan media promosi. UMKM Dapur Yana merupakan salah satu UMKM yang berlokasi di kota Jakarta. UMKM Dapur Yana bergerak di industri kuliner dan telah berdiri sejak tahun 2018. UMKM Dapur Yana belum memiliki identitas visual yang konsisten dan media promosi yang layak sehingga menyebabkan berkurangnya kredibilitas brand UMKM Dapur Yana yang berpengaruh kepada penjualan produk. Penelitian ini bertujuan untuk menghasilkan rancangan identitas visual dan media promosi yang mampu membentuk citra brand yang kuat pada UMKM Dapur Yana sehingga mendapatkan awareness target konsumennya. Identitas visual dan media promosi yang dirancang, berisi informasi mengenai *brand* UMKM Dapur Yana beserta produknya. Metode penelitian menggunakan metode kualitatif berupa analisis data hasil observasi, wawancara kepada ahli, studi literatur serta metode kuantitatif berupa kuisioner kepada responden yang sesuai dengan target pasar. Metode perancangan identitas visual dan implementasinya pada media promosi menggunakan metode *design thinking*. Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan *awareness* calon konsumen kepada Dapur Yana melalui identitas visual dan implementasinya pada media promosi.

Kata kunci: Identitas Visual, Media Promosi, UMKM, Brand.