

ABSTRAK

Kondisi ekonomi kerakyatan di Indonesia pasca pandemi Covid-19 sempat menurun. Salah satu upaya menanganinya adalah dengan program pemberdayaan usaha yaitu digitalisasi UMKM. Salah satu UMKM yang belum memasuki dunia digital adalah UMKM Mireng Pak Muslih Banyumas. Usaha ini memproduksi cemilan bernama mireng yaitu kerupuk khas Banyumas yang berbentuk seperti *mie*. UMKM ini cukup legendaris karena sudah beroperasi sejak 1965. Meskipun sudah berjalan sekitar 60 tahun, kondisi UMKM Mireng Pak Muslih saat ini belum bisa melakukan promosi secara *online* karena keterbatasan pengetahuan dan belum memiliki *branding* perusahaan. Hal tersebut membuat konsumen sulit mengenali merek Mireng Pak Muslih. Selain itu, kondisi tersebut juga dapat memberikan peluang terjadinya pencurian merek. Maka dari itu, perlu dirancang *branding* UMKM Mireng Pak Muslih untuk meningkatkan *brand awareness*. Pengumpulan data pada perancangan ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan melakukan observasi, wawancara, dokumentasi, studi literatur dan kuisioner. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis SWOT untuk menghasilkan *unique selling proposition* dan *positioning*. *Branding* dilakukan dengan merancang strategi visual dan strategi media sesuai dengan karakteristik UMKM. Fungsi lain dari *branding* adalah untuk meningkatkan *value* produk Mireng Pak Muslih sebagai oleh-oleh Banyumas dengan tampilan visual yang lebih menarik. Selain itu, dengan adanya *branding*, penjualan mireng bisa beralih dari metode konvensional menjadi promosi digital. Hasil dari perancangan ini adalah *big idea* untuk melakukan promosi yang bertujuan untuk meningkatkan *brand awareness* dengan cara merancang strategi visual dan strategi pemilihan media yang cocok untuk target audiens UMKM Mireng Pak Muslih Banyumas. *Branding* ini akan memunculkan *image* klasik dan diterapkan pada identitas visual berupa logo, media utama berupa instagram dan media pendukung berupa poster kreatif, *ambient media*, *x-banner*, *apron*, *voucher*, kemasan primer, kemasan sekunder, nota, dan *Whatsapp business*.

Kata kunci : *Branding*, *brand awareness*, makanan khas daerah, Mireng Pak Muslih.