

## INTISARI

Desa Kalisari terkenal sebagai desa pusat industri tahu. Selain industri tahu, Desa Kalisari juga memproduksi kerupuk ampas tahu. Salah satu pelopor pengrajin kerupuk ampas tahu yaitu bapak Suwardi. Usaha bapak Suwardi belum memiliki *brand* dan material promosi yang menggambarkan produk tersebut, sehingga belum banyak orang yang mengetahui kerupuk ampas tahu produksi bapak Suwardi. Maka dari itu, tujuan perancangan *branding* dan media promosi produk kerupuk ampas tahu ini adalah membuat identitas dari produk kerupuk ampas tahu untuk memiliki tampilan yang menarik, serta menginformasikan kepada konsumen tentang produk kerupuk ampas tahu bapak Suwardi melalui media informasi yang tepat dan menarik. Selain itu manfaat yang didapat dari pengembangan produk dengan perancangan *branding* dan media promosi bagi usaha adalah meningkatkan profit. Metode yang digunakan adalah metode kualitatif yang bertujuan untuk mencari dan mengumpulkan data dan informasi terkait dengan objek penelitian secara tepat dan efisien untuk keberhasilan *branding* kerupuk ampas tahu bapak Suwardi Desa Kalisari. Teknik pengumpulan data yang dilakukan menggunakan teknik berupa wawancara, observasi, serta dokumentasi. Hasil dari perancangan ini adalah pembuatan nama produk, logo dan *tagline* yang didukung oleh media promosi instagram sebagai media utama serta *flyer*, *banner*, *paper bag*, *packaging* dan *merchandising* sebagai media promosi pendukung. Melalui perancangan *branding* dan promosi produk kerupuk ampas tahu bapak Suwardi masyarakat bisa mengetahui tentang informasi produk.

kata kunci : branding, media promosi, produk, kerupuk ampas tahu.