

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul *Visual Identity Salsa d'nay Snack untuk meningkatkan Brand Awareness*. *Visual identity* berupa logo merupakan satu kebutuhan akan suatu identitas pada setiap produk untuk dikenali dan diingat oleh para konsumen. Salah satu yang mempunyai masalah dalam hal *visual identity* yaitu para UMKM. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang perancangan *visual identity* untuk salah satu UMKM yaitu Salsa d'nay yang bergerak di bidang camilan olahan kentang mustofa karena belum memiliki identitas visual dan media promosi yang tepat. Penelitian ini bertujuan untuk menanamkan *aware* pada konsumen terhadap adanya *visual identity* pada Salsa d'nay, dimana nantinya akan dibuatkan sebuah *visual identity* berupa logo. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan melakukan wawancara mendalam kepada informan yang memiliki peran besar di dalam penelitian. Selain itu penulis juga melakukan observasi pada rumah produksi untuk menggali brand, studi literatur untuk mendalami *visual identity*, serta melakukan analisis SWOT, analisis kompetitor, menentukan *USP* dan *positioning*. Data yang telah diperoleh kemudian diolah untuk melakukan perancangan logo dan membuat *visual identity* yang simple, konsisten serta memberikan karakteristik bagi Salsa d'nay. Konsep perancangan dan pengaplikasian pada media dari *visual identity* Salsa d'nay yaitu *simple fun* dan membangkitkan minat masyarakat sesuai dengan citra produk yang ingin ditampilkan. Berdasarkan analisis tersebut, maka desain yang akan dirancang sebagai media pengaplikasian dari *visual identity* Salsa d'nay adalah nota pembayaran, stempel, banner, kemasan, apron, dan desain Instagram ads untuk mempresentasikan citra produk dan membangun *awareness* dengan harapan supaya Salsa d'nay dapat diingat oleh konsumen .

Kata kunci: Identitas Visual, Logo, Keripik Kentang mustofa Salsa d'nay