

## ABSTRAK

Nama : Muhammad Arif Rahman  
NIM : 42319210002  
Program Studi : Desain Komunikasi Visual  
Judul Laporan Tugas Akhir : Perancangan Visual Identitas Branding UMKM  
"BE'EM Rice Box Mba Opi"  
Pembimbing : Dwi Ramayanti, S.Sn, M.Sn

Tugas Akhir ini berjudul "Perancangan Identitas Branding UMKM BE'EM Rice Box Mba Opi". Penelitian ini bertujuan untuk membangun identitas branding melalui desain *Graphic Standard Manual (GSM)* dengan tujuan untuk lebih mengenalkan UMKM BE'EM Rice Box Mba Opi kepada masyarakat luas. Identitas branding yang efektif menjadi kunci dalam memperkuat pesan yang ingin disampaikan dan meningkatkan daya tarik visual terhadap konsumen. Fokus utama penelitian adalah pada komunikasi dari branding untuk menyampaikan pesan dengan jelas, membangun hubungan emosional dengan konsumen, serta menggambarkan karakteristik, nilai, dan keunikan dari brand tersebut. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat membantu UMKM BE'EM Rice Box Mba Opi dalam memperkenalkan identitas brand secara efektif kepada masyarakat luas, meningkatkan daya tarik visual serta kesan estetika yang kuat. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan manfaat bagi perkembangan ilmu desain, menjadi referensi bagi mahasiswa DKV, dan memberikan informasi bermanfaat bagi masyarakat desain dan industri kuliner.

**Kata Kunci:** *Perancangan, Identitas Branding, UMKM*

## ABSTRACT

Name : Muhammad Arif Rahman  
NIM : 42319210002  
Study Program : Desain Komunikasi Visual  
Tittle Final Project/Thesis : Perancangan Visual Identitas Branding UMKM  
"BE'EM Rice Box Mba Opi"  
Counsellor : Dwi Ramayanti, S.Sn, M.Sn

*This Final This Final Project is entitled "Designing Brand Identity for UMKM BE'EM Rice Box Mba Opi." This research aims to develop brand identity through the Graphic Standard Manual (GSM) design with the objective of introducing UMKM BE'EM Rice Box Mba Opi to the general public. Effective branding identity is crucial in reinforcing the intended message and enhancing visual appeal to consumers. The primary focus of this research is on the communication aspect of branding to deliver a clear message, establish an emotional connection with consumers, and depict the characteristics, values, and uniqueness of the brand. The results of this research are expected to assist UMKM BE'EM Rice Box Mba Opi in effectively introducing their brand identity to the wider audience, increasing visual appeal, and creating a strong aesthetic impression. Furthermore, this research is anticipated to provide benefits for the development of design knowledge, serve as a reference for DKV students, and offer valuable insights to the design community and culinary industry.*

**Key Words:** *Design, Brand Identity, UMKM (Micro, Small, and Medium Enterprises)*