

ABSTRAK

Ulfa Alfiannanda Regita Rani, 2023. Perancangan *Visual Identity* “Milstick” Sebagai Citra Produk. Tugas Akhir, Program Studi Desain Komunikasi Visual (S1), STIKI – MALANG, Pembimbing: Bagus Kristomoyo Kristanto, Co. Pembimbing: Rahmat Kurniawan

Kata kunci: Visual Identitas, Logo, Kemasan, Produk

Milstick adalah merek makanan ringan atau jenis kue kering yang diproduksi oleh Usaha Mikro Kecil, dan Menengah (UMKM). Milstick ini berbahan dasar tepung terigu dan telur yang berbentuk pipih panjang dengan bahan utama yang menjadi ciri khas yaitu susu sapi perah murni dari hasil peternakan sendiri. Saat ini diketahui bahwa Milstick belum memiliki konsep desain khas yang mudah untuk dikenali, seperti yang ditunjukkan pada penggunaan logo desain yang berada pada label terlalu kompleks dan kurang representative, hal ini menjadikan dasar bahwa pemilik kurang memikirkan pentingnya menciptakan *visual identity* untuk sebuah produk. Maka dari itu, perancangan *visual identity* yang meliputi logo, warna, dan kemasan sangatlah penting. Perancangan ini menggunakan metode *design thinking*, yang dikaji dengan menggunakan pendekatan 5W+1H. Terdapat media pendukung untuk menunjang media utama dalam perancangan ini diantaranya kaos, celemek, *stationary set*, serta kemasan sekunder dan tersier.

ABSTRACT

Ulfa Alfiannanda Regita Rani, 2023. Designing "Milstick" Visual Identity As A Product Image. Final Project, Study Program Visual Communication Design (S1), STIKI – MALANG, Advisor 1 : Bagus Kristomoyo Kristanto, Advisor 2 : Rahmat Kurniawan

Keywords: Visual Identity, Logo, Packaging, Product

Milstick is a snack brand or type of pastry produced by Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs). Milstick is made from wheat flour and eggs in a long flat shape with the main ingredient that characterises it, namely pure dairy milk from its own farm. Currently it is known that Milstick does not have a distinctive design concept that is easy to recognise, as shown in the use of the design logo on the label which is too complex and less representative, this makes the basis that the owner does not think about the importance of creating a visual identity for a product. Therefore, designing a visual identity that includes logo, colour, and packaging is very important. This design uses the design thinking method, which is studied using the 5W+1H approach. There are supporting media to support the main media in this design including t-shirts, aprons, stationary sets, and secondary and tertiary packaging.