

ABSTRAK

“PERANCANGAN BRAND IDENTITY DAN MEDIA PROMOSI UNTUK MAKANAN RINGAN CRUN-CHIC”

Perancangan ini dilakukan dalam rangka pembuatan *brand identity* dan media promosi untuk bisnis Crun-Chic agar *brand* baru ini dapat dikenal oleh masyarakat luas dan dapat tepat ke sasaran konsumen yang dituju. Crun-Chic adalah sebuah bisnis baru di Surabaya yang bergerak di bidang makanan berupa makanan ringan kulit ayam yang renyah dengan varian rasa *salted egg*. Target sasaran bisnis ini yaitu anak muda dan mereka yang tinggal di kost menjadikan produk Crun-Chic ini cocok untuk kalangan menengah. *Value* yang ditawarkan bisnis ini yaitu makanan ringan yang cocok dikonsumsi sebagai cemilan bahkan bisa juga untuk lauk makan. Dalam perancangan ini menggunakan metode penggalan data primer melalui wawancara kepada beberapa narasumber dan survei kepada sejumlah responden serta penggalan data sekunder melalui studi literatur yang kemudian dianalisa dengan teliti sehingga diharapkan dapat menjadi solusi komunikasi visual dalam menghasilkan identitas *brand* Crun-Chic yang tepat dengan strategi pemasaran yang sesuai dan efektif agar *brand* Crun-Chic dapat dikenal oleh calon konsumen.

Kata kunci: *Brand, Brand Identity, Media Promosi, Makanan Ringan, Salted Egg*

ABSTRACT

“DESIGNING BRAND IDENTITY AND PROMOTIONAL MEDIA FOR CRUN-CHIC SNACK”

This design is made in order to creating brand identity and promotional media for Crun-Chic so this newly born brand can be known massively by society and can be targeted at the selected consumer. Crun-Chic is a new venture on Surabaya engaged in food sector in the form of snacks made of salted egg flavoured crunchy chicken skin. This venture targets young society and for them who lives on boarding house so that makes this product suitable for middle-class peoples. The value that offered by Crun-Chic is a snack that are not only purposed as spare time snack but Crun-Chic is also suitable to be eaten with other main dishes. This design is using both primary data collecting methods through interviews to several interviewees and surveys to a number of respondents along with secondary data collecting method through literature research, which is then carefully analyzed so that is expected to be a visual communication solution in creating the correct brand identity for Crun-Chic with the appropriate and effective marketing strategies so this Crun-Chic brand can be succesfully known to all of the prospective customers.

Keywords: Brand, Brand Identity, Promotional Media, Snack, Salted Egg.