

ABSTRAK

Industri kerajinan kulit merupakan salah satu industri di Indonesia yang memiliki daya saing tinggi dan mampu menyerap banyak tenaga kerja. Daerah Istimewa Yogyakarta merupakan salah satu daerah penghasil kerajinan kulit yang terkenal di Indonesia. Di Yogyakarta terdapat satu Usaha Kecil Menengah (UKM) yang memproduksi kerajinan koper kulit. Koper kulit hasil produksi UKM ini telah mampu diekspor ke mancanegara. Namun, jumlah pemesanan tidak sebanding dengan kapasitas produksi koper kulit di UKM ini. Kapasitas produksi perbulan UKM ini sebanyak seratus koper, sedangkan pesanan perbulan rata-rata hanya tiga puluh koper. Keberadaan koper kulit UKM ini juga masih belum banyak diketahui oleh masyarakat. Di antara penyebabnya adalah koper kulit UKM ini tidak memiliki *brand* yang berfungsi sebagai identitas sehingga mudah dikenal oleh masyarakat dan promosi yang dilakukan masih belum maksimal. Maka dari itu perlu dilakukan perancangan *brand* yang dapat diimplementasikan pada media promosi. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah studi literatur, observasi, wawancara, dan juga kuesioner yang dianalisis menggunakan analisis matriks sehingga dapat dihasilkan konsep pesan, *big idea*, konsep kreatif, konsep media, dan hasil perancangan, sehingga dapat tercipta sebuah *brand* yang dapat diimplementasikan di media promosi pada UKM koper kulit ini. Dengan *brand* tersebut, diharapkan UKM koper kulit tersebut dapat membantu lebih mudah dikenal oleh masyarakat dan dapat membantu meningkatkan potensi penjualan koper kulit UKM tersebut.

Kata Kunci: UKM, Kerajinan, Koper Kulit, *Brand*, Media Promosi.