

ABSTRAK

PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL DAN MEDIA PROMOSI RATU ECENG

UMKM Ratu Eceng melihat dan menangkap potensi di tengah meningkatnya pertumbuhan tanaman eceng gondok sekitar Danau Cipondoh, Kota Tangerang, dengan bergerak untuk menciptakan produk *eco-friendly* atau ramah lingkungan yang tujuan utamanya yaitu salah satu upaya dalam pengendalian gulma. Selama 14 tahun fokus dalam mengembangkan bisnis, produk yang telah dihasilkan oleh Ratu Eceng yaitu aneka tas, *laundry bag*, *placemat*, *round puff*, kursi, sofa, dan lain-lain. Sejak awal usaha ini berdiri, Ratu Eceng menggunakan teknik penjualan secara *offline* (rumah produksi) dan mencoba teknik penjualan secara *online* menggunakan *platform* WhatsApp, Instagram, Facebook, Website dan *E-commerce*. Namun belum banyak masyarakat umum yang mengetahui usaha kerajinan tangan Ratu Eceng karena Identitas visual yang digunakan belum sesuai dengan karakteristik Ratu Eceng, dan media promosi yang digunakan masih kurang optimal, hal tersebut masih bisa untuk dikembangkan lagi sehingga dapat lebih efektif dan efisien. Adapun metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kombinasi atau kualitatif dan kuantitatif dengan melakukan observasi, wawancara, kuesioner, dan studi pustaka. Kemudian dianalisis dengan matriks perbandingan, hingga mendapatkan kesimpulan. Hasil akhir dari perancangan berupa *Graphic Standard Manual* dan implementasinya pada media promosi yang telah ditentukan melalui proses pengumpulan data dan menganalisis. Perancangan ini diharapkan dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat dengan membangun *brand image* terhadap Ratu Eceng dan melalui media promosi yang dibuat lebih menarik dan efektif.

Kata Kunci : UMKM, Kerajinan, Tangerang, Identitas Visual, Promosi