

ABSTRAK

Abstrak : Dapoer Bu Tari adalah sebuah usaha mikro kecil menengah (UMKM) yang bergerak di bidang kuliner dan berlokasi di daerah Nusukan, Kota Surakarta. Pemiliknya yang bernama Notari Billy Ardiani, usaha ini berdiri diawali dengan menyediakan berbagai macam kue lalu pempek sebagai produk penjualan yang lain. Metode pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini yaitu metode kualitatif deskriptif yang meliputi observasi, wawancara, kuesioner, dan studi pustaka. Dari data yang diperoleh dari pemilik usaha, dapat disimpulkan bahwa pemilik belum puas dengan kemasan produk yang sudah ada dan berkeinginan untuk memperluas target penjualan dari produk pempeknya. Maka dari hal tersebut, dalam penelitian ini penulis merancang kemasan segmentasi penjualan pempek yang baru dan lebih informatif. Perancangan identitas visual pada kemasan ini memiliki konsep *ethnical*, yaitu mengangkat kebudayaan asal Surakarta yang berupa motif Batik Kawung sebagai ilustrasi pada kemasan. Penulis ingin menonjolkan bahwa produk pempek yang sebenarnya dari Palembang, namun produk ini dibuat dan diproduksi di Solo, yang mampu direpresentasikan melalui elemen visual yang filosofis. Hasil dari perancangan ini adalah berupa kemasan utama dan media promosi pendukung Pempek Notari yang dirancang sesuai dengan konsep yang sudah direncanakan, serta berharap bisa menjadi solusi yang terbaik untuk masalah yang ada.

Kata Kunci : Identitas Visual, Desain Kemasan, Pempek