

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk merancang identitas *visual* (*visual brand identity*) yang dapat meningkatkan *brand awareness* Kedai Ummu Sarah sebagai salah satu UMKM kuliner di Palembang. Metode yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif dengan strategi perancangan linear berdasarkan teori Wheeler. Proses perancangan dilakukan melalui tahapan: *conducting research, clarifying strategy, designing identity, creating touchpoints, managing assets*, serta pengujian dan kesimpulan. Teknik pengumpulan data meliputi observasi, wawancara, dokumentasi, serta penyebaran kuesioner. Hasil perancangan mencakup elemen-elemen *visual* seperti logo baru, tipografi, palet warna, hingga aplikasi pada media promosi seperti stiker, *banner*, kartu nama, dan buku menu. Perancangan *visual* ini menunjukkan peningkatan identitas *brand* yang lebih konsisten, profesional, dan mudah dikenali oleh konsumen. Dengan identitas *visual* yang baru, Kedai Ummu Sarah diharapkan dapat memperluas jangkauan pasar dan memperkuat citra merek di tengah persaingan UMKM.

Kata kunci: *Visual Brand Identity, Canva, UMKM, Brand Awareness, Desain*