Universitas Widyatama
Jurusan Desain Komunikasi Visual
Program Studi Desain Komunikasi Visual
Bandung, 07 Agustus 2025
Tino Nugraha 40921100016

ABSTRAK

Perancangan *brand identity Mie Aceh Bawi* bertujuan untuk membentuk identitas merek yang kuat, otentik, dan mudah dikenali di tengah persaingan pasar kuliner yang semakin ketat, khususnya di kota Bandung sebagai salah satu destinasi wisata kuliner nasional. Kedai ini menyajikan makanan khas Aceh dengan cita rasa autentik yang dibawa langsung oleh pemilik yang berasal dari Aceh. Permasalahan utama dalam penelitian ini adalah kurangnya identitas visual yang mencerminkan keunikan produk dan nilai budaya Aceh, sehingga dibutuhkan strategi branding yang efektif dan terarah. Metode yang digunakan dalam perancangan ini adalah pendekatan deskriptif kualitatif melalui observasi langsung, wawancara, dan studi pustaka. Hasil perancangan meliputi logotype, elemen grafis, kemasan makanan dan minuman, atribut karyawan, media promosi cetak, serta strategi komunikasi digital melalui media sosial. Konsep visual yang diangkat menggunakan gaya tradisional dengan nuansa warna rempah khas Aceh, tipografi yang ramah dan mudah dibaca, serta fotografi makanan yang menggugah selera. Diharapkan, perancangan ini dapat meningkatkan daya tarik konsumen, memperkuat brand recognition, serta menjadi referensi dalam pengembangan branding kuliner berbasis budaya lokal.

Kata Kunci: Brand Identity, Mie Aceh, Desain Grafis, Identitas Visual, Budaya Lokal

Widyatama University
Department of Visual Communication Design
Study Program of Visual Communication Design
Bandung, August 7, 2025
Tino Nugraha 40921100016

ABSTRACT

The Brand Identity design of *Mie Aceh Bawi* aims to establish a strong, authentic, and recognizable brand identity amidst the increasingly competitive culinary market, particularly in Bandung, which is known as a national culinary tourism destination. This eatery offers traditional Acehnese dishes with authentic flavors brought directly by the owner, a native of Aceh. The main issue addressed in this project is the lack of a visual identity that effectively represents the uniqueness and cultural value of Acehnese cuisine, which requires a targeted and strategic branding approach. This design project employs a qualitative descriptive method through direct observation, interviews, and literature studies. The results include the development of a logotype, graphic elements, food and beverage packaging, staff uniforms, printed promotional media, and digital communication strategies through social media platforms. The visual concept incorporates traditional design styles, color palettes inspired by Acehnese spices, user-friendly typography, and appetizing food photography. This project is expected to enhance consumer interest, strengthen brand recognition, and serve as a reference for developing cultural-based culinary branding strategies.

Keywords: Brand Identity, Mie Aceh, Graphic Design, Brand Identity, Local Culture