

ABSTRAKSI

Happy Rice merupakan produk baru yang akan diluncurkan oleh Catering Ibu Tris. Perusahaan ini telah berdiri sejak tahun 1980. Namun produk ini belum memiliki satu pun *brand identity* yang dapat mendukung kegiatan promosinya. Sebab itu, dibutuhkan brand identity yang mendukung agar produk ini segera dikenal dan diingat oleh target marketnya.

Pembuatan brand identity produk Happy Rice diawali dengan studi literatur mengenai teori pendukung pembuatan brand identity. Kemudian dilanjutkan dengan pengumpulan data internal dan eksternal perusahaan. Dari data-data tersebut, dilakukan proses analisis untuk menentukan konsep desain serta jenis media yang akan dibuat.

Pada tahap berikutnya, dilakukan pembuatan brand identity berdasarkan konsep desain yang telah ditentukan sebelumnya. Proses pembuatan brand identity ini diawali dengan pembuatan logo, tipografi, warna, tagline, maskot serta elemen grafis. Selanjutnya dilakukan penerapan desain pada media-media yang telah ditentukan. Media-media tersebut terdiri dari kartu nama, leaflet, packaging, transportasi, seragam, voucher, kertas tips, serta website. Proses ini terdiri dari pembuatan *thumbnail*, *tight tissue*, serta *final design*.

Pada tahap selanjutnya, dilakukan uji coba verifikasi dan validasi. Pada proses verifikasi dilakukan pemeriksaan terhadap website, untuk memastikan website berjalan dengan baik dan tanpa kesalahan. Kemudian dilakukan uji validasi dengan melakukan wawancara pada responden untuk memastikan apakah brand identity yang dibuat telah sesuai dengan tujuan yang ditetapkan. Dari hasil uji coba, diperoleh kesimpulan bahwa brand identity yang dibuat dapat membantu kegiatan promosi produk agar lebih melekat dan mudah diingat di benak target marketnya.

Kata kunci: branding, brand identity, logo, website, delivery service, Happy Rice