

## ABSTRAKSI

Sentosa mini market merupakan sebuah usaha baru yang bergerak dalam bidang perdagangan terutama menyediakan kebutuhan sehari-hari. Sebuah usaha baru membutuhkan *corporate branding* yang baik. *Corporate branding* adalah serangkaian proses untuk membangun nama perusahaan menjadi merek atau *brand*. Maka dengan adanya *corporate branding*, Sentosa mini market mampu dikenal dan dibedakan dengan perusahaan lain yang bergerak dalam bidang yang sama. Pembuatan *corporate branding* diawali dengan melakukan analisis terhadap faktor internal dan eksternal mini market untuk memperoleh keunikan mini market. Dari analisis, diperoleh kesimpulan permasalahan yang sedang dihadapi dan kebutuhan yang diperlukan. Setelah memperoleh sebuah identitas yang tepat bagi Sentosa mini market dibuatlah konsep desain *corporate branding* secara keseluruhan. Konsep desain diterapkan mulai dari logo, *tagline*, warna perusahaan, tipografi, maskot dan elemen grafis serta pada media penerapan *corporate branding*. Berdasarkan pada hasil analisis dibuatlah lambang perusahaan dan media penerapan lambang perusahaan seperti: *Graphic Standart Manual (GSM)*, brosur, nota, katalog manual, seragam karyawan, dekorasi ruangan, *bumper video* dan website dinamis. Uji coba dilakukan dengan melakukan verifikasi pada keseluruhan media penerapan lambang perusahaan. Kemudian dilakukan validasi dengan menggunakan kuisioner kepada responden yang menjadi target pasar dari Sentosa mini market dan pihak perwakilan perusahaan. Setelah melakukan proses uji coba dapat disimpulkan bahwa *corporate branding* telah diterapkan secara konsisten pada seluruh media perusahaan sehingga mudah untuk diingat. Selain itu semua informasi pada media penerapan lambang perusahaan lengkap dan mudah dipahami. Adanya website juga mempermudah target pasar dalam melakukan proses pemesanan barang.

**Kata kunci :** *Corporate Branding, Graphic Standart Manual (GSM)*