

ABSTRAK

La Luna adalah usaha baru yang berada di kota Mataram, produk yang dijual oleh La Luna adalah macam-macam jenis *cake*. Target market dari La Luna adalah kalangan anak-anak hingga dewasa khususnya pencinta cake ataupun orang yang membutuhkan cake untuk mengadakan suatu kegiatan. Saat ini La Luna belum memiliki toko. La Luna mempunyai permasalahan yaitu belum memiliki identitas dan belum dikenal oleh masyarakat. Dengan adanya permasalahan tersebut La Luna membutuhkan brand identity dan media promosi yang dapat mendukung La Luna agar menjadi dikenal dan kuat di mata target marketnya. Dalam proses perancangan ini teori-teori didapatkan dari website dan buku yang berisi tentang definisi dan penjelasan dari para ahli yang akan digunakan sebagai dasar perancangan brand identity contohnya seperti logo, warna, tipografi. Pembuatan brand identity ini melalui proses analisis data La Luna dan kompetitor. Hasil dari analisis tersebut akan diolah menjadi sebuah konsep yang berbeda dari kompetitor. Kemudian menghasilkan brand identity berupa nama, logo, bentuk, warna, tipografi dan tagline. Kemudian diimplementasikan ke beberapa komponen yaitu Brand Manual Book, *signage*, label harga, *shopping bag*, dus cake dan Website. Kemudian dilakukan uji coba dan evaluasi ke beberapa target market untuk mengetahui apakah proses pembuatan brand identity ini telah sesuai dengan analisis. Dari data uji coba dan evaluasi dapat disimpulkan bahwa brand identity sudah sesuai dengan kebutuhan karena telah diterapkan secara konsisten dan jelas sehingga memudahkan target market untuk mengenali dan mengingat La Luna, informasi pada brand manual book dapat dipahami dengan jelas dan informasi pada media promosi juga tersampaikan.

Kata kunci : Brand identity, cake, kota Mataram, brand manual book, website.