

## ABSTRAK

Tasya Endira adalah usaha jasa yang berada di Kota Banjarmasin, jasa yang dijual oleh Tasya Endira adalah *make up artist*. Target market dari Tasya Endira adalah kalangan remaja hingga dewasa perempuan yang membutuhkan untuk terlihat cantik saat mengadakan suatu kegiatan atau menghadiri sebuah acara. Saat ini Tasya Endira sudah memiliki tempat usaha. Tasya Endira memiliki permasalahan yaitu belum memiliki identitas diri dan belum dikenal atau diingat oleh masyarakat. Dengan adanya permasalahan tersebut Tasya Endira membutuhkan *brand identity* dan media promosi yang dapat mendukung Tasya Endira agar menjadi dikenal, diingat dan kuat di mata target marketnya. Informasi tersebut akan didapatkan dari website dan buku sebagai dasar perancangan brand identity seperti logo, warna, dan tipografi. Pembuatan brand identity ini melalui proses analisis data Tasya Endira dan para kompetitor. Hasil dari analisis tersebut akan diolah menjadi sebuah konsep yang berbeda dari para kompetitor. Kemudian menghasilkan brand identity berupa nama, logo, bentuk, warna, tipografi dan *tagline*. Kemudian diimplementasikan ke beberapa komponen visual yaitu *brand manual book*, *signage*, *x-banner* 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 Tasya Endira, informasi pada brand manual book dapat dipahami dengan jelas dan informasi pada media promosi juga tersampaikan.

**Kata kunci :** *Brand identity, Make up artist, Kota Banjarmasin, Brand Manual Book, Website.*