

## ABSTRAK

PT. Bayu Kencana Transport adalah perusahaan yang bergerak dibidang ekspedisi pengiriman (pipa, semen, minyak bumi, dan produk) dalam jumlah besar. PT. Bayu Kencana Transport sudah berdiri sejak tahun 2012 hingga saat ini, akan tetapi belum memiliki asset visual (logo) sebagai wajah perusahaan, akibatnya nama perusahaan ini kurang dikenali oleh masyarakat. Survey awal telah dilakukan terhadap 4 responden yang diambil dari orang-orang di sekitar perusahaan yang sekiranya membutuhkan jasa ekspedisi. Para responden tersebut menyatakan bahwa mereka belum mengenali ekspedisi ini. Perusahaan ini masih dalam kondisi tidak diketahui oleh kalangan konsumennya. Kondisi ini mengakibatkan persaingan menjadi semakin sulit. Maka, dibutuhkan pengenalan identitas perusahaan supaya PT. Bayu Kencana Transport dapat bersaing dengan competitor. Proses perancangan corporate branding ini melalui tahap-tahap proses yaitu menganalisis data perusahaan, kompetitor, dan wawancara terhadap calon konsumen dan target market. Hasil dari analisa tersebut diolah menjadi konsep dan strategi desain yang kemudian akan menghasilkan thumbnail, tight tissue, dan final desain corporate branding yaitu berupa logo, warna, dan tipografi. Setelah melakukan proses penerapan, selanjutnya akan dilakukan proses uji coba dan evaluasi sehingga dapat disimpulkan bahwa proses perancangan corporate branding ini telah menjadi solusi yang benar untuk PT. Bayu Kencana Transport. Identitas dan citra baru ini telah sesuai dengan perusahaan saat ini dan untuk kedepannya. Setelah brand recognition teratasi maka hal selanjutnya yang diharapkan adalah PT. Bayu Kencana Transport dapat membangun brand awareness dengan baik. Serta dengan adanya Graphic Standard Manual, Stationary, Transportasi, dan website maka penerapan identitas yang konsisten sudah tercermin dengan baik dilingkup perusahaan maupun diluar perusahaan.

**Kata kunci** : Brand, Branding, Brand Awareness, Website, Graphic Standard Manual, Ekspedisi, Stationary, Transportasi