**ABSTRAK**

Raditya Ayub, 2023. **Perancangan Brand Identitiy dan Media Promosi Crazyshoes.mlg**. Tugas Akhir, Program Studi Desain Komunikasi Visual (S1), STIKI – MALANG, Pembimbing: Yekti Asmoro kanti, S. Si., M.A.B Co. Pembimbing: Ahmad Zaky Ramadhan,S.Sn.,M,ns

Kata kunci: Corporate Identitiy, Anggrek, Logo,

 Kusuma Orchid adalah green house sekaligus kios tanaman yang menjual bunga anggrek dan berbagai macam kebutuhan anggrek itu sendiri. berdiri sejak tahun 1991, kusuma orchid yang belum memiliki identitas visual dan mempunyai pedoman logo kusuma orchid sendiri dan kurangnya mengimplementasikan logo kedalam kemasan ataupun pengiriman pesan. Tujuan dari penelitian ini adalah mengenalkan kepada masyarakat luas.Metode perancangan yang digunakan adalah design thinking dengan bebrapa tahapan yang perlu dilakukan yaitu, empathize, define, ideate, prototype, test. Melihat permasalah yang ada solusi yang diberikan adalah melakukan perancangan brand identitiy dan memberikan media promosi yang baik untuk menarik beberapa audience terhadap produk kusuma orchid. salah satu strateginya adalah membuat logo sebagai media utama .hasil dari metode yang dilakukan adalah bahwa banyak orang yang belum mengetahui tentang adanya kusuma orchid. maka merancang corporate identitiy untuk kusuma orchid adalah implementasi desain paling tepat sebagai solusi lebih mengenalkan dan mempromosikan kusuma orchid lebih jauh lagi. Corpotate identity yang diwujudkan berupa komponen identitas dalam bentuk nama, tagline, logo, dan elemen grafis yang Perancangan corporate identitiy dilakukan menggunakan metodologi perancangan design thinking, dengan berfokus pada persepsi yang ingin diciptakan mengenai beberapa aspek didalam media, yaitu nama, warna, logo, kemasan dan lain-lain.

**ABSTACT**

*Raditya Ayub, 2023. Corporate Identity Design Kusuma Orchid. Final Project, Visual Communication Design Study Program (S1), STIKI – MALANG, Supervisor: Yekti Asmoro kanti, S. Si., M.A.B., Co. Supervisor: Ahmad Zaky Ramadhan,S.Sn.,M,ns*

*Keywords: Corporate Identity, Orchids, Logos,*

 *Kusuma Orchid is a green house and plant kiosk that sells orchids and various kinds of orchid needs. Established since 1991, Kusuma Orchid does not yet have a visual identity and has its own Kusuma Orchid logo guidelines and does not implement the logo on packaging or message delivery. The purpose of this research is to introduce it to the wider community. The design method used is design thinking with several stages that need to be carried out, namely, empathize, define, ideate, prototype, test. Seeing the problems with promotion, the solution given is to design a brand identity and provide good media to attract several audiences to Kusuma Orchid products. one strategy is to make the logo as the main medium. The result of the method used is that many people do not know about the Kusuma orchid. then designing a corporate identity for Kusuma Orchid is the most appropriate design implementation as a solution to introduce and sell Kusuma Orchid even further. Corporate identity is manifested in the form of identity components in the form of names, taglines, logos, and graphic elements. and others.*