

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk merancang *brand identity* Talamku agar dapat di kenal oleh semua orang. Tidak hanya bisa dilihat, melainkan dapat diingat, dipegang, dirasakan dan itu nyata sebagai oleh-oleh khas kota Pekanbaru. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi yang sesuai dengan perancangan serta menganalisis datanya menggunakan analisis SWOT untuk mendapatkan hasil konsep perancangan. Media utama pada penelitian ini terdiri dari logo dan desain kemasan sedangkan media pendukung yaitu *stationary set*, brosur, *billboard*, *merchandise*, dan promosi media sosial online. Hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa, *Brand Identity* Talamku dapat mengangkat citra dan membangun kesadaran pembeli terhadap eksistensi Talamku dan kota Pekanbaru yang merupakan kota Melayu.

Kata Kunci : *Brand Identity*, Citra, Melayu.