

## ABSTRAK

Pada usia pelajar pentingnya memiliki kegiatan positif di luar akademis hal ini bertujuan untuk menemukan dan melatih minat dan bakat mereka, namun seringkali para pelajar atau para orang tua bingung mencari kegiatan positif seperti apa yang diinginkan. Salah satu wadah kegiatan positif bagi pelajar adalah Marching Band Gita Pakuan yang merupakan unit kegiatan *marching band* binaan Dinas Pemuda dan Olah Raga Jawa Barat. Unit ini terus berkembang untuk menjadi *marching band* dengan kualitas yang terbaik di Indonesia, namun Marching Band Gita Pakuan menghadapi kendala dalam menyampaikan informasi kegiatannya kepada pelajar maupun para orang tua yang membutuhkan kegiatan positif di luar akademis. Hal tersebut dipengaruhi oleh masih minimnya *brand identity* yang dimiliki oleh Marching Band Gita Pakuan serta strategi *brand communication* yang belum maksimal dan belum sesuai dengan target sasaran. Untuk mengatasi kendala tersebut, penulis melakukan perancangan *brand identity* dan *brand communication* yang didasari oleh penelitian sebagai solusi yang tepat yang diharapkan dapat membantu *Marching Band* Gita Pakuan dalam menambah jumlah anggotanya dan dapat lebih dikenal oleh masyarakat umum.

**Kata Kunci:** *Brand Identity, Brand Communication, Marching Band Gita Pakuan*