

## ABSTRAK

Pada era globalisasi yang berkembang pesat, *Brand communication* bukan hanya sebuah pesan berupa iklan yang disalurkan dari berbagai *platform/media sosial* tetapi bagaimana cara sebuah merek dagang berbicara, tampil, berinteraksi, dan menyampaikan produk yang dimiliki merek dagang tersebut. Pesan yang disampaikan juga harus jelas, konsisten dan juga relevan dengan nilai dan identitas merek dagang, agar pesan tersebut dapat diterima oleh audiens/customer secara baik dan positif. Maka dari itu dalam mempromosikan suatu merek dagang, penting adanya identitas visual tujuannya agar mempermudah audiens/customer untuk dapat mengenali, memahami dan mempercayai merek dagang tersebut. Kajian ini di latar belakang oleh pentingnya memiliki identitas visual pada banyaknya pesaing dalam penjualan kue kering yang ada di Kota Bogor. Paaz cookies belum memiliki identitas visual yang tetap dan juga masih kurang dalam melakukan promosi. Tujuan dari penelitian ini yaitu Merancang identitas visual dan media promosi Paaz Cookies untuk mempertahankan eksistensi pada ketatnya persaingan bisnis kue kering yang ada di Bogor maupun seluruh Indonesia. Metode pengumpulan data yang digunakan ialah observasi, kuesioner, wawancara dan studi pustaka. Untuk menganalisis data, penulis menggunakan metode SWOT dan analisis matriks perbandingan. Hasil dari perancangan diharapkan agar dapat menjadi identitas visual Paaz cookies yang dapat lebih dikenal banyak konsumen dan dapat memperluas penjualan produk.

**Kata kunci: Identitas Visual, media Promosi, Merek dagang.**