

ABSTRAK

Provinsi Riau adalah sentral pengembangan budaya Melayu di Indonesia dan juga di Asia, salah satunya terdapat di kota terbesar di provinsi Riau yaitu kota Pekanbaru. Kota Pekanbaru memiliki beberapa kerajinan khas budaya Melayu salah satunya adalah tenun. Sanggar tenun yang memiliki daya tarik yang berbeda dari pesaingnya adalah Rumah Tenun Kampung Bandar. Memiliki kelebihan seperti menggunakan benang alami sebagai pewarna kain tenun, menggunakan daun mangga, ketapang, pandan, kunyit dan kulit jengkol. Selain itu mereka juga ramah terhadap pengunjung awam yang ingin mempelajari teknik menenun dan juga tidak dipungut biaya. Namun Rumah Tenun Kampung Bandar memiliki masalah yaitu menurunnya terget penjualan dan banyak yang belum mengetahui keberadaannya, dikarenakan memiliki masalah pada bagian promosi dan belum memiliki identitas merek karena pihak Rumah Tenun Kampung Bandar masih kurang dalam pengetahuan teknologi dan juga keterbatasan dana. Maka dari itu penelitian ini bertujuan untuk merancang dan menerapkan konsep *brand identity* dan media promosi Rumah Tenun Kampung Bandar. Dengan menggunakan metode kualitatif dan kuantitatif untuk pengumpulan data seperti melakukan, observasi, kuesioner, kajian pustaka wawancara pihak Rumah Tenun Kampung Bandar dan Dinas Pariwisata. Analisis data menggunakan metode matriks yang menghasilkan konsep pesan, *big idea*, konsep kreatif, konsep media dan hasil perancangan yang dapat menghasilkan identitas visual dan media promosi untuk Rumah Tenun Kampung Bandar. Dengan harapan dapat meningkatkan *awarness* masyarakat Pekanbaru dan warga Indonesia bahwa Rumah Tenun Kampung Bandar memiliki potensi dan juga dapat menaikkan target penjualan mereka.

Kata kunci : *Brand identity*, media promosi, Rumah Tenun Kampung Bandar , busana adat Melayu.