ABSTRAK

Yoichiz adalah *brand* produk *cake* oleh-oleh dari Bandung yang menyediakan kue pastry ukuran kecil sampai besar, beberapa produknya mirip kue dari produk Bandung Makuta namun memakai *cream cheese* yang dicampur dengan yogurt. Laporan tugas akhir dengan judul "Perancangan Strategi *Branding* Yoichiz di Bandung" ini bertujuan untuk menginformasikan dan menyampaikan pesan *value* dari produk Yoichiz sebagai pionir *cake* yogurt, karena Yoichiz belum memiliki bentuk pemyampaian informasi yang memadai dalam menyampaikan pesan *value* Yoichiz kepada *target audience* potensial. *Benefit* atau produk USP (*Unique Selling Point*) dari Yoichiz juga belum tersampaikan dengan cara yang bisa menarik perhatian khalayak sasaran.

Maka solusi dari permasalahan tersebut adalah dengan melakukan perancangan *strategi branding*. Metode yang digunakan adalah metode kualitatif dalam pengumpulan data berupa data dokumentasi, foto, hasil observasi, serta hasil wawancara, perancangan ini ditujukan kepada khalayak sasaran mahasiswa dan pekerja dengan status kelas sosial menengah di Kota Bandung. Lalu dilakukannya strategi kreatif b*randing* dan media sosial oleh penulis yang sesuai dengan karakteristik khalayak sasaran sehingga tercapainya tujuan dalam menyusun penyampaian pesan *value* kepada target sasaran dan meningkatkan *brand awareness* Yoichiz di Kota Bandung.

Kata Kunci : Yoichiz, *branding*