

Abstrak

TUJUAN PENELITIAN, ialah merancang ulang identitas visual guna selain untuk peremajaan *brand* juga sebagai tahap awal penciptaan *awareness* pada masyarakat terhadap *brand* ini.

METODE PENELITIAN antara lain dengan melakukan wawancara kepada narasumber dan konsumen dalam kategori yang bersangkutan, pengamatan dan perbandingan produk-produk yang berkaitan, dan referensi.

HASIL YANG DICAPAI menciptakan identitas visual baru dengan mempertahankan keaslian nilai-nilai yang sudah ada.

KESIMPULAN perancangan identitas visual baru yang diterapkan dalam beberapa media aplikasi (cetak maupun elektronik) untuk mengenalkan kepada masyarakat umum dengan sentuhan yang lebih menarik dan dapat diterima.

Kata Kunci

Rebranding, Visual Identity, Corporate