

## ABSTRAK

Pada tahun 2020 lalu UMKM SVGGEST berupaya meningkatkan *brand awareness* mereka dengan membangun identitas visual baru yang merespon kondisi PSBB. Namun identitas baru tersebut kurang sesuai sehingga mereka harus menguatkan kembali identitas yang lama. Penelitian ini bertujuan untuk merancang *rebranding* identitas visual dan kemasan sebagai media pendukungnya yang diharapkan dapat meningkatkan *brand awareness* serta loyalitas konsumen SVGGEST. Proses pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan metode observasi, daftar pustaka dan wawancara terhadap CEO SVGGEST. Data yang diperoleh akan dianalisis dan digunakan untuk perancangan. Hasil perancangan diharapkan dapat menjadi solusi yang tepat untuk memecahkan permasalahan yang ada pada UMKM SVGGEST.

**Kata Kunci:** UMKM, *Branding*, Identitas Visual, Kemasan