

## ABSTRAK

Indonesia merupakan negara yang kaya akan sumber daya laut, namun masyarakat Indonesia, termasuk di Bandung, masih memiliki kesadaran yang minim terkait konsumsi ikan karena beberapa anggapan negatif. Salah satu solusinya adalah dengan menghadirkan variasi masakan ikan seperti Pindang. Salah satu UMKM yang menjual olahan ikan pindang adalah Pindang Ceu Luna. Namun, produk ini masih belum memiliki identitas visual yang mengakibatkan kurangnya pengenalan dari masyarakat terhadap Pindang Ceu Luna. Adapun Metode penelitian yang digunakan yaitu metode kualitatif yang menyebabkan terciptanya identitas merek untuk Pindang Ceu Luna. Teknik sampel yang digunakan yaitu dengan melakukan wawancara kepada pemilik brand dan melakukan kuesioner kepada 50 orang. Berdasarkan hasil analisis setelah melalui berbagai tahapan, seperti mengidentifikasi masalah, mengumpulkan data, dan menganalisis masalah yang dihadapi, pindang ceu luna menyadari bahwa pemahaman tentang membangun brand identity masih belum cukup kuat. Oleh karena itu, hal ini menjadi dasar dalam merancang *brand identity* pindang ceu luna agar dapat meningkatkan daya jual dan menciptakan *brand awareness* dengan perubahan melalui logo dan kemasan. Melalui perancangan brand identity ini, diharapkan dapat membantu pemilik UMKM untuk meningkatkan nilai jual produk serta menaikkan citra di Indonesia terutama Bandung.

Kata Kunci : Perancangan, Kemasan, Pindang Ceu Luna