

## ABSTRAKSI

“*Love Bright*” adalah salah satu UMKM di kota Surabaya yang bergerak di bidang makanan kemasan vegetarian. Saat ini, “*Love Bright*” ingin mengembangkan *brand*-nya namun, ketertarikan *target market* masih cukup rendah dan “*Love Bright*” belum memiliki atribut seperti *stationery* dan seragam. Oleh karena itu, diperlukan *rebranding* pada perusahaan makanan vegetarian “*Love Bright*” yang tepat dan sesuai dengan *target market*. *Brand* bukan hanya sebuah logo dan nama, *brand* bisa menjadi sebuah pembeda, daya tarik, pemberian jaminan atau pembangun citra dan pengendali pasar. *Rebranding* adalah mengubah semua penampilan perusahaan menjadi sesuatu yang baru dengan harapan memberikan pembaharuan dibenak *target market* dan mengambil kembali perhatian *target market*. Setelah itu, dilakukan beberapa proses analisis dan diketahui pada keadaan saat ini, elemen visual “*Love Bright*” masih kurang menarik untuk bersaing dan tidak relevan dengan *target market*. Melalui analisis dapat disimpulkan *positioning* dan kebutuhan yang sesuai dengan *target market* yang merupakan masyarakat vegetarian yang memiliki gaya hidup serba instan namun tetap memerhatikan kesehatannya. Secara garis besar, proses desain dibagi menjadi dua tahap yaitu konsep desain dan proses desain. Konsep desain bertujuan agar seluruh desain berkonsep dan konsisten. Proses desain menghasilkan desain logo, *pattern*, *stationery*, kemasan, *apron*, *website* katalog sederhana dan *brand identity guidelines*. Hasil desain kemudian diimplementasi menggunakan *software* pendukung. Setelah itu, dilakukan tahap uji coba dan evaluasi yang dibagi menjadi tahap verifikasi dan validasi. Validasi dilakukan dengan pembagian kuesioner kepada *target market*. Dari hasil uji coba dan evaluasi, dapat disimpulkan bahwa *rebranding* perusahaan vegetarian “*Love Bright*” sudah meningkatkan ketertarikan *target market* secara signifikan.

**Kata kunci:** *rebranding*, perusahaan makanan, vegetarian, ciri khas