

## ABSTRAK

Gravity Production adalah perusahaan jasa *documentation* yang bergerak dibidang *wedding documentation* sebagai bidang usaha utama. Gravity Production memiliki kendala seperti merk yang kurang dikenali oleh konsumen, kurangnya mempunyai aturan khusus yang jelas dalam membuat *template design* dan kurang memiliki panduan khusus dalam menggunakan identitas merk . Maka dari itu dibutuhkan upaya *corporate rebranding* pada “Gravity Production” agar identitas dan keunggulan merk dapat disesuaikan dengan kondisi pasar dan tujuan perusahaan. Proses *rebranding* dilakukan dengan studi terhadap teori *corporate rebranding, design style, corporate color* dan lainnya serta dilanjutkan dengan melakukan analisis kondisi saat ini, kompetitor, kebutuhan, dan *positioning* yang disesuaikan dengan *target market*. *Positioning* tersebut akan menjadi dasar dalam membuat desain identitas merk yang baru serta diimplementasikan. Selanjutnya akan dilakukan uji coba dan evaluasi, terdiri dari tahapan verifikasi yang dilakukan pada hasil cetak dan validasi dengan cara wawancara kepada pemilik usaha. Melalui analisis, disimpulkan bahwa *rebranding* “Gravity Production” telah berhasil serta mampu meningkatkan ketertarikan konsumen terhadap “Jagakisah”. Identitas merk “Jagakisah” juga sudah mampu memosisikan merk sebagai *wedding documentation modern* yang mampu menjaga kisah pasangan agar tetap abadi serta mengunggulkan kualitas hasil.

Kata Kunci : *Corporate rebranding, Brand, Gravity Production, Jagakisah*

## ABSTRACT

*Gravity Production is a documentation service company engaged in wedding documentation as its main line of business. Gravity Production has constraints such as brands that are not recognized by consumers, lack of clear specific rules in making design templates and lack of specific guidelines for using brand identity. Therefore, corporate rebranding efforts are needed in "Gravity Production" so that the identity and brand advantages can be adapted to market conditions and company goals. The rebranding process is carried out by studying the theory of corporate rebranding, design style, corporate color and others and continued by analyzing current conditions, competitors, needs, and positioning tailored to the target market. This positioning will be the basis for designing and implementing a new brand identity. Furthermore, a trial and evaluation will be carried out, consisting of a verification stage carried out on the printed results and validation by interviewing business owners. Through the analysis, it is concluded that the rebranding of "Gravity Production" has been successful and has been able to increase consumer interest in "Jagaisah". The brand identity of "Jagacepat" has also been able to position the brand as a modern wedding documentation that is able to keep the couple's story lasting and to excel in the quality of the results.*

Keyword : *Corporate rebranding, Brand, Gravity Production, Jagakisah. .*