

## ABSTRAK

**Abstrak**— Bakso Pepeng yang terletak di daerah Universitas Surabaya belum banyak diketahui masyarakat karena kelemahan dan ketidaksesuaian *brand image* yang diberikan dan minimnya media promosi yang dimiliki. Semakin pudar image Bakso Pepeng mengingat persaingan pasar yang semakin kompetitif sehingga mengakibatkan penurunan jumlah *customer* Bakso Pepeng. Melihat kondisi yang seperti itu, pembuatan *re-branding* Bakso Pepeng merupakan upaya pemberian *brand image* yang sesuai sehingga dapat mengikat pelanggan yang ada serta memperkenalkan identitas visual (*visual identity*) yang baru dari bakso Pepeng yang berbeda dari kompetitor lain karena adanya peluang bagi bakso Pepeng untuk dapat berkembang lebih baik. Pada tahap awal dilakukan analisis dengan menyebarkan kuesioner kepada responden dengan target market yang sesuai untuk Bakso Pepeng, selain itu juga dilakukan wawancara dengan pemilik Bakso Pepeng. Setelah informasi terkumpul maka dilakukan identifikasi masalah dan analisis kebutuhan. Hasil dari analisis kebutuhan akan digunakan sebagai pedoman untuk langkah selanjutnya yaitu desain. Langkah selanjutnya yaitu dilakukannya pembagian kuesioner kepada 15 responden yang sesuai dengan target market guna memberikan penilaian terhadap hasil rancangan rebranding Bakso Pepeng di Surabaya. Selain kuesioner, juga dilakukan wawancara dengan pemilik Bakso Pepeng untuk menilai website yang telah diimplementasikan. Dari hasil kuisisioner dan wawancara, hampir semua jawaban dari responden maupun pemilik sudah memenuhi kebutuhan dan cukup menarik untuk target market. Dengan demikian, pembuatan rebranding Bakso Pepeng di Surabaya telah mencapai tujuan yang diinginkan.

**Kata kunci:** *rebranding, bakso, pepeng, surabaya*

**Abstract** — *Not many people know about Bakso Pepeng, which is located near Universitas Surabaya, because of the weak brand identity that has been given and their lack of promotional media owned. Bakso Pepeng's image has faded considering how big the competitive market has resulted in a decrease of Bakso Pepeng's customers. Based on that conditions, Bakso Pepeng's rebranding is an effort to provide a good brand image to attract customers and introduce them with a new visual identity of Bakso Pepeng that is different from other competitors because of the opportunity for Bakso Pepeng to develop their brand. The first step is to do an analysis by spreading questionnaires to the respondent with the right target market for Bakso Pepeng; other than that, an interview with Bakso Pepeng's owner will be done. After collecting the needed information, problem identification and needs analysis are carried out. The analysis will be used as a guide for the next step, which is design. After that, by spreading another questionnaire to 15 respondents suitable for Bakso Pepeng's target market to valuates the final rebranding of Bakso Pepeng in Surabaya. Other than the questionnaire, another interview with the owner will be done to valuates the implemented website. From the questionnaires and interviews, the average of both respondent and the owner has met the needs and is pretty attractive. Thus, the rebranding of Bakso Pepeng has achieved the desired goal.*

**Keywords:** *: rebranding, bakso, pepeng, Surabaya*