

## ABSTRAK

Putri Ayu merupakan usaha yang menjual aneka kue tradisional di Kota Tegal dengan menggunakan gerobak. Belum banyak masyarakat yang mengetahui tentang keberadaan *brand* ini, bahkan ada juga yang menyebutnya dengan *brand* lain. Putri Ayu ditujukan untuk kalangan orang tua maupun anak-anak muda. Namun saat ini jumlah peminat dikalangan anak muda mulai meredup karena belum tepatnya strategi promosi yang digunakan. Maka dibuatlah perancangan *branding* sebagai langkah awal membentuk suatu identitas merek, ciri khas dan sebagai pembeda. Perancangan ini menggunakan konsep *pop culture* yaitu menggabungkan desain modern dengan elemen tradisional dan menggunakan ilustrasi kartun menghasilkan desain ceria, berwarna dan juga masih mencerminkan budaya. Hal ini bertujuan untuk menarik kembali minat anak muda Kota Tegal atau biasa disebut dengan kaum milenial. Serta untuk menciptakan *diferensiasi* merek dan mendukung promosi yang secara tidak langsung dapat meningkatkan *brand awareness*. Dengan menggunakan sosial media Instagram sebagai media utama dan beberapa media pendukungnya. Perancangan ini menggunakan metode analisis SWOT dan USP dengan pengumpulan data wawancara terbuka, observasi secara langsung dan dibantu studi literasi. Melalui perancangan ini diharapkan kaum milenial tertarik untuk datang ke Putri Ayu.

Kata Kunci: *Visual Branding*, Putri Ayu, Kue Tradisional, Milenial, *Pop Culture*