

ABSTRAK

Toserba Berkah Jaya merupakan sebuah ritel yang sudah cukup besar dan sudah membuka cabang di beberapa tempat seperti Purwokerto, Sampang Cilacap dan beberapa daerah lain. Identitas visual dari Toserba Berkah Jaya belum mencerminkan arti nama (*brand*), visi misi dari perusahaan maupun citra perusahaan sebagai ritel modern yang ekonomis dan lengkap bagi kalangan menengah ke bawah. Perancangan ini menggunakan metode kualitatif dan didukung dengan SWOT, USP dan *Positioning* untuk menganalisis serta menentukan solusi dari permasalahan. Pada perancangan ini penulis merancang ulang identitas visual Toserba Berkah Jaya yang baru dengan menggunakan konsep logo inisial, bersahabat dan dengan memasukkan visi misi perusahaan. Media utama yang digunakan pada perancangan ini yaitu *Brand Guidelines* yang diaplikasikan pada media lain seperti *stationery kit*, seragam, keperluan toko, promosi dan *merchandise*. Dengan perancangan ulang ini diharapkan dapat meningkatkan citra perusahaan.

Kata Kunci : redesain, identitas visual, ritel