

ABSTRAK

Gudang Sayur Purwokerto merupakan distributor sayur yang beroperasi di Provinsi Jawa Tengah, Indonesia. Saat ini, usaha ini telah berhasil menjadi vendor supplier (B2B) yang sukses, namun belum mampu menasar pasar B2C dengan efektif. Oleh karena itu, rebranding diperlukan untuk memperkuat citra brand dan membangun hubungan yang lebih baik dengan konsumen. Melalui proses rebranding ini, perancangan ini akan fokus pada pengembangan visual branding, media promosi, dan penempatan media yang tepat. Dengan meningkatkan *brand awareness*, diharapkan Gudang Sayur Purwokerto dapat memperluas pangsa pasar, membedakan diri dari kompetitor, dan meningkatkan penjualan pada target market B2C. Untuk mendukung perancangan ini, pengumpulan data dilakukan melalui wawancara dan analisis SWOT. Data yang terkumpul kemudian dianalisis dengan metode deskriptif kualitatif. Hasil dari perancangan ini adalah *big idea* untuk melakukan promosi yang bertujuan untuk meningkatkan *brand awareness* dengan cara merancang *visual branding* dan merencanakan kegiatan promosi serta pemilihan media yang cocok untuk target audiens Gudang Sayur Purwokerto yaitu pemilihan media utama seperti sosial media instagram dan media pendukung seperti kemasan produk, merchandise, seragam karyawan, nota, Facebook Ads dan brosur.

Kata Kunci: *Rebranding*, *Brand awareness*, Agrobisnis