

## ABSTRAK

Sanggar Tari Bontot Basuki atau STBB adalah sanggar seni tari yang menampung para seniman tari untuk mengembangkan bakatnya di bidang tari. Sanggar ini berada di wilayah Purwokerto. Pemilik dari sanggar bernama Bapak Basuki Setiawan. Sanggar tari didirikan sejak tahun 2011. Sejak berdirinya sanggar, pemilik melakukan *branding* sanggar namun kurang mendapat *awareness* dari masyarakat karena tidak membangun citra sanggar. Maka dari itu, Guna memperkenalkan Sanggar tari Bontot Basuki perlu dilakukan upaya *branding* yang lebih serius. Tujuan dari penelitian ini untuk merancang *rebranding* Sanggar Tari Bontot Basuki untuk meningkatkan *Brand Awareness*. Perancangan ini menggunakan metode kualitatif dengan pengumpulan data berupa observasi, wawancara, dan dokumentasi. Selanjutnya ialah proses pembuatan konsep desain sesuai dengan citra yang ingin dibangun. Perancangan *rebranding* Sanggar Tari Bontot Basuki ini mengubah ulang secara keseluruhan pada elemen-elemen *branding* yang terdapat sebelumnya, serta tambahan media promosi yang sebelumnya belum tersedia. Konsep desain menggunakan gaya yang menarik, modern, dan inovatif. Menggunakan warna dominan biru dan merah serta menonjolkan identitas sanggar untuk anak-anak yang berpenampilan layaknya “superhero” dari Jawa. Desain yang dibuat menggunakan teknik *digital imaging*. *Rebranding* dari sanggar ini ditujukan kepada target *audience* yaitu orang tua yang memiliki anak, dengan rentang usia 23-50, berwilayah di Purwokerto. dan target marketnya yaitu anak-anak yang menyukai bidang seni tari. *Rebranding* Sanggar ini disebarluaskan melalui *Instagram* serta didukung oleh media pendukung seperti poster, *hanging banner*, gantungan kunci, stiker, dan *merchandise*. Hasil penelitian ini memberikan gambaran yang menarik dan informatif mengenai Sanggar Tari Bontot Basuki serta strategi penyebaran yang efektif melalui media *Instagram* dan media pendukung lainnya.

**Kata Kunci:** *Rebranding*, Sanggar Tari, *Brand Awareness*