

## ABSTRAK

Bina Taruna Basketball merupakan sebuah akademi pelatihan basket yang didirikan pada tahun 1980-an di Purwokerto dengan misi melahirkan atlet profesional melalui pelatih bersertifikasi. Namun, meskipun memiliki pelatih bersertifikasi dan berbagai keunggulan, kelebihan ini belum dipublikasikan secara luas, sehingga menghadapi keterbatasan finansial yang dapat menghambat perkembangan lebih lanjut. Untuk mengatasi permasalahan ini, penulis melakukan *rebranding* yang menghasilkan strategi merek baru dengan menunjukkan nilai-nilai Bina Taruna Basketball sebagai akademi basket profesional. Proses *rebranding* ini meliputi perancangan ulang logo, slogan, pemilihan warna, dan penggunaan tipografi yang mencerminkan profesionalisme akademi.

Tujuan dari perancangan tugas akhir "*Rebranding* Bina Taruna Basketball sebagai Akademi Basket Profesional di Purwokerto" adalah menyuarakan kelebihan Bina Taruna Basketball melalui *Rebranding*. Perancangan ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara, *sampling* dokumentasi dan studi literatur. Hasil dari perancangan ini adalah strategi kreatif *rebranding* dengan konsep dasar "Menjadi juara di mana saja" yang mencakup panduan merek berupa logo, pola, maskot, dan tipografi sebagai media utamanya. Adapun media pendukungnya meliputi signage, brosur, formulir pendaftaran, jersey, kaus, botol minum, lapangan basket, coaching board, dan bolpoin.

**Kata kunci:** *Rebranding*, Basket, *Brand Guidelines*.