

ABSTRAK

Trend memberikan hadiah dalam bentuk buket *snack* sebagai simbol kebahagiaan, ucapan selamat atau pelengkap saat momen spesial menjadi populer di era sekarang. Pip N Dee Bucket merupakan salah satu brand yang bertempat di Cirebon yang menawarkan buket *snack*. Selain buket *snack*, Pip N Dee Bucket juga menawarkan buket uang, *snack cake*, *snack balloon* dan *dry flower tube*. Berdasarkan data yang diperoleh melalui survey, dapat disimpulkan bahwa logo Pip N Dee Bucket belum konsisten dan kurang dikenali masyarakat. Akhirnya perancangan ini dimulai dengan mengumpulkan data melalui wawancara dengan pemilik dan konsumen Pip N Dee Bucket, melakukan observasi secara langsung di *home store* Pip N Dee Bucket, mencari studi literatur untuk mendalami *visual identity*, serta melakukan analisis SWOT untuk menentukan *Unique Selling Point* (USP). Data yang telah diperoleh kemudian diolah untuk melakukan *rebranding visual identity* berupa logo. Logo dirancang dengan visual yang menarik, memiliki citra baru yang dapat diidentifikasi oleh masyarakat, memiliki karakteristik dan merepresentasikan Pip N Dee Bucket. Warna yang digunakan adalah warna-warna soft yang berasosiasi pada sifat manis, kebahagiaan serta kasih sayang. *Graphic Standard Manual* (GSM) juga dibuat untuk menciptakan dan menjaga konsistensi dalam penggunaan *visual identity* di media pendukung berupa: *stationery kit*, *flyer*, *x-banner*, *paper bag*, *tag*, *sticker*, *greetings card*, kertas *wrap*, *post card* dan nota.

Kata Kunci : *Rebranding*, *Visual identity*, logo, *Graphic Standard Manual* (GSM), Pip N Dee Bucket.