ABSTRAK

Dalam era persaingan bisnis kuliner yang semakin kuat, kemasan produk tidak hanya berfungsi sebagai pelindung produk, tetapi juga menjadi media komunikasi yang efektif untuk memperkuat identitas merek. studi ini bertujuan untuk merancang ulang kemasan dapoer mang uzel untuk meningkatkan daya tarik visual serta memperkuat citra merek di mata konsumen, serta pentingnya sebuah kemasan untuk melibatkan indra, membangkitkan emosi, dan menciptakan pengalaman yang berkesan. Perancangan ulang kemasan dilakukan dengan mengedepankan unsur fungsionalitas, dan kesan tradisional yang menjadi identitas DAPOER MANG UZEL. metode yang saya gunakan yaitu kualitatif. Rebranding kemasan ini diharapkan dapat konsistenten untuk membantu dalam identitas, memberikan kemasan tetap, serta mendukung keberlanjutan usaha kuliner, dan memperluas segmentasi pasar.

Kata Kunci : Kemasan, Rebranding, dapoer mang uzel.