

## ABSTRAK

Di Tangerang Selatan UMKM seperti angkringan mulai banyak, Angkringan Jaya merupakan salah satu kedai yang terletak di sepanjang Jalan Siliwangi Pamulang, Tangerang Selatan. Kurangnya kesadaran pemilik Angkringan Jaya terhadap pentingnya *branding* menjadi salah satu permasalahan, karena akan menyulitkan konsumen untuk mengidentifikasi dan menghambat usaha untuk berkembang. Tujuan utama dari perancangan *branding* Angkringan Jaya adalah untuk menciptakan identitas usaha. Dampak bagi usahanya yaitu, mudah dikenal, mudah diingat, memiliki banyak konsumen loyal, serta meningkatkan penjualan. Dampak positifnya juga dapat menjadi contoh terhadap UMKM lainnya untuk menyadari pentingnya *branding*. Penulis menggunakan beberapa metode pengumpulan data antara lain, observasi dengan melakukan survei ke Angkringan Jaya dan beberapa usaha sejenis, studi pustaka dari beberapa buku yang relevan, wawancara, dan membagikan kuisioner kepada remaja usia 18-25 tahun. Dapat disimpulkan bahwa Angkringan Jaya belum memiliki logo serta aset *branding* lainnya karena tidak ahli di bidang tersebut. Mereka merasa kesulitan untuk mengembangkan usahanya seperti menjangkau calon konsumen yang lebih luas. Maka dibutuhkan perancangan *branding* yang optimis, energik, dan mudah diingat untuk membentuk identitas Angkringan Jaya. Penulis berharap dengan dibuatnya *branding* ini dapat membantu Angkringan Jaya agar mudah dikenal dan dapat menjangkau target konsumen yang lebih luas serta dapat menjadi contoh bahwa UMKM bisa naik kelas.

**Kata Kunci :** Optimis, Energik, Mudah diingat.