

ABSTRAK

Berkembangnya teknologi digital yang terjadi saat ini turut memengaruhi perkembangan UMKM yang sangat pesat di Indonesia. Hal ini akan memberikan tantangan sekaligus peluang bagi para pelaku usaha sebagai kesempatan untuk terus berkembang dan berinovasi. UMKM GRT Auto merupakan sebuah UMKM yang bergerak di bidang jasa berupa salon kendaraan dan juga bengkel. Namun, kehadiran UMKM GRT Auto ini belum diketahui oleh masyarakat di Kabupaten Karanganyar karena *brand awareness* yang belum kuat menempel di benak masyarakat. Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah melakukan perancangan *branding* beserta media pendukungnya untuk meningkatkan *brand awareness* bagi masyarakat. Strategi yang digunakan adalah menggunakan metode analisis SWOT dalam proses perancangan *branding* bagi UMKM GRT Auto. Dengan perancangan *branding* ini dapat membawa perubahan positif bagi perkembangan UMKM GRT Auto untuk semakin maju dan dapat membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat sekitar dan juga menggerakkan ekonomi masyarakat di Kabupaten Karanganyar.

Kata kunci : *branding*, logo, promosi, UMKM