

ABSTRAK

Sumadira Marantie merupakan UMKM yang memproduksi minuman herbal yaitu jamu. Produk ini memiliki kemasan dan sistem pemasaran yang masih terbatas oleh dewasa muda. Hal ini terjadi karena potensi produk herbal Sumadira Marantie tidak disertai adanya identitas brand. Maka dari itu, perlu dilakukan pembaharuan dari kemasan tersebut untuk meningkatkan minat dewasa muda terhadap produk herbal. Pada perancangan ini menggunakan metode pengumpulan data observasi, wawancara, survey kuisisioner dan studi kepustakaan kemudian dianalisis menggunakan metode analisis visual, analisis perbandingan sejenis, dan analisis SWOT. Pencarian data dilakukan di Jl. Kp Caringin RT 01 RW 06 Desa Mekarmaju, Kec. Pasirjambu, Kabupaten Bandung, Jawa Barat. Dengan adanya identitas visual diharapkan dapat membantu proses pengenalan dan penyebaran informasi mengenai Sumadira Marantie ke masyarakat khususnya dewasa muda. Tentunya, karya ini dapat berfungsi sebagai media komunikasi visual yang efektif bagi brand lokal, terutama yang berkaitan dengan produk herbal. Dimana tumbuhan untuk obat-obatan tradisional merupakan warisan budaya Indonesia yang harus dilestarikan.

Kata kunci : Dewasa muda, Identitas visual, Jamu, Kemasan, Sumadira Marantie