

ABSTRAK

Rita Yuniarti (2018) : Re-Desain Kemasan *Herbal Tea* PT. Andalas Sitawa Fitolab

Berdasarkan hasil temuan permasalahan melalui wawancara dengan *owner Herbal Tea* PT. Andalas Sitawa Fitolab bapak Prof. Deddi Prima Putra pada tanggal 20 dan 28 Desember 2017. Belum optimalnya kemasan produk herbal tea yang ada pada perusahaan maka perlu dilakukan re-desain sebagai salah satu media promosi yang mampu memberikan informasi dan menciptakan kesan image agar bisa mempengaruhi kompetitor. Tujuan re-desain kemasan yaitu memaksimalkan desain kemasan yang diharapkan untuk capaian daya kompetitor dan daya jual suatu produk dalam pemasaran dengan cara (1) Menciptakan desain kemasan yang baru dengan tampilan sederhana namun tetap terlihat menarik. (2) Membuat desain kemasan yang baru sekaligus informatif sehingga mampu menarik calon konsumen untuk membeli. (3) Memperbaiki aspek kelemahan yang ada pada kemasan agar mampu meningkatkan nilai jual lebih pada produk untuk meningkatkan omset perusahaan tersebut. Metodologi perancangan yang digunakan dalam re-desain kemasan herbal tea ini melalui metode analisa kualitatif deskriptiv dengan pendekatan analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, dan Treatment*) yang dapat menjawab dan memecahkan permasalahan yang ada serta mampu mengembangkan ide kreatif perancangan. Hasil perancangan re-desain kemasan herbal tea sebagai media utamanya adalah berupa kemasan kotak dengan ukuran (13x7x8) cm, *Hang Tag*, dan Kemasan Sekunder berupa kemasan kantong teh celup. Kemudian didukung oleh media pendukung lainnya seperti Poster, X-banner, Stiker, Mug, *T-shirt*, Kalender, *Paper Bag*.

Kata Kunci : Re-desain, Kemasan , PT. Andalas Sitawa Fitolab.