

## ABSTRAK

### PERANCANGAN ULANG DESAIN KEMASAN AMH JAHE MERAH UNTUK EKSPANSI PASAR KE AUDIENS GENERASI Z

Rafli Pramudita.<sup>1)</sup>, Retno Purwanti Murdaningsih, S.Sn., M.Ds..<sup>2)</sup>

<sup>1)</sup> Mahasiswa Program Studi Desain Komunikasi Visual, Universitas Pembangunan Jaya

<sup>2)</sup> Dosen Program Studi Desain Komunikasi Visual, Universitas Pembangunan Jaya

AMH Jahe Merah adalah produk jahe merah instan yang memiliki manfaat kesehatan, salah satunya untuk meningkatkan imunitas tubuh. Produk ini memiliki potensi untuk menjangkau pasar Gen Z, mengingat manfaat kesehatan yang relevan dengan kelompok tersebut serta kesadaran Gen Z yang tinggi terhadap kesehatan. Salah satu cara untuk memperluas segmentasi pasar ini adalah melalui desain kemasan. Menjangkau konsumen kelas yang berbeda dibutuhkan desain kemasan yang berbeda agar dapat berkomunikasi dengan baik kepada konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk merancang ulang kemasan AMH Jahe Merah agar lebih sesuai dengan preferensi target *audiens* Gen Z dalam upaya memperluas segmentasi pasar ke Gen Z. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan campuran (*mixed method*) untuk memahami karakteristik desain yang sesuai dengan Gen Z dalam upaya menjangkau pasar Gen Z. Metode perancangannya *pra* desain, proses desain dan pasca desain. desain kemasan AMH Jahe Merah dirancang dengan mengadopsi konsep minimalis, modern, dan *vintage* yang selaras dengan preferensi Generasi Z, guna menarik perhatian mereka dan meningkatkan daya tarik produk di pasar tersebut.

**Kata kunci: AMH Jahe Merah, Gen Z, Redesain Kemasan, Desain Kemasan**