

## ABSTRAK

Herbal Simplisia TAOCI adalah produk tanaman obat yang dikeringkan dengan cara tradisional untuk dikonsumsi bagi kesehatan. Produk ini memiliki kemasan dan sistem pemasaran yang masih terbatas. Hal itu terjadi karena potensi produk herbal simplisia TAOCI tidak disertai dengan adanya identitas brand dan informasi produk pada kemasan. Maka dari itu, untuk meningkatkan minat generasi muda terhadap produk herbal, perlu dilakukan pembaharuan dari kemasan tersebut. Berdasarkan paparan diatas, penulis akan menggunakan media komunikasi visual pada struktur kemasan produk herbal simplisia TAOCI. Metode yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif dengan melakukan pengumpulan data melalui observasi, wawancara, kuesioner, dan studi pustaka. Sementara pada metode analisis, penulis menggunakan SWOT. Pencarian data dilakukan di Kota Bandung. Penulis berharap, karya ini dapat menjadi media komunikasi visual yang baik untuk brand lokal terutama pada produk herbal. Dimana tanaman obat berperan sebagai salah satu warisan budaya Indonesia yang perlu dilestarikan.

**Kata Kunci:** Kemasan, Simplicitea, Simplisia, TAOCI