

ABSTRAK

Persoalan tentang gaya hidup sehat di Indonesia terus berkembang dan menyebabkan masyarakat menerapkan gaya hidup organik yang juga mempengaruhi perkembangan pertanian organik di Indonesia. Probiotik mulai digunakan sebagai teknologi penyeimbang lingkungan hidup dimana bahan makanan organik ditanam dan dipelihara. Miracle Green Probiotik Organik merupakan salah satu *brand* yang menawarkan *formula* probiotik organik di Purwokerto. Melalui data kualitatif yang diperoleh dengan melakukan wawancara dapat disimpulkan bahwa Miracle Green Probiotik Organik kurang dikenali masyarakat di Kota Purwokerto baik dalam bidang pertanian, hobi bercocok tanam serta masyarakat umum. Perancangan ini dimulai dengan mengumpulkan data melalui wawancara dengan pemilik Miracle Green Probiotik Organik dan melakukan observasi pada rumah produksi untuk menggali *brand*, studi literatur untuk mendalami *visual identity*, serta melakukan analisis SWOT, analisis *logo* Miracle Green Probiotik Organik, analisis kompetitor, menentukan USP dan *positioning*. Data yang telah diperoleh kemudian diolah untuk melakukan *re-design logo* dan membuat *visual identity* yang menarik, konsisten serta memberikan karakteristik bagi Miracle Green Probiotik Organik. Hal tersebut dapat dilakukan dengan merancang *logo* yang merepresentasikan elemen-elemen dari Miracle Green Probiotik Organik, menggunakan warna-warna natural dan berasosiasi dengan alam. *Brand guidelines* dibuat untuk menjaga konsistensi dalam penggunaan *visual identity* baik untuk keperluan kantor maupun promosi. Hasil dari perancangan *re-design visual identity* ini adalah *brand guidelines*, *stationery* berupa: kartu nama, amplop, kop surat, dan nota pembayaran, label kemasan, desain *Facebook Ads*, serta membuat merchandise berupa topi berkebudan dan sarung tangan.

Kata kunci: *Re-design, Visual Identity, Logo, Miracle Green Probiotik Organik*