

ABSTRAK

Minuman *aloe vera* merupakan produk fungsional yang semakin populer di tengah meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap gaya hidup sehat. BRIN telah mengembangkan formulasi minuman *aloe vera* varian *barbadensis* dengan kombinasi rempah kayu manis dan daun pandan, namun tantangan utama dalam hilirisasi produk ini adalah ketiadaan desain kemasan resmi yang representatif dan sesuai regulasi. Penelitian ini bertujuan untuk merancang desain kemasan yang tidak hanya fungsional dan estetik, tetapi juga mampu menyampaikan nilai produk serta memenuhi standar keamanan pangan. Metode yang digunakan adalah *Design Thinking* yang terdiri dari lima tahapan: *empathize*, *define*, *ideate*, *prototype*, dan *testing*. Data dikumpulkan melalui observasi lapangan, wawancara dengan inventor BRIN, serta studi literatur mengenai tren kemasan dan regulasi BPOM. Hasil penelitian menunjukkan bahwa desain kemasan berbahan aluminium tipe *sleek* berkapasitas 250 ml dinilai paling ideal secara visual, ergonomis, dan protektif terhadap kandungan bioaktif. Desain akhir mencerminkan nilai alami, sehat, modern, dan ramah lingkungan, serta berhasil membangun koneksi emosional dengan konsumen muda urban. Validasi *stakeholder* dan calon konsumen menunjukkan preferensi terhadap nama *brand* “Averra” dengan desain logo dan label yang komunikatif. Penelitian ini membuktikan bahwa pendekatan *Design Thinking* efektif dalam menghasilkan solusi kemasan inovatif berbasis kebutuhan pengguna dan siap mendukung komersialisasi produk invensi secara strategis.

Kata kunci: *Aloe vera*; *Branding Produk*; Desain Kemasan; *Design Thinking*; Minuman Fungsional; Strategi Hilirisasi