

Vinsensius De Paul Kris Pamuji
444409010044
Bidang Studi Visual and Art Communication
(I-XII) + 118 Halaman : 1 Artikel Internet : 15 Buku (1996-2011)

ABSTRAKSI

Perancangan Ulang Desain Kemasan Mayonnais Mamasuka

Kemasan merupakan alat untuk membungkus, melindungi, mengirim, mengeluarkan, menyimpan, mengidentifikasi, dan membedakan sebuah produk di pasar. Pada akhirnya desain kemasan berlaku sebagai pemasaran produk dengan mengkomunikasikan kepribadian atau fungsi produk konsumsi secara unik.

Sebagai bagian material cepat dibuang, desain kemasan banyak menampilkan nilai budaya pasar. Oleh karena keberadaan desain kemasan utamanya adalah di pasar (*supermarket, outlet* penjualan grosir, atau *departement store*), di mana orang-orang dengan berbagai latar belakang budaya dan nilai berkumpul, desain kemasan harus mampu menarik perhatian konsumen dengan segera. Hal ini dicapai dengan menerapkan elemen visual dan desain yang menarik target konsumen. Melalui riset pasar yang ekstensif dan penerapan elemen desain yang terencana, simbol-simbol budaya mampu mengkomunikasikan nilai-nilai budaya. Desain kemasan yang benar-benar efektif membuat konsumen “melihat” diri sendiri dan keinginan diri sendiri lewat elemen-elemen desain pada kemasan.

Desain kemasan Mayonnais Mamasuka, berdasarkan data yang diperoleh, bahwa desain kemasan Mayonnais Mamasuka lebih terlihat seperti produk kecantikan dibandingkan dengan kategori produk pangan. Oleh karena itu, penulis merancang ulang desain kemasan sesuai dengan produk kategori pangan. Tujuan utama adalah menginformasikan mengenai identitas yang jelas (kategori produk pangan), konsisten, sistematis dan mampu mewakili isi produk serta mewakili kepribadian perusahaan kepada masyarakat atau konsumen tentang keberadaan daripada produk Mayonnais Mamasuka ini.