

KEMASAN KUE MAMA INDAH
Pertanggungjawaban Tertulis
Program Studi Desain Produk Jurusan Desain Grafis & Multimedia
Universitas Mercu Buana Jakarta, 2013

Oleh : Tomy Setiyawan

ABSTRAK

Kemasan merupakan “pemicu” karena fungsinya langsung berhadapan dengan konsumen. Dengan demikian, kemasan harus dapat memberikan impresi atau kesan spontan yang mempengaruhi tindakan positif konsumen di tempat penjualan. Dengan situasi persaingan yang semakin tajam, estetika merupakan suatu nilai tambah yang dapat berfungsi sebagai “perangkap emosional” yang sangat ampuh untuk menjaring konsumen.

Kata kunci : kemasan, desain kemasan, pasar, pemasaran

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

MAMA INDAH CAKE PACKAGING

Written accountability
Product Design Studies Program Department of Graphic Design &
Multimedia
Mercu Buana University Jakarta, 2013

By : Tomy Setiyawan

ABSTRACT

Packaging becomes a striker because its function directly encounters with customers. Hence, packaging must be able to give spontaneous impression to influence customer's positive actions in the market. In the cruel competition situation, aesthetics becomes an additional point that also functions as a powerful "emotional trap" to attract customers.

Keywords : packing, packing design, market, marketing

UNIVERSITAS
MERCU BUANA