

TIKO INDRA SAPUTRA :

PERANCANGAN DESAIN KEMASAN SADEL PERAWATAN SEPATU

(SHOE SADDLE)

ABSTRAK

Kemasan merupakan “pemicu” karena fungsinya langsung berhadapan dengan konsumen. Dengan demikian, kemasan harus dapat memberikan impresi 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. Tulisan ini akan membahas tentang bagaimana desain kemasan dapat memaksimalkan daya jual suatu produk dalam pasar.

Kata kunci : kemasan, desain kemasan, pasar, pemasaran.

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. This paper will discuss about how packaging design can maximize a product selling power in the market.

Keywords : packing, packing design, market, marketing.