

# **SISTER BROWNIES**

## **PRODUCT PACKAGING DESIGN**

Product Design Study Program  
Faculty of Design and Creative Art  
Mercu Buana University Jakarta, 2017

by: Albert Putra Pangeran Wibowo - 41909120001

### **ABSTRACT**

Branding is a way to introduce to someone about the identity of a particular object. If today we are talking about a product, then branding is a way to introduce the product to the consumer. Packaging is closely related to branding itself. Packaging a product is one of many elements that affect the sales or consumer interest in the product.

Most employers think that the quality of a product and marketing is much more preferred way to increase sales, compared to focusing on product packaging. Though some elements that affect the sales of products such as product quality, service, marketing, and packaging is also supporting each other.

If observed some food products, for example, on display at supermarkets and traditional markets, even though the goods are the same but with different packaging will have more prestige and a different appeal. Because it provides branding and packaging to be better able to provide value-added product. Packaging of a product is what should be considered as part of the marketing strategy. Sister Brownies Packaging Design is expected to have a function and benefit in increasing the sale value of Sisters Branding.

# **PERANCANGAN KEMASAN PRODUK**

## **SISTER BROWNIES**

Program Studi Desain Produk  
Fakultas Desain dan Seni Kreatif  
Universitas Mercu Buana Jakarta, 2017

Oleh: Albert Putra Pangeran Wibowo - 41909120001

### **ABSTRAK**

Branding adalah cara untuk mengenalkan kepada seseorang mengenai identitas terhadap sebuah objek tertentu. Jika saat ini kita berbicara tentang produk, maka branding adalah cara untuk mengenalkan produk kepada konsumen. Kemasan atau *packaging* sangatlah berkaitan erat dengan branding itu sendiri. Kemasan sebuah produk merupakan salah satu unsur yang mempengaruhi banyaknya penjualan atau minatnya konsumen terhadap produk tersebut.

Kebanyakan pengusaha berpikir bahwa kualitas sebuah produk dan cara pemasaran jauh lebih diutamakan untuk meningkatkan penjualan, dibandingkan fokus pada kemasan produk. Padahal beberapa unsur yang mempengaruhi penjualan produk seperti kualitas produk, pelayanan, pemasaran, dan kemasan juga saling mendukung satu sama lain.

Jika diamati beberapa produk makanan misalnya, yang terpampang pada supermarket dan pasar tradisional, meski barangnya sama tetapi dengan kemasan yang berbeda akan lebih memiliki gengsi dan daya tarik yang berbeda. Karena itu memberikan branding dan kemasan dengan lebih baik mampu memberikan nilai tambah sebuah produk. Kemasan suatu produk inilah yang perlu dipikirkan sebagai bagian dari strategi pemasaran. Desain Kemasan produk Sister Brownies diharapkan memiliki fungsi dan manfaat dalam meningkatkan branding dan nilai jual dari brand Sisters.