

## **REDESAIN KEMASAN CEMILAN KHAS PURWOREJO LANTING BUMBU “ANEKA RASA ”**

Program Studi Desain Produk  
Fakultas Desain dan Seni Kreatif  
Universitas Mercu Buana Jakarta, 2019

Oleh : S.Ishamdiyah Sari

### **ABSTRAK**

Lanting merupakan cemilan khas Purworejo yang berbahan singkong, bentuknya menyerupai angka delapan yang berarti suatu kesempuraan yaitu angka yang tidak pernah putus atau *infinity*. Ditinjau dari segi kualitasnya yang masih tradisional, cita rasa dan kemasannya yang kurang dapat mengundang minat konsumen.

Branding adalah cara untuk mengenal kepada seseorang mengenai identitas terhadap sebuah objek tertentu. Jika saat ini kita berbicara tentang produk, maka branding adalah cara untuk mengenal 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 focus 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 tepampang pada supermarket dan pasar tradisional, meski barangnya sama tetapi dengan kemasan yang berbeda akan lebih memiliki gengsi dan daya Tarik yang berbeda. Desain kemasan produk Lanting Aneka Rasa ini diharapkan memiliki untuk meningkatkan daya jual terhadap konsumen dan mencitrakan sebuah kemasan yang lebih baik pada kemasan produk sebelumnya.

# **REDESIGN PURWOREJO'S SPECIAL BRAKE PACKAGING LANTING BUMBU "ANEKA RASA"**

Product Design Study Program  
School of Design and Creative Arts  
Mercu Buana University Jakarta, 2019

By: S.Ishamdiyah Sari

## **ABSTRACT**

Lanting is a typical snack Purworejo made from cassava, its shape resembles the number eight which means a perfectness that is a number that never breaks or infinity. In terms of quality that is still traditional, the taste and packaging that is less able to invite consumer interest.

Branding is a way to get to know someone about the identity of a particular object. If we are currently talking about products, eating branding is a way to get to know the product to consumers. Packaging or packaging is closely related to branding itself. Packaging a product is one of the elements that affect the number of sales or consumer interest in the product.

Most entrepreneurs think that the quality of a product and the way it is preferred is far more important for increasing sales, than focusing on product packaging. Whereas several elements that influence product sales such as product quality, service, marketing, and packaging also support one another.

If observed a number of food products, for example, which are displayed in supermarkets and traditional markets, even though the goods are the same but with different packaging, they will have a more different grip and appeal. The design of the Lanting Aneka Rasa product packaging is expected to have increased selling power to consumers and to imaged a better packaging on the previous product packaging.