



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
BIDANG STUDI PERIKLANNAN**

ABSTRAKSI

Wiharko Harie (0430212-025)
Pendapat Responden Terhadap Daya Tarik
Desain Kemasan CD Jazzlounge Smooth & Easy
Yang Dipajang Pada Rak Toko Disc Tarra
Mall Puri Indah 2006

Memanfaatkan kemasan untuk lebih dari sekedar wadah pembungkus merupakan sebuah investasi jangka panjang yang dalam proses pembuatannya merupakan bagian dari perencanaan produksi . Pengemasan melibatkan berbagai tahapan mulai dari tahapan riset, pembuatan rancangan desain hingga memproduksi kemasan. Pengemasan merupakan proses pengembangan dan implementasi berbagai bentuk komunikasi persuasive kepada pelanggan yang memainkan peran komunikasi, peran emosional dan menciptakan identitas bagi produk.

Kemasan CD Jazzlounge adalah salah satu dari sekian banyak kemasan CD yang memanfaatkan peran kemasan sebagai salah satu bentuk penyampai pesan kepada pelanggan melalui daya tarik desain kemasan untuk menyampaikan citra produk maupun informasi-informasi lainnya.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pendapat responden terhadap daya tarik desain kemasan CD Jazzlounge Smooth & Easy yang dipajang pada rak toko Disc Tarra melalui elemen-elemen desain seperti, nama merk, warna, ilustrasi, tipografi, bentuk kemasan, label dan informasi pada produk.

Teori yang digunakan adalah teori Stimulus — Respon (De fleur) yang menyatakan bahwa isi media massa mengandung atribut stimulus tertentu yang mengadakan interaksi secara berbeda-beda dengan berbagai karakteristik-karakteristik kepribadian anggota audiens.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode survey dengan tipe penelitian Deskriptif melalui pendekatan kuantitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 75 pengunjung Disc Tarra Mall Puri Indah.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar responden tertarik terhadap daya tarik desain kemasan CD Jazzlounge, Smooth and Easy berdasarkan hasil tabulasi distribusi frekuensi.