

ABSTRACT

Packaging design is an aspect of product marketing that plays a central role in attracting consumers' attention, building brand image, and influencing the consumer experience. This study explains the importance of visual and functional aspects in packaging design, considering elements such as color, shape and product information. Effective packaging design not only creates visual appeal, but also conveys product value and makes it easier for consumers to use and recognize the brand. Therefore, designers must integrate these elements thoroughly to create packaging that is not only aesthetically appealing, but also functions optimally in a dynamic market environment. The research outlines key concepts in packaging design and details how visual, functional, and sustainable aspects intertwine to create successful and competitive packaging.

Keywords : Donuts, Soft, Cheerful, Modern style.



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRAK

Desain kemasan merupakan aspek dalam pemasaran produk yang memainkan peran sentral dalam menarik perhatian konsumen, membangun citra merek, dan mempengaruhi pengalaman konsumen. Penelitian ini menjelaskan pentingnya aspek visual dan fungsional dalam desain kemasan, mempertimbangkan elemen-elemen seperti warna, bentuk dan informasi produk. Desain kemasan yang efektif tidak hanya menciptakan daya tarik visual, tetapi juga menyampaikan nilai produk dan memudahkan konsumen dalam penggunaan dan pengenalan merek. Oleh karena itu, desainer harus mengintegrasikan elemen-elemen ini secara menyeluruh untuk menciptakan kemasan yang tidak hanya estetis menarik, tetapi juga berfungsi optimal dalam lingkungan pasar yang dinamis. Penelitian ini menguraikan konsep-konsep kunci dalam desain kemasan dan merinci bagaimana aspek visual, fungsional, dan berkelanjutan saling terkait untuk menciptakan kemasan yang sukses dan berdaya saing.

Keywords : Donat, Lembut, Keceriaan, Gaya modern.



UNIVERSITAS
MERCU BUANA