# ABSTRAK

Pujo Adi Prastyo, 2022. **Perancangan Desain Kemasan Produk Bada Guna Meningkatkan *Emotional Benefit***. Tugas Akhir, Program Studi Desain Komunikasi Visual (S1), STIKI – MALANG, Pembimbing: Yekti Asmoro Kanthi, Co. Pembimbing: Rina Nurfitri.

Kata kunci: Desain Kemasan, Sayur Segar, Kripik Bayam, *Design Thinking*, *Emotional Benefit*

Kemasan adalah salah satu bagian penting bagi suatu produk, kemasan berfungsi menjaga kualitas produk sekaligus sebagai media pertama yang berhadapan langsung dengan konsumen. Konsumen suatu produk tidak lagi terbatas hanya berfokus pada keunggulan kualitas atau teknologi yang canggih saja, tetapi konsumen juga ingin mendapatkan nilai tambah dari suatu produk untuk memberikan kepuasan emosional bagi dirinya. Bada sebagai unit usaha yang menjual produk sayur dan kripik bayam ingin memberikan nilai tambah pada produknya melalui kemasannya agar dapat meningkatkan kepuasan emosional konsumennya, dengan begitu diharapkan hubungan perusahaan dengan konsumen akan terjaga dengan baik dan berpengaruh pada meningkatnya kepercayaan dan rasa aman konsumen terhadap produk Bada. Konsep desain kemasan yang dirancang akan beracuan pada *style* desain *flat design* dengan mengunakan elemen visual yang dekat dengan karakter serta citra produk maupun brand Bada, dengan bentuk yang unik dan *stand out* sehingga kemasan yang dirancang dapat menarik perhatian konsumen serta merangsang kepuasan emosi dari konsumen seperti kebahagiaan, dan rasa bangga pada konsumen atas produk yang mereka beli.

# ABSTRACT

Pujo Adi Prastyo, 2022. **Bada *Product Packaging Design to Increase Emotional Benefit***. Final Project, Study Program *Visual Comunication Design Bachelor Degree,* STIKI – MALANG, *Advisor 1* : Yekti Asmoro Kanthi, *Advisor 2* : Rina Nurfitri

Kata kunci: *Packaging Design, Fresh Vegetables, Spinach Chips, Design Thinking, Emotional Benefit*

*Packaging is one of the important parts of the product, and packaging is the function of maintaining the quality of the product and is the first medium directly confronted by consumers. Consumers of products are no longer limited to focusing solely on quality excellence or advanced technology, but consumers want to get added value from products to provide emotional satisfaction to themselves. Bada, a business unit that sells vegetable products and spinach chips, wants to provide added value to its products through packaging to increase consumer emotional satisfaction, thus maintaining a good relationship with consumers and increasing consumers' trust and peace of mind with Bada productsThe design concept of packaging design is based on a flat design style with visual elements close to the characters and images of Bada's products and brands, with unique shapes and standouts, and the designed packaging attracts consumers' attention, stimulates emotional satisfaction from consumers, such as happiness, and promotes consumer pride in the products they buy.*