



Pemasaran Produk

Nunik Hariyanti, M.A.
Kemasan & Pemasaran Digital



Assalamualaikum Wr. Wb



Nunik Hariyanti, S.I.Kom., M.A.

Dosen Prodi Ilmu Komunikasi

Spesialisasi di bidang komunikasi strategis



**Pertarungan produk tidak lagi terbatas
pada keunggulan kualitas atau
teknologi canggih, tetapi ada usaha
untuk mendapatkan nilai tambah lebih.**



Cenadi, 2000

Pemicu

Mempengaruhi konsumen untuk memberikan respon positif.

Tujuan akhir dari pengemasan adalah untuk menciptakan penjualan.

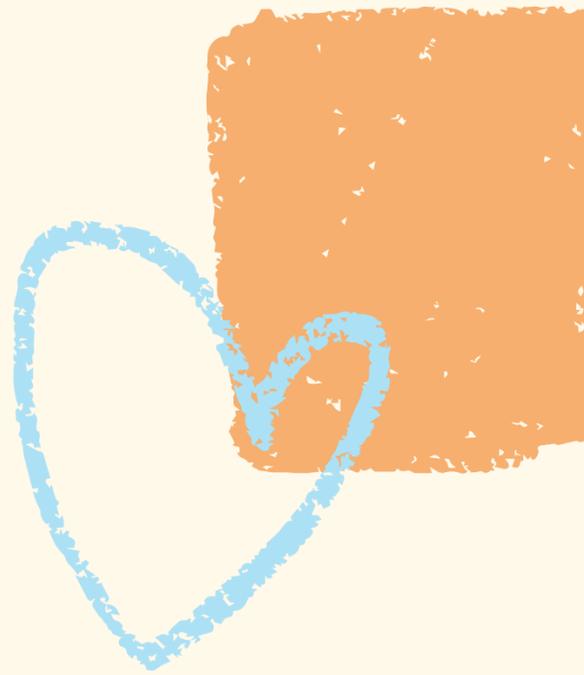




Apa itu kemasan?

Pengertian

Seluruh kegiatan merancang dan memproduksi wadah atau bungkus atau kemasan suatu produk. Kemasan terdiri dari hal yaitu merek, kemasan itu sendiri dan label.



Kemasan: Syarat keamanan dan kemanfaatan

Kemasan melindungi produk dalam perjalanannya dari produsen ke konsumen. Produk-produk yang dikemas biasanya lebih bersih, menarik dan tahan terhadap kerusakan yang disebabkan oleh cuaca.





Kemasan: program pemasaran

Kemasan identifikasi produk menjadi lebih efektif dan dengan sendirinya mencegah pertukaran oleh produk pesaing. Kemasan merupakan satu-satunya cara perusahaan membedakan produknya.



Kemasan: meningkatkan laba usaha

]Harus dibuat semenarik mungkin. Dengan kemasan yang menarik diharapkan dapat memikat dan menarik perhatian konsumen. Selain itu, kemasan juga dapat mengurangi kemungkinan kerusakan barang dan kemudahan dalam proses pengiriman.





Kriteria Kemasan

Menonjol (stands out)

Kemasan perlu menonjol untuk membedakan dengan produk lainnya. Aspek warna menjadi komponen yang menarik konsumen dan memiliki dampak yang besar di tempat penjualan.



Kriteria Kemasan

Isi (content)

Kemasan harus memberikan informasi terkait dengan isi kemasan dan apa yang terkandung dalam produk. Nilai gizi, komposisi dan kalori yang dihasilkan.





Kriteria Kemasan

Unik (Distinctive)

Secara keseluruhan kemasan harus unik dan berbeda dengan produk pesaing.





Kriteria Kemasan

Sesuai (suitable)

Desain kemasan harus sesuai dengan produk yang dikemas. Misalnya bentuk botol untuk benda cair.



Kemasan merupakan salah satu solusi untuk menarik perhatian konsumen karena berhadapan langsung dengan konsumen. Dulu, kemasan hanya wadah/pelindung sekarang menjadi nilai tambah untuk memberikan dan menciptakan citra produk yang dijualnya.



Cenadi, 2000