

ABSTRAK

Usaha “Kopi Aroma” merupakan salah satu produk kopi bubuk yang ada di kota Bandung. Berdiri pada tahun 1930 yang dirintis oleh Tan Houw Sian, kelemahan produk ini terdapat pada kemasan yang dibungkus dengan kertas dan plastik bening. Pengemasan seperti ini belum bisa bersaing di pasaran agar dapat dipasarkan terutama pada kalangan anak muda.

Desain kemasan sebagai alat komunikasi dapat diartikan bahwa desain kemasan tidak hanya sebagai pembungkus atau menutup suatu barang atau kelompok barang, tapi memberikan informasi-informasi yang jelas dan lengkap mengenai kandungan atau isi sebuah produk, idealnya. Ketika desain kemasan mampu memberikan informasi kepada konsumen nilainya akan lebih untuk menghindari kebingungan konsumen. Metode perancangan yang tepat yaitu Analisa SWOT karena dalam perancangan ini penulis merancang kembali desain yang sudah ada, dengan pertimbangan, kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang menjadi pembanding antara desain baru, desain lama, dan produk kompetitor.

Kata Kunci : Desain kemasan, Kopi aroma