

### **ABSTRAK**

Pemasar dan perancang produk terus berusaha meningkatkan eksterior produk, mengikuti tren ekspektasi target pasar produk yang dituju. Penelitian di Indonesia mengenai penggunaan warna tertentu dan label hijau kemasan makanan masih terbatas. Studi ini mengeksplorasi efek warna kemasan (merah vs hijau) dan logo (dengan vs tanpa logo organik) pada kesehatan yang dirasakan dari suatu produk di antara siswi SMA. Lebih lanjut, eksperimen ini akan melihat bagaimana perbedaan antara individu yang memiliki kesadaran kesehatan tinggi dan perempuan yang kesadaran kesehatannya rendah di Yogyakarta. Hasilnya adalah bahwa perempuan dengan kesadaran kesehatan tinggi dan kesadaran rendah akan merasa produk makanan lebih sehat ketika kemasan berwarna hijau dan menggunakan logo organik. Namun, wanita dengan kesadaran kesehatan yang tinggi menganggap logo organik sebagai sinyal kesehatan yang lebih kuat daripada warna kemasannya.

**Kata kunci:** kemasan makanan, persepsi kesehatan, perilaku konsumen

### **ABSTRACT**

Marketers and product designers work together to improve the product exterior, keeping up with the latest trend and expectation of their target market. There is still limited research in Indonesia on the use of specific colour and green labelling of food packaging. This study explores the effects of packaging colour (red vs green) and the logo (with vs without organic logo) on the perceived healthiness of a product among female high school students. Furthermore, it will look at how the result may differ among high health-conscious individual and low health-conscious females in Yogyakarta. The result revealed that females with high health consciousness and low consciousness are both perceived food product as healthier when the packaging is green and using the organic logo. However, females with high health consciousness take the organic logo as a greater signal of healthiness rather than the colour of the packaging.

**Keyword:** food packaging, perceived healthiness, consumer behaviour