

ABSTRACT

Packaging is an important element of a product that can differentiate the product from other products. Packaging composed of graphic elements that not only serves enchanting eyes but also to lure the user (*usage attractiveness*).

This study aims to determine the effectiveness of the graphic elements on Chocolate *Monggo* packaging design using the EPIC (*Emphaty, persuasion, Impact, and Communications*) and to test the questionnaire research using SPSS.

The results showed that the elements of packaging design Chocolate *Monggo* effect on Emphaty, persuasion, Impact, and Communications. EPIC value rate 3.93. This shows the graphic elements on the packaging Chocolate *Monggo* considered effective to introduce products Chocolate *Monggo*.

Key words: *packaging, graphic elements, EPIC Model*

INTISARI

Kemasan merupakan unsur terpenting dari suatu produk yang dapat membedakan suatu produk dengan produk lainnya. Kemasan tersusun atas elemen-elemen grafis yang tidak hanya berfungsi memikat mata (*eye-catching*) tetapi juga untuk memikat pemakaian (*usage attractiveness*).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui efektivitas elemen-elemen grafis pada desain kemasan Cokelat *Monggo* dengan menggunakan metode *EPIC* (*Emphaty, Persuation, Impact, and Comunication*) dan untuk menguji kuesioner penelitian dengan menggunakan SPSS.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa elemen-elemen desain kemasan Cokelat *Monggo* berpengaruh terhadap *Emphaty, Persuation, Impact, dan Comunication*. Nilai *EPIC rate* 3,93. Hal ini menunjukkan elemen-elemen grafis pada kemasan Cokelat *Monggo* terbilang efektif untuk mengenalkan produk Cokelat *Monggo*.

Kata kunci: *kemasan, elemen grafis, EPIC Model*