

SURAT TUGAS

Nomor: 21-R/UNTAR/Pengabdian/IV/2026

Rektor Universitas Tarumanagara, dengan ini menugaskan kepada saudara:

MEIKE KURNIAWATI, S.Psi., M.M.

Untuk melaksanakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan data sebagai berikut:

Judul : Menulis Artikel Popular : Biskuit Nan Favorite
Mitra : jurnalpost.com
Periode : 7 April 2026
URL Repository : <https://jurnalpost.com/biskuit-nan-favorite/91965/>

Demikian Surat Tugas ini dibuat, untuk dilaksanakan dengan sebaik-baiknya dan melaporkan hasil penugasan tersebut kepada Rektor Universitas Tarumanagara

13 April 2026

Rektor



Prof. Dr. Amad Sudiro, S.H., M.H., M.Kn., M.M.

Print Security : 041a633ab76848353a4667cba56955d8

Disclaimer: Surat ini dicetak dari Sistem Layanan Informasi Terpadu Universitas Tarumanagara dan dinyatakan sah secara hukum.

OFFICE
Jl. Letjen S. Parman No 1, Jakarta Barat 11440

PHONE
+62 21-5671 747 (Hunting)
+62 21-5695 8723 (Admission)

EMAIL
humas@untar.ac.id

WEBSITE
untar.ac.id


Untar Jakarta





Oleh: Meike Kurniawati
Dosen Fakultas Psikologi – UNTAR



Kecelakaan Maut di Poros Makassar-Pare, Truk Fuso Oling Tabrak Dyna, Satu Tewas

6 APRIL 2026



Self-Diagnosis di Media Sosial: Kesadaran Mental vs Kesalahpahaman

6 APRIL 2026



Inovasi KETEL UMAK dan SIMPAN ASBAK UPT Puskesmas Indralaya

6 APRIL 2026

Temukan lebih banyak



JurnalPost.com – Selain menjadi camilan sehari-hari, biskuit yang satu ini juga menjadi ikon kue lebaran. Saking ikoniknya, survei tahun 2023 menempatkan biskuit ini sebagai biskuit kaleng favorit masyarakat Indonesia. Ada yang bisa menebak ini biskuit apa?

Temukan lebih banyak

Film Drama



Masyarakat Arab & Timur Tengah



Pratinjau & Tinjauan Film



Biskuit Khong Guan begitu melekat kuat di benak masyarakat Indonesia. Biskuit legendaris ini telah menemani momen spesial keluarga selama puluhan tahun. Dibalik kemasan kaleng yang ikonik dan kelezatan biskuitnya, Khong Guan menyimpan strategi marketing jitu yang membuatnya tetap relevan di tengah semakin banyaknya competitor.



Sosial: Kesadaran Mental vs Kesalahpahaman

6 APRIL 2026



Inovasi KETEL UMAK dan SIMPAN ASBAK UPT Puskesmas Indralaya

6 APRIL 2026

Temukan lebih banyak

film



Film



Musik



Selain factor distribusi yang merata, kualitas, harga yang terjangkau, serta pemanfaatan media social yang tepat, strategi marketing lain yang digunakan adalah membangun brand heritage yang kuat

Brand Heritage merupakan brand yang sudah lama terbentuk dan mempunyai kesan yang baik sehingga membuat brand tersebut tetap relevan di masa kini dan masa depan. Indonesia kaya akan tradisi dan budaya yang berpengaruh kuat dalam kehidupan masyarakatnya. Termasuk berbagai heritage brand, yakni merek-merek yang sudah ada sejak puluhan atau ratusan tahun lalu, dan telah menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari. Merek-merek ini tidak hanya menawarkan produk berkualitas, tetapi juga mewakili warisan budaya yang terus dilestarikan.

Brand heritage tidak hanya dikaitkan dengan nostalgia marketing tetapi juga dikaitkan dengan konsistensi kualitas dari masa ke masa. Jaminan bahwa standar mutu produk, tetap terjaga pada level yang sama, seperti saat pertama kali layanan tersebut mulai diperkenalkan. Kejekan dalam memberikan hasil yang terbaik setiap waktu, merupakan bagian inti dari brand heritage, yang akan sangat dihargai oleh para pelanggan.



Self-Diagnosis di Media Sosial: Kesadaran Mental vs Kesalahpahaman

6 APRIL 2026



Inovasi KETEL UMAK dan SIMPAN ASBAK UPT Puskesmas Indralaya

6 APRIL 2026

Temukan lebih banyak

film



Film



Hal lain adalah Distinctive Brand Assets. Distinctive Brand Assets adalah elemen-elemen berupa visual, audio, simbolik, slogan atau tagline yang membuat suatu produk langsung bisa dikenali tanpa harus menyebut merk. Sederhananya, segala sesuatu diluar brand / merk yang bisa membuat konsumen ingat dan langsung mengenali produk tersebut tanpa perlu melihat nama brandnya secara eksplisit atau terang-terangan.

[Baca Juga](#)

- ▶ **Kritik Disambut Tampan, Demokrasi Berpose Mati**
- ▶ **Kritik, Legitimasi Kekuasaan, dan Ketakutan terhadap Narasi Publik**



Self-Diagnosis di Media Sosial: Kesadaran Mental vs Kesalahpahaman

6 APRIL 2026



Inovasi KETEL UMAK dan SIMPAN ASBAK UPT Puskesmas Indralaya

6 APRIL 2026

Temukan lebih banyak

Dengan melihat kaleng kotak ikonik, berwarna merah yang khas, bergambar ibu dan anak-anak (tanpa ayah) menyantap biscuit di meja makan, konsumen akan langsung terbayang itu adalah Khong Guan. Bahkan pernah menjadi viral, kenapa tidak ada gambar ayah di kaleng Khong Guan? Pelukis gambar Khong Guan Bernardus Prasodjo dalam beberapa kesempatan menjelaskan bahwa sebenarnya pelukis tidak tahu persis alasan tidak ada sosok ayah di gambar kaleng biskuit Khong Guan. Tetapi kemungkinan yang ingin ditonjolkan dalam gambar itu adalah sosok ibu, untuk mempengaruhi ibu agar membeli Khong Guan. "Yang penting ada ibunya di situ karena yang berbelanja adalah Ibu"

Tags: Biskuit Khong Guan Opini Dosen



Inovasi KETEL UMAK dan SIMPAN ASBAK UPT Puskesmas Indralaya

6 APRIL 2025

Temukan lebih banyak

film



SERTIFIKAT PENGHARGAAN

1222-D/1798/FPsi-UNTAR/V/2026

Diberikan kepada

MEIKE KURNIAWATI, S.PSI., M.M.


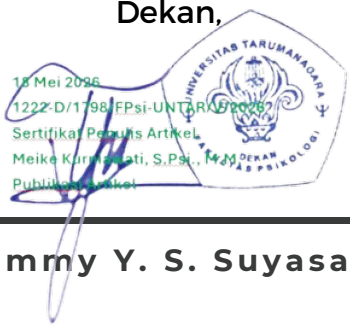
sebagai

PENULIS

Yang telah melaksanakan Pengabdian Kepada Masyarakat
dalam bentuk publikasi artikel di Jurnalpost
dengan judul “Biskuit Nan Favorite”
Terbit Tanggal Selasa, 7 April 2026

Dekan,

18 Mei 2026
1222-D/1798/FPsi-UNTAR/V/2026
Sertifikat Penulis Artikel
Meike Kurniawati, S.Psi., M.M.
Publikasi Artikel



Dr. P. Tommy Y. S. Suyasa, Psikolog