

**PERANCANGAN MEREK DAN KEMASAN GELAMAI MAK LENI  
PAYAKUMBUH**

**JURNAL**



**Oleh:**

**ARINKA DIAN NUGRAHA**

**1201204/2012**

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL**

**JURUSAN SENI RUPA**

**FAKULTAS BAHASA DAN SENI**

**UNIVERSITAS NEGERI PADANG**

**Wisuda Periode Maret 2017**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**PERANCANGAN MEREK DAN KEMASAN GELAMAI MAK LENI  
PAYAKUMBUH**

**Arinka Dian Nugraha  
1201204/ 2012**

Artikel ini disusun berdasarkan karya akhir “Perancangan Merek dan Kemasan Gelamai Mak Leni Payakumbuh” untuk persyaratan wisuda periode Maret 2017 dan telah diperiksa/ disetujui oleh kedua dosen pembimbing.

Padang, Februari 2017

Disetujui Oleh:

Dosen Pembimbing I,



**Hendra Ariwan, S.Sn., M.Sn.  
NIP : 19770401.200812.1.002**

Dosen Pembimbing II,



**Eliya Pebriyeni, S.Pd., M.Sn.  
NIP: 19840909.201404.2.003**

## **PERANCANGAN MEREK DAN KEMASAN GELAMAI MAK LENI PAYAKUMBUH**

Arinka Dian Nugraha<sup>1</sup>, Hendra Afriwan, S.Sn., M.Sn<sup>2</sup>, Eliya Pebriyeni, S.Pd., M.Sn<sup>3</sup>.  
Program Studi Desain Komunikasi Visual  
FBS Universitas Negeri Padang  
Email: arinkadiannugraha@gmail.com

### **ABSTRAK**

Gelamai Mak Leni merupakan industri rumahan pembuatan gelamai yang dimiliki oleh Bapak Riswandi dan Ibu Musleni. Gelamai Mak Leni sudah berdiri semenjak empat tahun lalu yang berada di daerah Koto Baru Simalanggang Kecamatan Payakumbuh Kabupaten Lima Puluh Kota. Perancangan Merek dan Kemasan Gelamai Mak Leni Payakumbuh ini didasari atas identitas visual dan kemasan yang belum jelas dan konsisten yang mewakili usaha Gelamai Mak Leni.

Metode perancangan dimulai dari pengumpulan data, wawancara dan observasi. Sehingga masalah yang terjadi dapat diketahui, serta dari identifikasi masalah tersebut dianalisis dengan menggunakan teori SWOT (*strenght, weakness, opportunities, threats*), selanjutnya menyimpulkan analisis data dan melakukan pendekatan kreatif. Dalam merancang Merek dan Kemasan Gelamai Mak Leni Payakumbuh penulis menampilkan pesan verbal dan visual bagi masyarakat pada merek dan kemasan.

Media utama yang digunakan dalam perancangan ini ialah Merek dan Kemasan. Selain media utama, perancangan ini dilengkapi dengan media pendukung seperti *paper bag, sticker, kartu nama, mug, sablon kaos, stemple, pin, nota transaksi, x-banner, kalender, dan jam dinding.*

**Kata kunci : Merek, Kemasan, Gelamai Mak Leni, Media.**

---

<sup>1</sup>Mahasiswa penulis karya akhir Prodi Desain Komunikasi Visual

<sup>2</sup>Pembimbing I, Dosen FBS Universitas Negeri Padang

<sup>3</sup>Pembimbing II, Dosen FBS Universitas Negeri Padang

**THE BRAND AND PACKAGING DESIGN OF GELAMAI MAK LENI  
PAYAKUMBUH**

**ABSTRACT**

*Gelamai Mak Leni is a home made gelamai industry which is owned by Mr. Riswandi and Ms. Musleni. Gelamai Mak Leni has been established since 2012 and it is located in Koto Baru, Kec. Simalanggang, Kab. Lima Puluh Kota, Payakumbuh. The Brand and Packaging Design of Gelamai Mak Leni was based on the visual identity and the indefinite, yet inconsistency of the packaging that represents the industry of Gelamai Mak Leni*

*The design method was started from data collecting, interviewing, and observing. In order to find the problem and the identification of the problem, it was being analysed by using the SWOT theory (SWOT), and further by using analysis data inclusion and creative approach. In designing the brand and packaging of Gelamai Mak Leni (Mak Leni's Gelamai), the writer indicated the verbal and visual message to people through branding and packaging.*

*The primary media in this design were brand and packaging. Beside the primary media, this design was also being completed with the secondary media such as paper bag, sticker, name card, mug, printed t-shirt, stamp, pin, receipt, x-banner, calendar, and clock.*

*Keywords: Brand, Packaging, Gelamai Mak Leni, Media.*

## **A. Pendahuluan**

Kota Payakumbuh terkenal dengan wisata kulinernya. Saat malam menjelang, kota ini dipenuhi oleh berbagai macam penjual makanan yang terdapat di Jalan Sukarno-Hatta yang merupakan jalan perlintasan dari Provinsi Sumatera Barat ke Riau, Payakumbuh adalah kota kecil yang kulinernya hidup dua puluh empat jam. Selain tempat-tempat kuliner yang buka pada siang dan malam hari, Kota Payakumbuh dikenal memiliki makanan khas, diantaranya gelamai. Gelamai adalah salah satu makanan kecil dengan bahan dasar tepung beras ketan, gula aren dan santan yang berasal dari daerah Sumatera Barat. Di daerah lain makanan sejenis ini dikenal sebagai dodol atau jenang. Di Kenagarian Koto Baru Simalanggang Kecamatan Payakumbuh Kabupaten Lima Puluh Kota, terdapat usaha pembuatan gelamai yang diberi nama Gelamai Mak Leni. Gelamai Mak Leni adalah usaha industri rumahan yang bergerak dibidang kuliner khususnya gelamai, yang dimiliki oleh Ibu Musleni dan Bapak Riswandi. Usaha Gelamai Mak Leni ini sudah berdiri semenjak empat tahun yang lalu yaitu di tahun 2012. Dalam rentang waktu tiga tahun, usaha rumahan milik Ibu Musleni dan Bapak Riswandi mulai berkembang.

Pada saat ini usaha Gelamai Mak Leni telah mampu memproduksi dua puluh kilogram gelamai perhari yang disajikan untuk seratus kotak kemasan dengan masing-masing kotak berisi enam belas potong gelamai. Gelamai Mak Leni ini memiliki keunggulan dibandingkan dengan kompetitor usaha Payakumbuh lainnya, yaitu menggunakan gula enau

murni tanpa campuran. Gula enau ini juga diproduksi sendiri oleh usaha industri rumahan. Pemasarannya untuk saat ini mencakup wilayah Payakumbuh, Ketinggian, dan Lampasi. Ibu Musleni dan Bapak Riswandi tidak mempunyai toko sendiri untuk menjual produknya sehingga Ibu Musleni dan Bapak Riswandi menitipkan produknya ke beberapa toko oleh-oleh di daerah tersebut. Karyawan dari usaha Gelamai Mak Leni ini terdiri dari empat orang pekerja dan ditambah dengan Ibu Musleni dan Bapak Riswandi sendiri yang juga ikut menangani proses pembuatan dan pengemasan gelamai.

Berdasarkan riset pasar, penulis menemukan beberapa kelemahan pada usaha Gelamai Mak Leni ini, yaitu kemasannya yang masih sangat sederhana dalam material kemasan, daya tahan produk dalam kemasan, warna, dan orisinalitas merek yang menjadi identitas perusahaan, sehingga tidak ada pembeda dengan kemasan kompetitor lainnya dalam segi bentuk kemasan, merek, bahan, serta warna. Kompetitor perusahaan Gelamai Mak Leni memiliki teknik pengemasan yang sama, yaitu menggunakan teknik kemasan plastik yang diberi label perusahaan. Kompetitor Gelamai Mak Leni, yaitu Gelamai Erina, lebih dikenal oleh masyarakat dikarenakan Gelamai Erina tersebut terletak di lokasi strategis yang berada di jalan lintas Kota Payakumbuh.

Berdasarkan riset dan observasi yang telah dilakukan, penulis menemukan masalah yaitu terutama pada merek yang masih belum memiliki orisinalitas, dan kemasan yang kurang memiliki daya tarik.

Merek dan kemasan sangat mempengaruhi penjualan produk dipasaran. Merek merupakan salah satu bagian terpenting pada sebuah kemasan dari suatu produk. Peranan merek mengidentifikasikan kepada pembuat atau perusahaan (sumber) suatu produk dan memungkinkan konsumen baik individu atau organisasi untuk menetapkan tanggung jawab pada pembuat atau distributor dari produk tersebut. Menurut teori (Kotler, 1997:332), “Merek (*brand*) merupakan nama, istilah, tanda, simbol, atau rancangan, atau kombinasi dari semuanya, yang dimaksudkan untuk mengidentifikasikan barang atau jasa atau kelompok penjual dan untuk membedakannya dari barang atau jasa pesaing”. Merek dapat menjadi suatu nilai tambah bagi produk tersebut, baik itu produk yang berupa barang maupun jasa.

Kemasan juga sangat mempengaruhi produk dipasaran. Kemasan merupakan bagian penting dalam sebuah pemasaran produk. Kemasan yang bagus menunjukkan jati diri produk yang berkualitas sehingga tidak heran ketika menemukan produk dengan kemasan yang bagus harganya sangat mahal, hal tersebut berlaku untuk semua produk, baik pakaian maupun makanan. Julianti (2014:15) mendefinisikan bahwa “Kemasan adalah wadah untuk meningkatkan nilai dan fungsi sebuah produk.”

Pada produk Gelamai Mak Leni, merek yang dibuat menyerupai merek gelamai pada umumnya sehingga kurang efektif dan tidak memiliki orisinalitas perusahaan. Kemudian pada kemasannya, Gelamai Mak Leni menggunakan kemasan plastik yang diberi label perusahaan, yang kurang

efektif untuk menarik minat dan perhatian konsumen terhadap produk Gelamai Mak Leni, sehingga harus adanya perancangan kemasan produk Gelamai Mak Leni agar produk memiliki daya jual yang lebih, memiliki pembeda kemasan dengan kompetitor perusahaan penghasil gelamai Payakumbuh lainnya, dan menonjolkan daya tarik Kota Payakumbuh melalui produk panganan Khas Gelamai Payakumbuh, serta mempertahankan citra baik perusahaan sebagai distributor oleh-oleh gelamai khas Kota Payakumbuh. Dengan demikian, judul dari Karya Akhir ini adalah **“Perancangan Merek dan Kemasan Gelamai Mak Leni Payakumbuh”**.



## B. Metode Analisis Data

Dalam proses Perancangan Merek dan Kemasan Gelamai Mak Leni Payakumbuh yang dikemas dalam bentuk kemasan. Metode pemecahan masalah dalam perancangan ini diambil berdasarkan teori SWOT (*strengths*/kekuatan, *weakness*/kelemahan, *opportunities*/kesempatan, *threats*/ancaman).

Menurut Sarwono dan Lubis (2007:18) analisis SWOT adalah:

Analisis SWOT terutama dipegunakan untuk menilai dan menilai ulang (revaluasi) suatu hal yang telah ada dan telah diputuskan sebelumnya dengan tujuan meminimkan resiko yang mungkin timbul. Langkahnya adalah dengan meng-optimalkan segi positif yang mendukung serta meminimal-kan segi negative yang berpotensi menghambat pelaksanaan keputusan perancangan yang telah di ambil.

SWOT dijadikan titik tolak atau konsep dasar untuk membuat Perancangan Merek dan Kemasan Gelamai Mak Leni Payakumbuh, baik secara visual maupun verbal dari beberapa data atau hasil penelitian, maka SWOT (kekuatan, kelemahan, peluang, serta ancaman) antara lain:

### a. *Strenght* (kekuatan)

Analisis yang dilakukan untuk mengetahui kekuatan pada usaha Gelamai Mak Leni Payakumbuh.

- 1) Gelamai dari usaha rumahan Gelamai Mak Leni memiliki keunggulan dari segi cita rasanya yang berkualitas.
- 2) Menggunakan bahan sendiri tanpa campuran bahan pengawet.
- 3) Harga yang masih relatif murah mempunyai daya tarik tersendiri.

**b. *Weakness* (kelemahan)**

Beberapa kelemahan yang perlu diperbaiki untuk kedepannya antara lain:

- 1) Orisinalitas merek Gelamai Mak Leni yang masih kurang menarik
- 2) Kemasan plastik yang sederhana pada produk membuat tampilan dari produk kurang menarik.
- 3) Tidak efektifnya promosi yang sebelumnya hanya dilakukan melalui mulut ke mulut.

**c. *Opportunity* (peluang)**

Berdasarkan analisa kekuatan dan kelemahan dari Gelamai Mak Leni, Gelamai Mak Leni sangat berpeluang untuk menjadi produk gelamai yang lebih dikenal oleh masyarakat dan memiliki pangsa pasar yang besar. Hal ini dikarenakan kualitas dan cita rasa yang dimiliki Gelamai Mak Leni mempunyai cita rasa yang khas dan unik.

**d. *Threats* (ancaman)**

- 1) Adanya produk kompetitor lain yang sudah dikenal masyarakat dan memiliki kemasan yang lebih modern.
- 2) Lokasi yang terletak di kawasan yang tidak strategis.

Adanya Analisis *SWOT* diatas, Perancangan Gelamai Mak Leni Payakumbuh dalam bentuk merek dan kemasan tidak tertutup

kemungkinan untuk menarik perhatian konsumen, baik dari masyarakat lokal maupun dari luar Provinsi Sumatra Barat sendiri.

Perancangan media yang tepat adalah melalui kemasan, karena cukup efisien dan tepat, mudah di kenali dan mudah tersebar di kalangan masyarakat umum, serta bisa keluar daerah Sumatra Barat penyebarannya, sehingga produk Gelamai Mak Leni lebih dikenal luas dengan bentuk media promosi yang lebih *modern* dan berbeda dari produk kompetitor. Sesuai penjelasan di atas, maka cukup beralasan jika mempromosikan produk Gelamai Mak Leni Payakumbuh melalui perancangan merek dan kemasan yang berbeda dari kompetitor.

## **C. Pembahasan**

### **1. Media Utama**

#### **a. Tujuan Kreatif**

Pada tujuan kreatif dalam perancangan desain kemasan ini terdapat pesan yang ingin disampaikan oleh penulis. Dalam Perancangan Merek dan Kemasan Gelamai Mak Leni Payakumbuh ini menggunakan bahasa formal yaitu Bahasa Indonesia agar masyarakat dapat mengerti dan memahami maksud dan tujuan yang akan di sampaikan. Selain itu dalam proses perancangan pesan verbal juga menggunakan *headline*, *tagline*, dan *body text* yang dapat dimengerti masyarakat. Pesan visual adalah pesan yang berisi ilustrasi, tipografi, untuk memberi kesan karakteristik dan

kreatifitas, dengan memberikan ciri khas dari Gelamai Mak Leni, baik pada media utama ataupun pada media pendukung.

#### **b. Strategi Kreatif**

Pada strategi kreatif beberapa hal yang perlu diperhatikan adalah siapa yang menjadi target audience dari Perancangan Merek dan Kemasan Gelamai Mak Leni Payakumbuh ini, isi dari informasi yang ingin disampaikan dan bentuk informasi yang ingin disampaikan, bentuk verbal maupun bentuk visual. Perancangan ini dibuat sederhana, mewah, menarik, dan komunikatif. Desain dibuat dengan menggabungkan ilustrasi, tipografi, warna sebagai pendukung bentuk pesan yang disampaikan untuk mencapai sasaran.

#### **c. Program Kreatif**

##### **1) Key Verbal**

Dalam perancangan beberapa media pendukung Perancangan Merek dan Kemasan Gelamai Mak Leni Payakumbuh, penulis mencoba merancang media ini secara menarik dengan menonjolkan kelebihan dan keunggulan yang dimiliki oleh Gelamai Mak Leni Payakumbuh, tentunya melalui pesan yang baik dan tepat sasaran, dan pesan yang akan disampaikan berisi tentang informasi mengenai Gelamai Mak Leni Payakumbuh.

##### **2) Key visual**

*Key Visual* / Pesan visual adalah informasi yang akan disampaikan secara *visual*, yaitu tampilan yang dapat dilihat. Pesan *visual* dipakai untuk menyampaikan arti dari gambar, foto, maupun ilustrasi yang memberikan kesan menarik bagi setiap orang yang melihatnya. Pesan *visual* yang akan muncul pada media promosi ini adalah penjelasan tentang kelebihan, keunggulan, dan keunikan dari Gelamai Mak Leni Payakumbuh, serta menjelaskan secara *visual* dan *verbal* tentang produk yang ada pada Gelamai Mak Leni Payakumbuh, dengan tampilan yang menarik, dinamis dan elegan.

#### ***d. Final Art Work***

##### **1) Perancangan Merek**

Dalam perancangan merek ini menggunakan konsep ilustrasi dari bentuk gelamai. Pengambilan konsep ini bertujuan untuk menampilkan bentuk dan ciri khas dari gelamai yang kenyal dan persegi. Warna yang akan ditampilkan berdasarkan warna khas dari gelamai tersebut, yaitu : coklat. Penulis melakukan perancangan dengan mengambil beberapa konsep dari bentuk gelamai, yaitu yang berbentuk bundar dan persegi, kemudian digambar di media kertas dengan teknik hand drawing sehingga membentuk ilustrasi gelamai yang unik dan khas. Kemudian penulis memindahkan hasil dari hand drawing tersebut ke software desain untuk mewarnai ilustrasi gelamai

tersebut sehingga tercipta merek yang khas untuk diaplikasikan ke kemasan Gelamai Mak Leni. Perancangan kemasan dengan pemilihan tipografi yang sesuai dengan konsep perancangan, tipografi yang digunakan adalah huruf **Grobold** untuk tulisan “Gelamai Mak Leni”.



Gambar 1 : Final Desain Merek Gelamai Mak Leni Payakumbuh  
(Sumber : Dokumentasi Arinka Dian Nugraha)

Kekenyalan yang menjadi ciri khas dari gelamai merupakan inspirasi dalam menciptakan konsep ilustrasi merek pada Gelamai Mak Leni. Bentuk kenyal diterapkan pada tulisan “Mak Leni” dengan paduan warna Coklat yang merupakan warna identik dari Gelamai. Pada tulisan “Gelamai” dibuat sederhana dengan menggunakan bentuk *font* aslinya dan menggunakan warna Putih guna menonjolkan tulisan “Mak Leni”.

## 2) Perancangan Kemasan

Desain kemasan (packaging) Gelamai Mak Leni menggunakan pesan verbal dengan tagline “Tanpa Bahan Pengawet, Enak dan Gurih, Dengan Campuran Gula Enau”, tagline ini diambil berdasarkan produk olahan gelamai Mak Leni itu sendiri yang bebas dari bahan pengawet dan juga dengan menggunakan bahan gula enau.

Ide dasar dari perancangan kemasan Gelamai Mak Leni Payakumbuh adalah bentuk gelamai yang berbentuk persegi yang memungkinkan konsep kemasan berbentuk kotak atau persegi panjang akan efektif pada produk gelamai tersebut. Kemudian gaya desain ornamen yang diterapkan pada kemasan bertujuan untuk menonjolkan kesan tradisional pada kemasan, yang mana produk gelamai tersebut adalah makanan tradisional daerah. Sebagaimana target visual yang berawal dari merek yang khas dan unik, dalam perancangan kemasan kembali berlandaskan pada produk Gelamai Mak Leni yang memiliki bentuk, warna, dan rasa yang khas. Penerapan warna coklat pada kemasan bertujuan untuk memberikan kesan hangat dan nyaman, dan juga memberikan kesan modern pada kemasan, sementara penggunaan warna orange pada kemasan bertujuan untuk memberikan daya tarik dan atau menonjolkan kemasan.



Gambar 2 : Final Desain Kemasan Gelamai Mak Leni Payakumbuh  
(Sumber : Dokumentasi Arinka Dian Nugraha)

Kemasan Gelamai Mak Leni mempunyai dua bagian kemasan, yaitu kemasan bagian luar dan kemasan bagian dalam. Pada kemasan bagian luar mempunyai tiga lipatan yang berfungsi sebagai pembungkus kemasan bagian dalam dan terdapat dua sisi penutup yang bertujuan untuk menjaga produk



terbungkus dengan baik. Pada kemasan bagian luar juga terdapat dua bagian yang dibolongkan dan dilapisi dengan plastik yang bertujuan agar konsumen bisa melihat langsung produk yang terdapat dalam kemasan Gelamai Mak Leni Payakumbuh.

## 2. Media Pendukung

Dalam merancang “Perancangan Merek dan Kemasan Gelamai Mak Leni Payakumbuh”, selain membuat media utama, juga ditunjang dengan beberapa media pendukung, Pemilihan media pendukung disesuaikan dengan fungsinya.

### a. *Paper Bag*



Gambar 3 : Final Desain *Paper Bag*  
(Sumber : Dokumentasi Arinka Dian Nugraha)

**b. Sticker**



Gambar 4 : Final Desain *Sticker*  
(Sumber : Dokumentasi Arinka Dian Nugraha)

**c. Kartu Nama**



Gambar 5 : Final Desain Kartu Nama  
(Sumber : Dokumentasi Arinka Dian Nugraha)

**d. Sablon Kaos**

Gambar 6 : Final Desain Sablon Kaos  
(Sumber : Dokumentasi Arinka Dian Nugraha)

**e. Mug**

Gambar 7 : Final Desain Mug  
(Sumber : Dokumentasi Arinka Dian Nugraha)

**f. Stempel**

Gambar 8 : Final Desain Stempel  
(Sumber : Dokumentasi Arinka Dian Nugraha)

**g. Pin**

Gambar 9 : Final Desain Pin  
(Sumber : Dokumentasi Arinka Dian Nugraha)

## h. Nota Transaksi



Gambar 10 : Final Desain Nota Transaksi  
(Sumber : Dokumentasi Arinka Dian Nugraha)

## i. X-Banner



Gambar 11 : Final Desain X-Banner  
(Sumber : Dokumentasi Arinka Dian Nugraha)

## j. Kalender



Gambar 12 : Final Desain Kalender  
(Sumber : Dokumentasi Arinka Dian Nugraha)

## k. Jam Dinding



Gambar 13 : Final Desain Jam Dinding  
(Sumber : Dokumentasi Arinka Dian Nugraha)

## **D. Kesimpulan dan Saran**

### **1. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil dan pembahasan dari Perancangan Merek dan Kemasan Gelamai Mak Leni Payakumbuh dapat disimpulkan bahwa dalam melakukan sebuah desain, diperlukan beberapa hal yang mendasar dan kuat sebagai pedoman serta alasan dalam melakukan perancangan kemasan. Perancangan Merek dan Kemasan Gelamai Mak Leni Payakumbuh bukan hanya untuk bentuk visualisasi dari kemasan, tetapi juga diperhatikan aspek daya tahan agar kemasan bukan hanya semata-mata untuk menjual sebuah produk, akan tetapi juga melindungi produk yang dikemas didalamnya, disinilah tujuan dilakukannya perancangan kemasan untuk memperbaiki kekurangan serta menyesuaikan perancangan dengan tujuan dan latar belakang suatu perusahaan.

Perancangan merek dan kemasan sangatlah mempertimbangkan berbagai aspek yang termasuk ke dalam tujuan perusahaan, dan promosi produk sebagaimana inti dari Perancangan Merek dan Kemasan Gelamai Mak Leni Payakumbuh, yaitu untuk menonjolkan ciri khas produk melalui visual kemasan maupun merek kemasan, agar dapat membedakan identitas perusahaan dengan identitas perusahaan lainnya, dan juga sebagai penanda kepemilikan serta jaminan kualitas dan mencegah adanya peniruan serta pembajakan.

Penulis melakukan Perancangan Merek dan Kemasan Gelamai Mak Leni Payakumbuh dengan banyak mempertimbangkan segala macam aspek, mulai dari bentuk, warna, serta tipografi agar dapat mencapai tujuan yang dimaksudkan oleh perusahaan dalam sebuah promosi produk maupun perusahaan. Kemasan dan merek perusahaan yang baru akan diterapkan pada media pendukung (media cetak dan digital) agar seluruh target perusahaan baik di dalam penjualan maupun promosi mencapai puncak dari kesuksesan perusahaan.

## 2. Saran

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan dari Perancangan Merek dan Kemasan Gelamai Mak Leni Payakumbuh diatas, penulis membuat beberapa saran yaitu:

1. Agar Merek dan Kemasan Gelamai Mak Leni yang baru bisa dikenali sebagai suatu identitas perusahaan yang baik oleh *target audience* serta dapat memperkenalkan identitas yang khas dan unik pada perusahaan Gelamai Mak Leni, perlu dilakukan beberapa pembenahan baik itu disektor produksi dan promosi.
2. Bagi perancang yang akan merancang sebuah merek, kemasan, maupun promosi, persiapkan sebelumnya data verbal dan data visual, serta data-data dokumentasi yang diperlukan dalam perancangan dan memiliki ide yang kreatif, lalu temukan permasalahan yang jelas agar pengerjaan karya akhir berjalan dengan baik, efektif, dan kreatif.



## E. Daftar Pustaka

- Julianti, Sri 2014. *The Art Of Packaging*. Jakarta: PT Gramedia Putaka Utama
- Klimchuk, Marianner Roser.& Krasovec, Sandra A. (Eds.). 2006. *Desain Kemasan*. Jakarta: ERLANGGA.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 1997. *Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga Belas Jilid 2*. Terjemahan oleh Bob Sabran. 2009. Jakarta : ERLANGGA
- Marianne Rosner Klimchuk, & Sandra A. Krasovec. (2007). *Desain Kemasan*. Jakarta: Erlangga.
- Sarwono, Jonathan. & Lubis, Hary. (Ed.). 2007. *Metode Riset untuk Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: ANDI YOGYAKARTA.