

**RE-DESIGN KEMASAN PRODUK KACANG ATOM GDR
DI NAGARI PANYALAIAN, KECAMATAN X KOTO,
KABUPATEN TANAH DATAR**

JURNAL

Diajukan kepada Universitas Negeri Padang Memenuhi Salah Satu Persyaratan
dalam Menyelesaikan Program Sarjana Desain Komunikasi Visual



Oleh

ILHAM SYUKRI
1103538/2011

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
JURUSAN SENI RUPA
FAKULTAS BAHASA DAN SENI
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
Wisuda Periode Maret 2017**

HALAMAN PERSETUJUAN

Karya Akhir

RE-DESIGN KEMASAN PRODUK KACANG ATOM GDR DI NAGARI PANYALAIAN, KECAMATAN X KOTO, KABUPATEN TANAH DATAR

ILHAM SYUKRI

Artikel ini disusun berdasarkan karya akhir Ilham Syukri “*RE-Design* Kemasan Produk Kacang Atom GDR Di Nagari Panyalaian, Kecamatan X Koto, Kabupaten Tanah Datar” untuk persyaratan wisuda periode Maret 2017 dan telah diperiksa/ disetujui oleh kedua pembimbing.

Padang, Januari 2017

Disetujui oleh :

Pembimbing I,



Dr. Budiwirman, M.Pd
NIP.19590417.198903.1.001

Pembimbing II,



SanAhdhi, S.Sn., M.Ds.
NIP.19791216.200812.1.004

**RE-DESIGN KEMASAN PRODUK KACANG ATOM GDR
DI NAGARI PANYALAIAN, KECAMATAN X KOTO,
KABUPATEN TANAH DATAR**

Ilham Syukri¹, Dr. Budiwirman, M.Pd², San Ahdi, M.Sn, M.Ds³
Program Studi Desain Komunikasi Visual
FBS Universitas Negeri Padang
Email: Ilhamsyukri3@gmail.com

ABSTRAK

Salah satu penopang pembangunan ekonomi Nasional adalah pengembangan industri kecil menengah. Dengan hadirnya salah satu industri rumahan yang bertujuan untuk meningkatkan pembangunan Nasional adalah Usaha Kacang Atom “GDR”. Usaha Kacang Atom “GDR” ini terletak di Nagari Panyalaian, Kecamatan X Koto, Kabupaten Tanah Datar, Sumatera Barat, yang berdiri sejak tahun 1992 yang di pimpin oleh Bapak Kemrizal. Produk Kacang Atom “GDR” ini terbuat dari kacang pilihan yang mempunyai rasa gurih dan renyah, Hanya saja produk ini masih mempunyai kelemahan dalam pengemasannya dan daya saing di kancan nasional. Produk Kacang Atom “GDR” ini masih memakai kemasan yang berupa plastik bening saja dan belum bisa bersaing dengan produk kacang atom lainnya secara nasional.

Karya akhir ini bertujuan untuk menghasilkan sebuah rancangan desain yang menarik dari kemasan produk Kacang Atom “GDR” ini. Penulis memakai metode perancangan mulai dari pengumpulan data melalui observasi, wawancara, kemudian dilanjutkan dengan menggunakan metode analisis data dengan menggunakan analisis SWOT (*Strenght, Weakness, Oppoturnity, Treatment*). Dalam merancang desain kemasan ini akan menampilkan layout, tipografi, ilustrasi dan warna yang menarik yang sesuai dengan produk Kacang Atom “GDR”.

Desain kemasan yang menarik akan menjadi daya tarik tersendiri bagi para konsumen untuk mencoba Kacang Atom “GDR” guna meningkatkan penjualan dan meningkatkan daya saing secara nasional.

Kata Kunci : Desain Kemasan, Produk, Kacang Atom “GDR”.

¹ Mahasiswa penulis Karya Akhir Prodi Desain Komunikasi Visual untuk wisuda periode Maret 2017

² Pembimbing I, dosen FBS, Universitas Negeri Padang.

³ Pembimbing II, dosen FBS, Universitas Negeri Padang.

ABSTRACT

One of the pillars of national economic development is the expansion of small and medium industries. With the presence of a home industry that aims to promote the increase of the National Peanut Enterprises Atom "GDR". Peanuts Enterprises Atom "GDR" is located in Nagari Panyalaian, X Koto subdistrict, district of Tanah Datar, West Sumatera, was established since 1992 under the leadership of Mr. Kemrizal. Peanut Products Atom "GDR" is made from beans that have a large selection taste of tasty and crunchy, it is just that product still has a weakness in the packaging and competitiveness on the national scene. Peanut Products Atom "GDR" is still wearing clear plastic packaging form only and can not compete with other atoms peanut products nationwide.

This thesis have a purpose to produce an attractive plan of the design of the product packaging Peanut Atom "GDR" is. The author here wearing design methods started from collecting information with observation, interviews, then more continued by using the method of data analysis using SWOT analysis (Strength, Weakness, Oppoturnity, Treatment), then the author began a creative design. In designing of the packaging design will feature layout, typography, illustration and attractive colors that match the product Peanuts Atom "GDR".

Attractive packaging designs will be the main attraction for the consumer to try the Peanut Atom "GDR" in order to upgrade sales and improve national competitiveness.

Keywords : Packaging Design, Product, Peanuts Atom "GDR".

A. PENDAHULUAN

Indonesia merupakan suatu negara kepulauan yang memiliki banyak sekali ragam suku dan budaya. Produk budaya dapat berupa kesenian daerah, adat istiadat, bahasa, maupun makanan. Makanan daerah dapat dibedakan menjadi dua bagian, yaitu makanan berat dan makanan ringan. Makanan berat adalah makanan yang dikonsumsi sebanyak tiga kali sehari, sedangkan makanan ringan adalah makanan yang bukan termasuk dalam kebutuhan utama manusia, makanan ringan ini dapat berupa keripik, kacang atom, roti, kue kering dan lain sebagainya.

Salah satu produk makanan ringan adalah kacang atom. Kacang atom merupakan olahan kacang tanah yang dilampisi tepung serta berbentuk bulat

dan berwarna putih dibuat dari bahan kacang tanah, dan berbagai bahan lainnya seperti telur, minyak, garam, bawang merah, bawang putih.

Produk makanan ringan berupa kacang atom yang diproduksi di daerah Sumatera Barat yang bernama Kacang Atom “GDR”. Produk yang digagas oleh Bapak Kemrizal dan Ibu Jasmila ini berdiri pada tahun 1992 di daerah atau Nagari Panyalaian Koto Tuo Padang Panjang Tanah Datar berdirinya perusahaan ini yaitu revolusi perubahan usaha yang dilakukan Bapak Kemrizal sebagai penjual pakaian. Pada tahun 1992 pak Kemrizal mendirikan sebuah toko yang menjual pakaian di pasar Panyalaian Koto Tuo Padang Panjang. Kurangnya pendapatan dari menjual pakaian, pasangan suami-istri ini mencoba beralih keusaha makanan ringan berjenis kacang atom.

Kacang atom “GDR” telah mempunyai kemasan, tetapi masih menggunakan plastik bening dengan merek yang masih sederhana serta desain kemasan yang tidak mempunyai daya tarik sehingga kacang atom “GDR” ini kurang dikenal masyarakat dan belum bisa bersaing dengan produk kacang atom sejenis yang lebih dulu menggunakan desain kemasan yang menarik dan telah dikenal luas. Pengemasan produk yang elegan dan unik akan memberi nilai jual tersendiri.

Guna mempertahankan kualitas makanan tersebut dan mengembangkan produksinya di tengah persaingan yang semakin pesat diperlukan suatu usaha di antaranya melalui desain kemasan. Daya tarik suatu produk tidak terlepas dari kemasannya. Karena itu kemasan harus dapat

mempengaruhi konsumen untuk membeli suatu produk. Melihat dari sisi tampilan maupun bentuk dengan warna dan bentuk yang baru sehingga terlihat menarik.

Sebagai seorang desainer komunikasi visual, hal ini merupakan suatu tantangan karena selain dituntut untuk dapat menyajikan sebuah (desain) kemasan yang estetis, juga dituntut untuk memaksimalkan daya tarik kemasan agar dapat menarik konsumen dalam pertarungan untuk menghadapi produk-produk pesaing.

Demi terwujudnya daya tarik suatu produk, maka dari itu penulis melakukan perancangan ulang terhadap kemasan kacang atom “GDR”. Dengan demikian, judul dari laporan Karya Akhir ini adalah **“Re-design Kemasan Produk Kacang Atom “GDR” Di Nagari Panyalaian, Kecamatan X Koto, Kabupaten Tanah Datar.**

B. Desain Kemasan Sebagai Alat Komunikasi

Desain kemasan sebagai alat komunikasi dapat diartikan bahwa desain kemasan tidak hanya sebagai membungkus atau menutup suatu barang atau sekelompok barang, tapi memberikan informasi-informasi yang jelas dan lengkap mengenai kandungan atau isi dari sebuah produk, idealnya ketika desain kemasan mampu memberikan informasi kepada konsumen nilainya akan lebih baik untuk menghindari kebingungan konsumen.

Klimchuk dan Krasovec (2006:33) menjelaskan bahwa:

Desain kemasan berlaku untuk membungkus, melindungi, mengirim, mengeluarkan, menyimpan, mengidentifikasi, dan membedakan sebuah produk di pasar. Pada akhirnya desain kemasan berlaku sebagai pemasaran produk dengan

mengkomunikasikan kepribadian atau fungsi produk konsumsi secara unik.

1. Desain Kemasan

Perkembangan kemasan di Indonesia mungkin tidak jauh berbeda dengan perkembangan kemasan di dunia pada umumnya. Sekarang, hampir semua jenis maupun gaya kemasan yang ada di negara lain juga bisa ditemui di Indonesia.

Menurut Kartajaya (1996) *“Packaging protects what it sells (Kemasan melindungi apa yang dijual).” but now (tetapi sekarang), “Packaging sells what it protects (Kemasan menjual apa yang dilindungi).*

Menurut Arikunto (2004) desain kemasan yang baik didalamnya bukan hanya bentuk, bahan dan warna saja, tetapi yang lebih penting adalah nilai dari fungsi kemasan itu sendiri, yaitu apakah bisa menjawab kebutuhan dari konsumennya.

Sri Julianti (2014:15) mendefinisikan bahwa Kemasan adalah wadah untuk meningkatkan nilai dan fungsi sebuah produk. Menurut Wirya (2005) *“kemasan dapat didefinisikan sebagai seluruh kegiatan merancang dan memproduksi wadah atau bungkus atau kemasan suatu produk”.*

2. Prinsip Desain Kemasan

Dalam desain kemasan, prinsip dasar desain di sesuaikan untuk memenuhi tujuan setiap tugas-tugas desain.

Klimchuk dan Krasovec (2006:82-84) menjelaskan elemen-elemen penting yang digunakan dalam mendesain kemasan sebagai berikut:

- a. Empat perhatian penarik utama:
 - 1) Warna
 - 2) Struktur fisik atau bentuk
 - 3) Simbol dan angka
 - 4) Tipografi
- b. Dayatarik elemen desain adalah berdasarkan:
Prinsip dasar desain + tujuan pemasaran yang jelas + pemakaian empat penarik perhatian utama yang efektif = desain kemasan konsumen yang dirancang dengan baik.
- c. Desain kemasan yang bisa melayani target pasar yang ditunjuk haruslah:

- 1) Sesuai dengan budaya setempat 2) Tatahan bahasa yang tepat dan akurat 3) Logis secara visual 4) Dirancang secara komperentif
- d. Elemen-elemen yang diperlukan umumnya meliputi
 - 1) Tanda Merek 2) Nama Merek 3) Nama Produk 4) Keterangan komposisi (*ingrendient*) 5) Berat Bersih 6) Informasi Nilai Gizi 7) Tanggal Kadarluarsa, peringatan bahaya, arahan penggunaan, Dosis, intruksi 8) Ragam 9) *Barcode*
- e. Elemen-elemen yang diatur dengan desain meliputi:
 - 1) Warna 2) Citra 3) Huruf 4) Ilustrasi 5) Sarana Grafis 6) Foto (noninformasi) 7) Ikon 8) Hirarki visual

Dengan adanya prinsip-prinsip desain yang terkait dengan elemen-elemen desain seperti keseimbangan, kontras, instentitas, positif, negatif, nilai, bobot, posisi, urutan, hirarki dan unsur-unsur visual yang terdiri dari titik, garis, bidang, ruang, warna, tekstur dan ukuran. Dalam mendesain kemasan ada beberapa tambahan-tambahan elemen yang perlu diperhatikan dalam mendesain sebuah kemasan, yang bertujuan untuk memproyeksikan nilai-nilai budaya dan juga mengkomunikasikan kelas konsumen yang lebih luas.

3. Kriteria Desain Kemasan

Dalam proses desain kemasan terlebih dahulu ditentukan kriteria-kriteria apa saja yang dibutuhkan, kriteria tersebut nantinya akan memperkuat konsep desain, Klimchuk dan Krasovec (2006) menjelaskan kriteria tersebut adalah stuktur dan material desain kemasan, pertimbangan–pertimbangan desain material dan produksi.

Klimchuk dan Krasovec (2006: 137-182) menjelaskan lebih lanjut seperti berikut:

- a. Stuktur dan Material Desain Kemasan

Struktur dan material digunakan sebagai tempat penyimpanan, perlindungan, transportasi produk dan menyediakan permungkaan fisik bagi desain kemasan. Pertimbangan material dan keunggulan serta kelemahannya harus dipertimbangkan diawal setiap tugas desain kemasan, struktur kemasan dan pilihan material harus berdasarkan pertimbangan berikut ini:

- 1) Apakah produknya? 2) Bagaimanakah produk akan dipindahkan?
- 3) Bagaimanakah dan di mana produk akan disimpan?
- 4) Bagaimanakah produk perlu dilindungi? 5) Bagaimanakah produk dipajang?
- 6) Di manakah produk akan di jual? 7) Siapakah target konsumennya? 8) Apakah kompetisi kategori ini? 9) Berapakah batasan biayanya? 10) Berapakah jumlah produksi? 11) Apakah jadwal produksinya? 12) Apakah struktur yang sudah ada sebelumnya dapat diperbaiki? 13) Apakah struktur yang baru bisa dipilih dari stok gudang? 14) Apakah struktur yang baru perlu dikembangkan? 15) Apakah struktur harus di patenkan?

Sesuai dengan struktur kemasan dan pilihan material diatas, paling penting karena mengarah pada perlindungan dan transportasi produk yang efektif, Struktur dan material bisa dibagi ke dalam beberapa kategori:

1) Gaya Lipatan Kertas

Reverse Truck: Lidah atas berseberangan dengan lidah bawah, sehingga lidah atas membuka dari depan kebelakang sementara lidah bawah membuka ke depan. Tapi yang keras dari *reverse tuck* harus berada di belakang.

Straight Truck: Lidah atas dan lidah bawah segaris, membuka menutup dengan arah yang sama. Lidah ini biasanya dibuka dari belakang ke depan.

Dua tutupan yang umum adalah *Slit lock* ujung disisipkan dengan menempel lidah atas.

Friction lock: Ujung untuk diselipkan, tertahan ditempatnya karena friksi, biasanya di sisi lidah atas ada lidah bawah.

2) Plastik

Jenis plastik yang paling umum digunakan sebagai kemasan adalah:

- a) *Low-density polyethylene* (LDPE) digunakan untuk kontainer dan tas untuk pakaian.
- b) *High density polyethylene* (HDPE) kaku dan opak dan digunakan dan digunakan untuk susu, deterjen dan cairan pembersih rumah tangga.
- c) *Poly ethylene terephthalate* (PED) bening seperti kaca digunakan untuk produk.
- d) *Polypropylene* digunakan untuk botol. *Polystyrene* (PS) diproduksi dalam berbagai bentuk digunakan dalam bentuk kotak sisi, botol, botol pil dll.

b. Pertimbangan-Pertimbangan Desain Material dan Produksi.

Berdasarkan Masalah produksi produksi diatas, tinjauan dan kekhawatiran harus dikomunikasikan dengan klien dan tim produksi sebelum proses desain dimulai. Desainer kemasan harus benar-benar mengetahui:

- 1) Ukuran, bentuk, dan material struktural kemasan
- 2)Spesifikasi percetakan untuk material tertentu
- 3)Performa material dibawah kondisi ritel
- 4)Pertimbangan software untuk komputerasi percetakan dan otomatisasi proses kemasan
- 5)Ketentuan desain kemasan global untuk merek, termasuk perubahan struktural kemasan, adaptasi bahasa, dan modifikasi desain.

Produksi desain kemasan tergantung pada logika proses dan pemahaman macam-macam teknologi percetakan dan memahami hal-hal pokok mengenai produksi antara lain:

- 1) Mempertimbangkan isu-isu produksi di awal permulaan tugas desain
- 2)Menggunakan spesifikasi cetak yang tepat untuk material-material tertentu
- 3)Mempertahankan integritas desain dan kualitas produksi
- 4)Menepati jadwal
- 5)Mengendalikan biaya produksi
- 6)Menghindari semua revisi yang tidak perlu
- 7)Menerapkan teknologi yang tepat
- 8)Memberikan solusi desain yang dapat dikembangkan dan di adaptasi lebih lanjut.

Berdasarkan kriteria desain kemasan diatas dapat disimpulkan bahwa desainer harus mengetahui apa saja struktur dan material desain

kemasan, kategori struktur dan material, serta pertimbangan-pertimbangan material dan masalah produksi.

C. Metode Analisis Data

Sesuai permasalahan yang dikemukakan dan dijelaskan di atas, maka dirancanglah metode pemecahan masalah oleh penulis. Metode pemecahan masalah itu berupa perancangan kemasan produk yang diaplikasikan melalui media cetak. Untuk melakukan perancangan kemasan produk yang diaplikasikan melalui media cetak maka diperlukan metode analisis SWOT.

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

Analisis SWOT terutama dipergunakan untuk menilai dan menilai ulang (revaluasi) suatu hal yang telah ada dan telah diputuskan sebelumnya dengan tujuan meminimalkan resiko yang mungkin timbul. Langkahnya adalah dengan mengoptimalkan segi positif yang mendukung serta meminimalkan segi negative yang berpotensi menghambat pelaksanaan keputusan perancangan yang telah di ambil.

Dalam perancangan kemasan ini dapat digunakan analisis SWOT singkatan dari *strength*, *weakness*, *opportunity*, *treat*. Maksud dari analisis ini adalah untuk menentukan kekuatan produk sehingga dapat di optimalkan, kelemahannya dapat dibenahi, peluang-peluang yang dapat dimanfaatkan dan ancaman yang dapat diantisipasi. Perancang kemasan ini menggunakan analisis SWOT karena analisis ini dapat mengatasi masalah yang timbul dalam proses perancangan.

1. Kekuatan (*Strength*)

Kekuatan yang dimiliki oleh perusahaan Kacang Atom “GDR”, adalah sebagai berikut :

- a. Kota Padang Panjang merupakan salah satu kota yang mempunyai letak yang strategis sehingga kacang Atom “GDR” ini mudah di dapatkan di kota ini dan didistribusikan.
- b. Meningkatkan Industri Rakyat. Kota Padang Panjang merupakan salah satu kota yang banyak menghasilkan produksi seperti Home Industri dan salah satu produk nya adalah Kacang Atom “GDR”.
- c. Menciptakan lapangan kerja untuk masyarakat Padang Panjang.
- d. Meningkatkan Pendapatan Daerah dan Negara
- e. Secara geografis Letak kota Padang Panjang sangat strategis, yang berlokasi pada jalur lintas Sumbar dan Riau.

2. Kelemahan (*Weakness*)

Kelemahan yang dimiliki oleh perusahaan Kacang Atom “GDR” adalah sebagai berikut:

- a. Belum memiliki kemasan yang sesuai dengan identitas usaha Kacang Atom “GDR”.
- b. Kacang Atom “GDR” dikenal masyarakat luas hanya dari mulut ke mulut penyebarannya.
- c. Kurangnya pengetahuan masyarakat tentang adanya produksi Kacang Atom “GDR”.
- d. Wilayah penyebarannya belum sampai ke Supermarket.

3. Peluang (*Opportunity*)

Peluang utama yang dimiliki oleh perusahaan Kacang Atom “GDR”, adalah sebagai berikut:

- a. Membuka peluang Kacang Atom “GDR” untuk lebih dikenal oleh masyarakat lokal maupun luar daerah dengan desain kemasan yang modern sesuai dengan target *audience*.
- b. Membuka peluang untuk memajukan dan meningkatkan pendapatan usaha Kacang Atom “GDR”
- c. Meningkatnya jumlah masyarakat penikmat Kacang, khususnya Kacang Atom “GDR”.
- d. Cita rasa Kacang Atom “GDR” yang memiliki khas dan berbeda dari produk kompetitor.

4. Tantangan (*Threat*)

Tantangan dari perancangan kemasan Kacang Atom “GDR”, adalah sebagai berikut:

- a. Adanya produk pesaing lainnya disekitar Kota Padang Panjang.
- b. Adanya produk kompetitor yang sudah menggunakan kemasan dan media promosi yang lebih modern.

Adanya Analisis *SWOT* diatas, perancangan kemasan Kacang Atom “GDR” dalam bentuk kemasan tidak tertutup kemungkinan untuk menarik perhatian konsumen baik masyarakat lokal dan maupun luar daerah Sumatra Barat sendiri untuk mengkonsumsi produk Kacang Atom “GDR” dengan cita rasa yang nikmat dan berbeda.

D. Pembahasan

1) Media Utama

Media utama adalah media inti dari karya akhir penulis yaitu perancangan kemasan usaha Kacang Atom “GDR” di Nagari Panyalaian Kecamatan X Koto Kota Padang Panjang. Penulis menjadikan kemasan produk sebagai media utama karena usaha Kacang Atom “GDR” sebelumnya hanya menggunakan plastik bening saja.

Adapun ukuran perancangan kemasan antara lain:

Kemasan ukuran 100 gram

Ukuran : 12 cm, lebar 20 cm,
Warna : *Full Colour*
Material : *Alluminium Foil Stand Up Pouch*
Teknik : Sablon Press

Kemasan ukuran 250 gram

Ukuran : 16 cm, lebar 24 cm

Warna : *Full Colour*
Material : *Aluminium Foil Stand Up Pouch*
Teknik : *Sablon Press*

Konsep kemasan usaha Kacang Atom “GDR” diantaranya:

- a. Kemasan Kacang Atom “GDR” memakai plastik kemasan jenis *stand up pouch* dengan tinggi 24 cm dan lebar 16 cm dengan berat bersih 250 gram dan ukuran kedua dengan tinggi 20 cm dan lebar 12 cm dengan berat bersih 100 gram.
Logo yang digunakan dalam perancangan kemasan Kacang Atom “GDR” ini adalah *logotype* yang menggunakan *font* Minangkabau yang melambangkan sebuah produk asli dari minangkabau dengan memakai warna putih dengan kesan keaslian dan kemurnian dari Kacang Atom “GDR”. Karakter logo ini memakai lingkaran merah dengan kesan sebuah bentuk semangat dari perusahaan ini
- b. Menjadi perusahaan yang mampu bersaing dengan perusahaan lain di kancan Nasional.
- c. Ilustrasi pada kemasan berbentuk mulut yang sedang memakan Kacang Atom “GDR” yang menandakan kegurihan dan kerenyahan dari Kacang Atom “GDR” ini.
- d. *Tagline* Kacang Atom “GDR” adalah “Gurih dan Renyah” yang menandakan bahwa Kacang Atom “GDR” ini benar benar nikmat untuk jadi makanan ketika saat sedang santai, dengan memakai warna coklat yang memberikan kesan kehangatan dan memberikan aksan yang elegan dan merupakan sumber energi.

Final Desain Kemasan



Kemasan ukuran 100 gram



Kemasan ukuran 250 gram



Tampak Belakang Kemasan

2) Media Pendukung

Final Desain Media Pendukung

a. Paper Bag



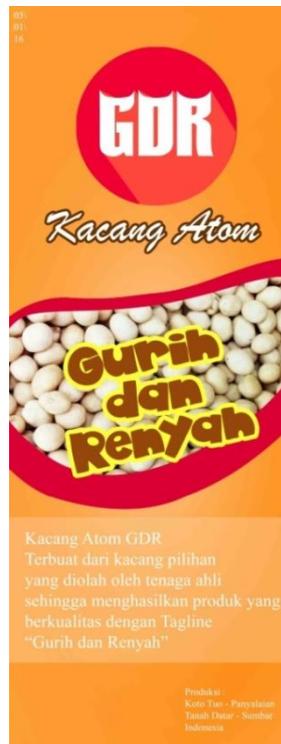
b. Baju Kaos



c. Stiker



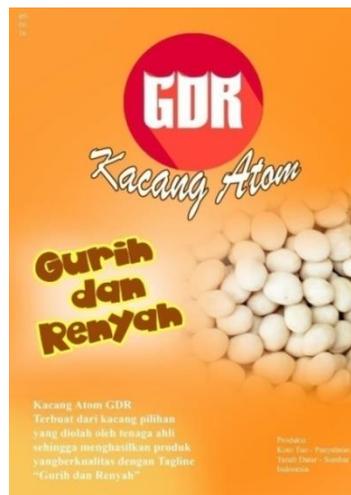
d. X-banner



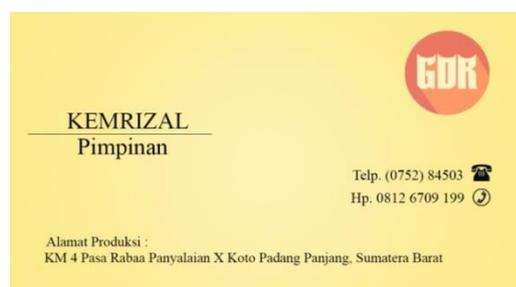
e. Gantungan Kunci



f. Poster



g. Kartu Nama



E. Penutup

1. Kesimpulan

Setelah melalui analisa, perancangan dan pembuatan kemasan ini maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

- a. Kemasan ini menampilkan identitas dari sebuah produk usaha Kacang Atom “GDR”. Perancangan dan pengemasan yang baik merupakan salah satu cara terbaik untuk dapat menarik perhatian konsumen membeli produk.
- b. Kemasan ini menggunakan unsur-unsur dalam desain yang tidak melupakan syarat yaitu mudah dibaca, kejelasan pesan dan menarik.
- c. Kemasan ini dapat membantu meningkatkan penjualan dan produksi usaha Kacang Atom “GDR”.

2. Saran

Saran-saran yang dapat diberikan untuk pengembangan kemasan ini lebih lanjut antara lain;

- a. Perancangan kemasan yang menarik dapat menjadi daya tarik untuk konsumen atau target *audience* untuk membeli dan mencoba produk usaha Kacang Atom “GDR”.
- b. Agar produk usaha Kacang Atom “GDR” dapat diketahui oleh masyarakat umum maupun wisatawan harus melakukan promosi yang efektif.

- c. Kepada masyarakat diharapkan agar lebih menghargai desain, karena peranan desain sangat penting dan berpengaruh dalam berbagai bidang komunikasi , terutama pada komunikasi visual.
- d. Kepada mahasiswa diharapkan lebih menghargai karya-karya desain baik itu karya sendiri ataupun karya orang lain, karena begitu pentingnya peranan dari sebuah desain.

F. Daftar Rujukan

Arikunto, Suharsimi. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu pendekatan Praktik*.Jakarta: Rineke Cipta.

Klimchuk, Marianner Roser.& Krasovec, Sandra A. (Eds.). 2006. *Desain Kemasan*.Jakarta: ERLANGGA

Julianti, Sri 2014. *The Art Of Packaging*. Jakarta: PT Gramedia Putaka Utama

Sarwono, Jonathan. & Lubis, Hary. (Ed.). 2007. *Metode Riset untuk Desain Komunikasi Visual*.Yogyakarta: ANDI YOGYAKARTA.