

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI  
INSTITUT TEKNOLOGI DAN BISNIS PALCOMTECH**

**LAPORAN TUGAS AKHIR**

**PERANCANGAN DESAIN KEMASAN KUMBU  
MAKANAN KHAS PALEMBANG**



**Diajukan oleh :**

- 1. DESTIA NUR ANITA / 061190033**
- 2. SIDDIQ RAHMANTO / 061190029**

**Untuk Memenuhi Sebagian dari Syarat  
Mencapai Gelar Ahli Madya**

**PALEMBANG**

**2022**

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI  
INSTITUT TEKNOLOGI DAN BISNIS PALCOMTECH**

**LAPORAN TUGAS AKHIR**

**PERANCANGAN DESAIN KEMASAN KUMBU  
MAKANAN KHAS PALEMBANG**



**Diajukan oleh :**

- 1. DESTIA NUR ANITA / 061190033**
- 2. SIDDIQ RAHMANTO / 061190029**

**Untuk Memenuhi Sebagian dari Syarat  
Mencapai Gelar Ahli Madya**

**PALEMBANG**

**2022**

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI  
INSTITUT TEKNOLOGI DAN BISNIS PALCOMTECH**

---

**HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING LAPORAN TUGAS AKHIR**

**NAMA/NPM** : 1. DESTIA NUR ANITA / 061190033  
2. SIDDIQ RAHMANTO / 061190029

**PROGRAM STUDI** : **DESAIN KOMUNIKASI VISUAL**

**JENJANG PENDIDIKAN** : **DIPLOMA TIGA**

**JUDUL** : **PERANCANGAN DESAIN  
KEMASAN KUMBU MAKANAN  
KHAS PALEMBANG**

**Tanggal : 12 Agustus 2022**  
**Pembimbing**

**Mengetahui,**  
**Rektor**

**Didiek Prasetya S. Pd., M. Sn**  
**NIDN : 0226028201**

**Benedictus Effendi, S.T., M.T.**  
**NIP : 09.PCT.13**

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI  
INSTITUT TEKNOLOGI DAN BISNIS PALCOMTECH**

---

**HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI LAPORAN TUGAS AKHIR**

**NAMA/NPM** : 1. DESTIA NUR ANITA / 061190033  
2. SIDDIQ RAHMANTO / 061190029

**PROGRAM STUDI** : DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

**JENJANG PENDIDIKAN** : DIPLOMA TIGA

**JUDUL** : PERANCANGAN DESAIN  
KEMASAN KUMBU MAKANAN  
KHAS PALEMBANG

**Tanggal : 12 Agustus 2022**  
**Penguji 1**

**Tanggal : 12 Agustus 2022**  
**Penguji 2**

**Eka Prasetya Adhy Sugara, S. T., M. Kom** **Yasermi Syahrul, S. Pd., M. Sn**  
**NIDN : 0224048203** **NIDN : 0208058801**

**Mengetahui,**  
**Rektor**

**Benedictus Effendi, S.T., M.T.**  
**NIP : 09.PCT.13**

**MOTTO :**

*”Pendidikan mempunyai akar yang pahit, tapi buahnya manis.”*

*(Aristoteles)*

*“Satu-satunya sumber dari pengetahuan adalah pengalaman.”*

*(Albert Einstein)*

**Kupersembahkan kepada :**

- Allah yang maha kuasa
- Kedua orang tua tercinta
- Keluarga besar terkasih
- Bapak Didiek Prasetya S. Pd., M. Sn
- Rekan-rekan seperjuangan
- Ibu Fauziah pemilik usaha Kumbu

## **KATA PENGANTAR**

Puji dan syukur Saya panjatkan kepada Allah SWT atas rahmat Beliau sehingga Penulis dapat menyelesaikan Laporan Tugas Akhir dengan judul “Perancangan Desain kemasan Kumbu Makanan Khas Palembang” dengan baik. Guna memenuhi salah satu syarat untuk dapat menyelesaikan Pendidikan Diploma III Desain Komunikasi Visual di Institut Teknologi dan Bisnis PalComTech Palembang.

Selama penulisan laporan ini penulis mendapatkan banyak bimbingan, bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada beberapa pihak, yaitu kepada yang terhormat :

1. Bapak Benedictus Effendi S. T., M. T selaku Rektor Institut Teknologi dan Bisnis PalComTech Palembang.
2. Bapak Eka Prasetya Adhy Sugara S. T., M. Kom dan Bapak Yasermi Syahrul, S. Pd., M. Sn selaku Dosen Penguji Tugas Akhir.
3. Bapak Didiek Prasetya S. Pd., M. Sn selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir.
4. Kedua Orang tua dan saudara/i kami yang telah memberikan doa dan dukungan.
5. Ibu Fauziah selaku pemilik usaha Kumbu yang telah bersedia menerima penulis melakukan penelitian di tempat nya.

Demikian kata pengantar dari penulis, dengan harapan bahwa Laporan Tugas Akhir ini dapat bermanfaat dan berguna bagi pembaca, dengan kesadaran penulis bahwa laporan ini masih memiliki kekurangan. Sehingga membutuhkan banyak kritik dan saran yang membangun agar dapat menghasilkan sesuatu yang lebih baik. Terima kasih.

**Palembang, 12 Agustus 2022**

**Penulis**

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xi</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1.....Latar Belakang .....	1
1.2.....Rumusan Masalah Penelitian .....	2
1.3.....Tujuan Penelitian .....	2
1.4.....Manfaat Penelitian .....	3
1.5.....Sistematika Penulis .....	3
1.5.1....Bab I. Pendahuluan .....	3
1.5.2....Bab II. Tinjauan Pustaka .....	4
1.5.3....Bab III. Metode Penelitian .....	4
1.5.4....Bab IV. Hasil dan Pembahasan .....	4
1.5.5....Bab V. Simpulan dan Saran .....	4
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1.....Landasan Teori .....	5
2.1.1....Desain Komunikasi Visual .....	5
2.1.2....Produk .....	5
2.1.3....Kemasan .....	6
2.1.4....Desain Grafis .....	8

2.1.5....Warna .....	8
2.1.6....Bentuk .....	9
2.1.7....Merk atau Logo .....	9
2.1.8....Ilustrasi .....	10
2.1.9.... <i>Layout</i> .....	10
2.1.10..Tipografi .....	11
2.2.....Penelitian Terdahulu .....	12
2.3.....Kerangka Penelitian .....	14

### **BAB III METODE PENELITIAN**

3.1.....Objek dan Waktu Penelitian .....	15
3.1.1... Objek .....	15
3.2.1... Waktu Penelitian.....	15
3.2.....Jenis Data .....	15
3.2.1... Data Primer .....	15
3.2.2... Data Sekunder.....	25
3.3..... Teknik Perancangan.....	25
3.3.1....Konsep Visual .....	25
3.3.2....Konsep Huruf.....	26
3.3.3....Konsep Warna .....	27
3.4.. Ruang Lingkup Penelitian .....	29
3.5..... Alat dan Bahan .....	29
3.5.1... Alat .....	29
3.5.1.1 Alat Tulis .....	29
3.5.1.2 Laptop .....	29
3.5.1.3 <i>software Adobe illustrator</i> .....	29
3.5.2... Bahan .....	30
3.6 Tahapan Pengerjaan .....	30



**BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

4.1..... Perancangan.....	35
4.2..... Hasil dan Pembahasan .....	49

**BAB V PENUTUP**

5.1..... Kesimpulan .....	59
5.2..... Saran .....	59

<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>xiv</b>
-----------------------------	------------

<b>HALAMAN LAMPIRAN .....</b>	<b>xvii</b>
-------------------------------	-------------

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Perancangan Logo dan Desain Kemasan <i>Cookye Cookies</i> .....	13
Gambar 2.2 Warna sebagai Identitas Merek Pada Kemasan.....	13
Gambar 2.3 Kerangka Penelitian.....	14
Gambar 3.1 Proses Wawancara Bersama Ibu Fauziah .....	16
Gambar 3.2 Pengumpulan Data Menggunakan Metode Observasi .....	18
Gambar 3.3 Proses Merebus Kacang Merah.....	18
Gambar 3.4 Proses Mencuci Kacang Merah.....	19
Gambar 3.5 Proses Menggiling Kacang Merah.....	19
Gambar 3.6 Proses Mencampurkan Gula dan Kelapa .....	20
Gambar 3.7 Proses Menggongseng Kumbu Kacang Merah.....	20
Gambar 3.8 Proses Mencetak Bentuk Kumbu Kacang Merah.....	21
Gambar 3.9 Proses Mengemas Kumbu Kacang Merah.....	21
Gambar 3.10 Hasil Kuisisioner Yang Sudah Mendengar Kumbu.....	22
Gambar 3.11 Hasil Kuisisioner Yang Menyukai Kumbu.....	22
Gambar 3.12 Hasil Kuisisioner Lokasi Menjumpai Kumbu.....	23
Gambar 3.13 Hasil Kuisisioner Kumbu Yang Pernah Dijumpai.....	23
Gambar 3.14 Hasil Kuisisioner Seberapa Sering Makan Kumbu.....	23
Gambar 3.15 Hasil Kuisisioner Keperluan Membeli Kumbu.....	24
Gambar 3.16 Hasil Kuisisioner Kemasan Yang Cocok Untuk Kumbu.....	24
Gambar 3.17 Hasil Kuisisioner Kemasan Mempengaruhi Kumbu.....	24
Gambar 3.18 Huruf <i>The Blacklist</i> .....	26
Gambar 3.19 Huruf <i>Grobold</i> .....	27
Gambar 3.20 Warna Merah dan Kuning.....	28
Gambar 4.1 Sketsa Alternatif Kemasan Primer .....	35
Gambar 4.2 Sketsa Alternatif Kemasan Sekunder .....	36
Gambar 4.3 Sketsa Alternatif Kacang Merah .....	37

Gambar 4.4 Sketsa Alternatif <i>Mock-up T-shirt</i> .....	38
Gambar 4.5 Sketsa Alternatif <i>Mock-up Totebag</i> .....	39
Gambar 4.6 Sketsa Alternatif Mug .....	40
Gambar 4.7 Sketsa Alternatif Stiker .....	41
Gambar 4.8 <i>Layout</i> Kemasan Dalam Bentuk Digital.....	42
Gambar 4.9 <i>Layout</i> Kemasan Dalam Bentuk Digital .....	43
Gambar 4.10 Proses Pembuatan <i>Layout</i> Ke Dalam Digital .....	44
Gambar 4.11 Tampilan Kemasan Setelah di Buka .....	45
Gambar 4.12 Tampilan Kemasan Tertutup .....	46
Gambar 4.13 Proses Pembuatan Kemasan Primer Ke Digital .....	47
Gambar 4.14 <i>Mock- up T-shirt</i> .....	47
Gambar 4.15 <i>Mock- up Mug</i> .....	48
Gambar 4.16 <i>Mock-up Totebag</i> .....	48
Gambar 4.17 Stiker .....	49
Gambar 4.18 Hasil <i>Prototype</i> Kemasan Kumbu .....	50
Gambar 4.19 Kemasan Primer Yang Di Gunakan .....	51
Gambar 4.20 Hasil Kemasan Kumbu Saat Tertutup .....	52
Gambar 4.21 Hasil Tampilan Depan Kemasan Kumbu Saat Terbuka .....	52
Gambar 4.22 Hasil Tampilan Belakang Kemasan Kumbu Saat Terbuka .....	53
Gambar 4.23 Hasil Tampilan Google Lens Saat Scan Barcode .....	54
Gambar 4.24 Hasil Tampilan Link Yang Di Tuju .....	55
Gambar 4.25 Hasil Tampilan <i>Instagram</i> Kumbu .....	55
Gambar 4.26 Hasil Kemasan Kumbu Saat Terbuka .....	56
Gambar 4.27 Mug Kemasan Kumbu .....	56
Gambar 4.28 Totebag Kemasan Kumbu .....	57
Gambar 4.29 T-shirt Kemasan Kumbu .....	57
Gambar 4.30 Stiker .....	58

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tabel Penelitian Terdahulu.....	12
---	----

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- 1....Lampiran 1. Form Topik dan Judul (*Fotocopy*)
- 2....Lampiran 2. Form konsultasi (*Fotocopy*)
- 3....Lampiran 3. Surat Pernyataan (*Fotocopy*)
- 4....Lampiran 4. Form Revisi Ujian Pra Sidang (*Fotocopy*)
- 5....Lampiran 5. Form Revisi Ujian Kompre (Asli)

## **ABSTRACT**

DESTIA NUR ANITA, SIDDIQ RAHMANTO, *Packaging Design design of Kumbu Specialties of Palembang Food.*

*Packaging is a design made to protect a product by paying attention to the shape, color, material and design elements so that the packaging becomes more attractive. Kumbu Kacang Merah is a typical Palembang food that is still made with traditional and hereditary. Kumbu is processed using ingredients such as red beans, coconut, and sugar which are stirred together and then molded and ready for consumption. Kumbu can usually be found in traditional markets, especially in the area opposite the ulu. One of the kumbu production sites located on Jalan Mayjen HM Ryacudu Lorong Al-Kautsar 7 Ulu Palembang City. The production of kumbu packaging in this place is still simple, namely only using mica without any identity so that this product is difficult to be known by the wider community, especially the city of Palembang. The purpose of this study is to make the kumbu packaging design more attractive and also introduce more kumbu to the wider community that there is a typical Palembang food, namely red bean kumbu. The methods used in data collection for packaging design are interviews, observations, and literature studies. The design method used is Chuck Groth's design method, which is to determine problems and solutions, determine the hierarchy, sketch thumbnails, mapping, applying template designs, and making mock ups. The result of the packaging design made is in the form of packaging that is rectangular in shape, because it follows the shape of the kumbu. On the right and left sides, the packaging can be opened like a table ready to serve food. With the packaging design made, it is hoped that it can make kumbu better known to the public and have its own characteristics of the kumbu packaging.*

**Keywords : Packaging, Design, Kumbu, Palembang**

## ABSTRAK

DESTIA NUR ANITA, SIDDIQ RAHMANTO, Perancangan Desain Kemasan Kumbu Makanan Khas Palembang.

Kemasan merupakan rancangan yang dibuat untuk melindungi suatu produk dengan memperhatikan bentuk, warna, material maupun elemen-elemen desain agar kemasan menjadi lebih menarik. Kumbu Kacang Merah merupakan makanan khas Palembang yang masih di buat dengan tradisional dan turun temurun. Kumbu diolah menggunakan bahan-bahan seperti kacang merah, kelapa, dan gula yang diaduk menjadi satu lalu dicetak dan siap untuk dikonsumsi. Kumbu biasanya bisa ditemui di pasar tradisional khususnya di daerah seberang ulu. Salah satu tempat produksi kumbu yang berada di Jalan Mayjen HM Ryacudu Lorong Al-Kautsar 7 Ulu Kota Palembang. Produksi kemasan kumbu di tempat ini masih sederhana yaitu hanya menggunakan mika tanpa ada nya identitas apapun sehingga produk ini sulit untuk diketahui oleh masyarakat luas khususnya kota Palembang. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk membuat desain kemasan kumbu menjadi lebih menarik dan juga lebih banyak memperkenalkan kumbu kepada masyarakat lebih luas bahwa adanya makanan khas Palembang yaitu kumbu kacang merah. Metode yang digunakan dalam pengumpulan data untuk perancangan kemasan yaitu wawancara, observasi, dan studi Pustaka. Metode perancangan yang digunakan adalah metode perancangan Chuck Groth yaitu menentukan masalah dan solusi, menentukan hirarki, membuat sketsa *thumbnail*, pemetaan, mengaplikasikan desain template, dan membuat mock up. Hasil desain kemasan yang dibuat berupa kemasan yang berbentuk persegi Panjang, karena mengikuti bentuk kumbu nya. Pada bagian sisi kanan dan kiri kemasan bisa dibuka seperti layaknya meja yang siap menyajikan makanan. Dengan ada nya desain kemasan yang dibuat diharapkan dapat membuat kumbu bisa lebih dikenal masyarakat dan memiliki ciri khas tersendiri dari kemasan kumbu tersebut.

**Kata Kunci : Kemasan, Desain, Kumbu, Palembang**

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Sumatera Selatan merupakan salah satu provinsi bagian dari Pulau Sumatera khusus nya kota Palembang yang memiliki banyak sekali ragam kuliner nya. Salah satu nya yang sangat terkenal yaitu Pempek. Bukan hanya pempek saja banyak sekali kuliner khas Palembang selain Pempek yaitu ada tekwan, laksan, burgo, lakso dan masih banyak lagi. Tetapi, ada juga makanan khas Palembang yang sudah hampir langka salah satu nya adalah Gulo Puan, Gelenak, Telok Ukan, dan juga Kumbu Kacang Merah.

Kumbu Kacang Merah merupakan makanan khas Palembang yang masih di buat dengan tradisional dan turun temurun. Kumbu diolah menggunakan bahan-bahan seperti kacang merah, kelapa, dan gula yang diaduk menjadi satu lalu dicetak dan siap untuk dikonsumsi. Proses pembuatan Kumbu Kacang Merah juga memakan waktu yang cukup lama karena pembuatan kumbu masih menggunakan metode yang sangat tradisional dan masih menggunakan alat seadanya.

Pada zaman sekarang kumbu kacang merah sudah sangat jarang ditemui alasan nya karena kumbu masih di produksi di rumah dan pembuatan kumbu hanya pada saat ada pesanan saja dan hanya di titip ke warung-warung di sekitar lokasi pembuatan sehingga kumbu hanya bisa ditemui di tempat-tempat tertentu seperti pasar tradisional. Oleh sebab itu, perlunya untuk meluaskan pasar penjualan kumbu kacang merah dengan menciptakan kemasan yang memiliki



identitas dan aman agar penjualan kumbu makin meluas dan tidak terjadi *klaim* produk terhadap pasar lain.

Kemasan pada kumbu kacang merah ini kurang memiliki daya tarik karena hanya menggunakan mika transparan tanpa ada identitas apapun mengenai kumbu kacang merah. Sehingga masyarakat khususnya kota Palembang banyak yang tidak tahu makanan kumbu kacang merah karena tidak ada identitas produk dan juga kemasan kurang menarik. Kekurangan kemasan kumbu menggunakan mika transparan adalah jika kumbu kacang merah terkena matahari secara langsung maka kumbu akan cepat basi karena kemasan mika akan uap air dari kemasan mika tersebut.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik untuk mengangkat judul “Perancangan Desain Kemasan Kumbu Makanan Khas Palembang”. Desain kemasan yang nantinya akan dibuat bertujuan untuk memberikan identitas pemilik usaha kumbu kacang merah agar lebih dikenal masyarakat luas. Dan juga dapat memberikan daya tarik untuk masyarakat agar lebih mengenal kumbu kacang merah. Selain itu juga, kemasan kumbu yang baru akan memberikan keamanan karena pada kemasan sebelumnya yaitu menggunakan mika transparan dapat menyebabkan kumbu cepat basi jika terkena matahari secara langsung.

## **1.2 Rumusan Masalah Penelitian**

Berdasarkan latar belakang di atas maka penulis mendapatkan perumusan masalah yaitu, bagaimana merancang desain kemasan kumbu ?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memberikan identitas pada kemasan, membuat kemasan menjadi lebih menarik dan memperbaiki kualitas kemasan agar menjadi kemasan yang mudah diingat masyarakat serta terjamin keamanannya.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi penulis, akademik dan masyarakat.

##### **1.4.1 Manfaat Bagi Penulis**

Mahasiswa dapat banyak informasi mengenai makanan kumbu, dapat menerapkan ilmu pengetahuan yang dipelajari selama perkuliahan dan harapannya menjadi mahasiswa yang dapat melestarikan makanan khas Palembang.

##### **1.4.2 Manfaat Bagi Akademis**

Penelitian ini dapat menjadi sumber acuan dan referensi dalam penulisan karya ilmiah di Institut Teknologi dan Bisnis PalComTech bagi mahasiswa desain komunikasi visual dalam perancangan desain kemasan.

##### **1.4.3 Manfaat Bagi Masyarakat**

Masyarakat dapat lebih mengenal dan tertarik dengan makanan kumbu sebagai salah satu makanan khas Palembang dan harapannya masyarakat dapat menjadikan kumbu sebagai oleh-oleh kota Palembang selain Pempek.

#### **1.5 Sistematika Penulis**

Memudahkan penyelesaian dari penelitian ini, maka penulis menyusun sistematika penulisan sebagai berikut :

##### **1.5.1 Bab I. Pendahuluan**

Bab ini menguraikan mengenai latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

### **1.5.2 Bab II. Tinjauan Pustaka**

Bab ini akan menjelaskan objek penelitian, waktu penelitian, jenis data, Teknik perancangan, ruang lingkup penelitian, alat dan bahan, dan tahapan pengerjaan.

### **1.5.3 Bab III. Metode Penelitian**

Bab ini akan menjelaskan objek penelitian, waktu penelitian, jenis data, Teknik perancangan, ruang lingkup penelitian, alat dan bahan, dan tahapan pengerjaan.

### **1.5.4 Bab IV Hasil dan Pembahasan**

Bab ini akan menjelaskan mengenai analisis visual, analisis huruf, analisis warna, perancangan, hasil dan pembahasan.



## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Landasan Teori**

##### **2.1.1 Desain Komunikasi Visual**

Desain komunikasi visual adalah perancangan informasi-informasi dengan berkomunikasi secara visual seperti tanda-tanda dan rambu-rambu lalu lintas, poster-poster promosi tentang restoran, hotel dan lain sebagainya, semua dapat memberikan informasi kepada pengamatnya yang terdiri dari berbagai kelompok usia dan berasal dari berbagai kalangan dan golongan. Hal ini juga membedakan desain komunikasi visual dari seni murni, dimana desain komunikasi visual harus bersifat universal atau dapat dimengerti oleh semua orang, sedangkan dalam seni murni lebih bersifat emosional, dimana maksud dari seniman itu tidak harus dapat diartikan dan dibaca oleh orang lain (Triwardani, 2016 : 42). Dari hal tersebut dapat disimpulkan bahwa desain komunikasi visual merupakan rancangan berupa informasi sehingga informasi ini dapat dikomunikasikan kepada konsumen secara visual yang sifatnya dapat dimengerti oleh semua orang (universal).

##### **2.1.2 Produk**

Produk adalah segala sesuatu yang baik berwujud barang atau jasa yang digunakan untuk memuaskan konsumen, dimana tiap barang atau jasa tersebut memiliki manfaat yang berbeda (Tjiptono, 2016 : 21). Dalam hal ini dapat disimpulkan bahwa produk merupakan segala sesuatu yang

diciptakan oleh produsen untuk memenuhi kebutuhan pasar, produk bisa berupa barang atau jasa.

Menurut Riady (2011 : 8) kualitas suatu produk merupakan kadar atau tingkat baik buruknya sesuatu yang terdiri dari semua faktor yang melekat pada barang atau jasa, sehingga produk tersebut memiliki kemampuan untuk dipergunakan sebagaimana mana yang diinginkan oleh konsumen. Dari hal tersebut dapat disimpulkan bahwa pentingnya memperhatikan kualitas produk agar dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

### **2.1.3 Kemasan**

Kemasan merupakan rancangan yang dibuat untuk melindungi suatu produk dengan memperhatikan bentuk, warna, material maupun elemen-elemen desain agar kemasan menjadi lebih menarik. Fungsi utama dari kemasan ialah agar dapat melindungi produk tetap terjaga kualitasnya. Menurut Widiati (2020 : 70) peran kemasan pada produk adalah sebagai wadah yang memungkinkan diangkutnya suatu produk atau barang dari satu tempat ketempat yang lain atau dari produsen ke konsumen, melindungi produk yang dikemas dari pengaruh cuaca, benturan, tumpukan dan memberikan informasi, *brand image* dan sebagai media promosi dengan pertimbangan mudah dilihat, dipahami serta diingat. Dalam hal ini dapat disimpulkan bahwa besarnya pengaruh kemasan terhadap suatu produk dan pentingnya menciptakan kemasan yang menarik sebagai media promosi yang baik.

Kemasan juga dapat dikelompokkan dalam beberapa kategori. Menurut Widiati (2020 : 71) ada beberapa jenis kemasan, yaitu :

### **1. Kemasan Primer**

Kemasan primer adalah kemasan yang langsung berhubungan/bersentuhan dengan produk, biasanya ukuran relatif kecil dan disebut juga kemasan eceran. Sebagai contoh kemasan makanan ringan/snack, kemasan *sachet* untuk sampo, deterjen, kecap, saos, tomat, mie instant, gelas plastik dan lain-lain.

### **2. Kemasan Sekunder**

Kemasan sekunder adalah kemasan kedua yang isinya sejumlah kemasan sekunder. Jenis kemasan ini tidak langsung berhubungan/kontak dengan produk yang dikemas. Sebagai contoh kemasan karton/kardus mie instant, kemasan karton/kardus air minum dalam kemasan dan lain-lain.

### **3. Kemasan Tersier**

Kemasan tersier adalah kemasan ketiga yang isinya sejumlah kemasan sekunder. Kemasan ini fungsinya untuk pengiriman lokal, antar pulau atau antar negara. Memiliki syarat tahan benturan, tahan cuaca dan berkapasitas besar. Sebagai contoh kotak karton bergelombang dan container.

Penulis mengambil kesimpulan bahwa kemasan merupakan hal yang sangat penting bagi produk selain fungsinya untuk melindungi kualitas produk juga dapat menjadi alat pemasaran.

#### **2.1.4 Desain Grafis**

Desain grafis merupakan sebuah rancangan yang bertujuan untuk memecahkan masalah komunikasi dengan mengkombinasikan elemen grafis seperti bentuk, garis, warna dan tipografi. Fungsi utama dari desain grafis ini ialah menciptakan visual yang diharapkan dapat menyampaikan informasi atau pesan secara jelas dan efektif dalam sebuah permasalahan. Jadi pada dasarnya desain grafis adalah suatu media untuk menyampaikan informasi melalui bahasa komunikasi visual dalam wujud dwimatra ataupun trimatra yang melibatkan kaidah-kaidah estetika (Dewojati, 2015 : 176).

Penulis menyimpulkan bahwa desain grafis adalah media komunikasi visual yang bertujuan untuk menyampaikan informasi tanpa menghilangkan unsur seni di dalamnya.

#### **2.1.5 Warna**

Warna adalah estetika yang penting, karena melalui warna itulah kita dapat membedakan secara jelas keindahan suatu objek. Warna dapat didefinisikan secara subjektif/psikologis yang merupakan pemahaman langsung oleh pengalaman indera penglihatan kita dan secara objektif/fisik sebagai sifat cahaya yang dipancarkan (Meilani, 2020 : 327). Dapat disimpulkan bahwa warna sangat penting dalam membentuk pengalaman indera manusia terutama menggunakan warna untuk menjadikan identitas suatu produk sekaligus memberikan keindahan pada produk yang ingin dipromosikan.



Dalam menentukan warna yang tepat perlu mengkombinasikan warna agar mendapatkan keseimbangan warna yang baik, serta memungkinkan pesan visual yang lebih mengena dengan menggunakan harmoni warna. Harmoni warna terjadi karena adanya keserasian pada saat dua atau beberapa warna berinteraksi satu sama lain. Harmoni warna adalah sebuah cara untuk memberikan kombinasi warna pada sebuah karya desain (Yogananti, 2015 : 47).

#### **2.1.6 Bentuk**

Bentuk adalah elemen dasar desain yang menentukan area ruang tertentu. Bentuk dibangun oleh garis-garis, terdapat tiga bentuk dasar yaitu persegi, lingkaran dan segitiga. Tiga bentuk dasar memiliki makna sendiri, seperti persegi memproyeksikan sikap kejujuran dan kesetaraan, segitiga bermakna salah satu dari konflik atau tindakan sedangkan lingkaran memiliki makna perasaan perlindungan dan ketidakterbatasan (Januariyansah, 2018 : 6). Dalam hal ini dapat disimpulkan bahwa bentuk merupakan pendukung utama yang membantu terciptanya seluruh daya tarik visual. Namun tidak ada prinsip baku yang menentukan bentuk fisik dari sebuah kemasan karena biasanya ditentukan oleh sifat produk.

#### **2.1.7 Merk atau Logo**

Logo merupakan sebuah elemen grafis yang melambangkan suatu organisasi/perusahaan, produk atau layanan. Logo secara bahasa adalah suatu huruf atau gambar yang mengandung makna. Logo sebagai media dalam penyampaian identitas (Haeril et al., 2021 : 32). Dalam hal ini dapat

disimpulkan bahwa logo merupakan bagian yang penting untuk menunjukkan sesuatu.

### **2.1.8 Ilustrasi**

Ilustrasi merupakan bentuk visual dari teks ataupun kalimat. Kehadiran ilustrasi dalam cerita menyebabkan teks akan terbaca secara berkala lalu perhatian akan terarahkan ke ilustrasi (membaca non-verbal) pada saat yang sama mencoba menemukan hubungan antara teks dan ilustrasi, selama proses ini kedua belahan otak terlibat menyimpan memori yang lebih dalam terhadap informasi yang baru masuk (Risnawati et al., 2020 : 53). Dalam hal ini dapat disimpulkan bahwa dengan ilustrasi kita dapat mengkomunikasikan sebuah teks atau konsep.

### **2.1.9 Layout**

*Layout* merupakan usaha untuk menyusun, menata, atau memadukan elemen-elemen atau unsur-unsur komunikasi grafis (teks, gambar, table dan lain-lain) menjadikan komunikasi visual yang komunikatif, estetik dan menarik. Di sini diperlukan pertimbangan ketika sedang mendesain suatu informasi yang seefektif mungkin. Tujuan utama *layout* adalah menampilkan elemen gambar dan teks agar menjadi komunikatif dalam sebuah cara yang dapat memudahkan pembaca menerima informasi yang disajikan (Mardatilah, 2016 : 31).

Penulis menyimpulkan bahwa *layout* merupakan penyusunan tata letak elemen-elemen desain agar menghasilkan karya yang bernilai estetika pada media tertentu. Penyusunan tersebut meliputi unsur-unsur grafis,

seperti pembagian tata letak teks, elemen visual, menentukan ruang kosong, maupun memberikan penekanan pada suatu bagian tertentu. *Layout* bertujuan untuk memudahkan pembaca menerima informasi dan menampilkan visual yang menarik.

#### **2.1.10 Tipografi**

Tipografi merupakan salah satu elemen yang penting dalam suatu ilustrasi sebuah novel, surat kabar, komik dan lain-lain. Tipografi memiliki fungsi yang lain, yaitu memberikan informasi pada pembaca itu sendiri. Tipografi pada *layout* diantaranya adalah pemilihan bentuk huruf yang sesuai, ukuran huruf yang sesuai dan juga menentukan *letter spacing* dan *word spacing*, tujuannya adalah agar pembaca dapat menangkap apa yang ingin disampaikan dalam buku atau bacaan yang dibaca. Salah satu bentuk tipografi yang dapat membantu pembaca untuk mengerti dan memahami isi bacaan adalah ukuran huruf dan jenis huruf (Langga et al., 2021 : 564).

Penulis mengambil kesimpulan tipografi merupakan ilmu yang mempelajari bagaimana memilih dan menata huruf pada suatu media tertentu agar menciptakan keindahan dalam suatu karya. Tujuan tipografi juga untuk menciptakan kenyamanan terhadap pembaca dalam melihat suatu karya sehingga isi tulisan dalam suatu karya dapat tersampaikan dengan baik.

## 2.2 Penelitian Terdahulu

Penulis memperoleh beberapa hasil penelitian terdahulu sebagai referensi yang dapat menunjang karya ilmiah penulis.

**2.1 Tabel Penelitian Terdahulu**

No.	Nama Peneliti	Tahun	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Ervina Indah Permatasari, Sultan Arif Rahmadianto, Ayyub Anshari Sukmaraga	2021	Perancangan Logo dan Desain Kemasan <i>Coockye Cookies</i> Sebagai Identitas Visual	Jurnal ini membahas tentang bagaimana merancang identitas visual untuk produk makanan <i>Coockye Cookies</i> biar lebih menarik
2.	Chyndi Mustika Dewi, Alviah Hairiza, Edo Galasro Limbong	2020	Warna Sebagai Identitas Merek Pada Kemasan Makanan Tradisional Kembang Goyang Khas Betawi	Jurnal ini membahas tentang bagaimana pemilihan warna dalam kemasan dapat menentukan identitas dari makanan tradisional Kembang Goyang khas Betawi

Penulis mendapatkan beberapa hasil penelitian terdahulu yang memiliki kaitan dengan perancangan desain kemasan dan dapat menjadi penunjang karya ilmiah penulis. Yang pertama berasal dari karya ilmiah (Permatasari et al., 2021) dengan judul “ Perancangan Logo dan Desain Kemasan *Coockye Cookies* Sebagai Identitas Visual “. Dalam karya ilmiah tersebut penulis mendapatkan kesimpulan, bahwa bentuk dan desain kemasan yang menarik banyak digemari oleh konsumen, selain untuk melindungi produk juga mudah untuk dibawa. Selain itu, kemasan menjadi hal yang penting sebagai identitas suatu produk makanan.



**Gambar 2.1 Perancangan Logo dan Desain Kemasan Cookye Cookies  
Sebagai Identitas Visual**

(Sumber : Ervina, Sultan, Ayub, 2021)

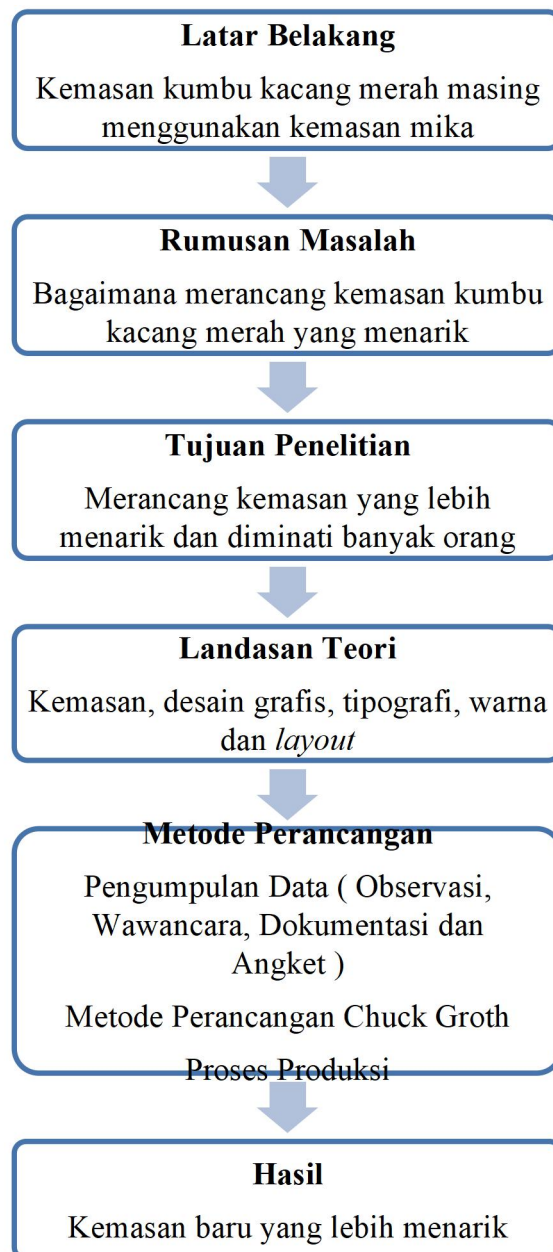
Untuk hasil penelitian yang kedua berasal dari karya ilmiah (Dewi et al., 2020) dengan judul “ Warna Sebagai Identitas Merek Pada Kemasan Makanan Tradisional Kembang Goyang Khas Betawi “. Dalam karya ilmiah tersebut penulis mendapatkan kesimpulan, bahwa kemasan bukan hanya sebagai pembungkus tetapi juga sebagai media komunikasi yang efektif. Kemasan juga memiliki nilai jual sehingga sebelum konsumen mencoba produk tersebut, konsumen sudah tertarik lebih dulu melihat kemasan yang dirancang dengan menarik.



**Gambar 2.2 Warna Sebagai Identitas Merek Pada Kemasan Makanan  
Tradisional Kembang Goyang Khas Betawi**

(Sumber : Chyndi, Alviah, Edo, 2020)

### 2.3 Kerangka Penelitian



**Gambar 2.3 Kerangka Penelitian**

(Sumber: Penulis, 2022)



## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Lokasi Penelitian**

Lokasi Penelitian berada di Jalan Mayjen HM Ryacudu Lorong Al-Kautsar 7 Ulu Kota Palembang.

#### **3.2 Jenis Data**

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan jenis data yang dibedakan menjadi data primer dan data sekunder.

##### **3.2.1 Data Primer**

Data Primer adalah data yang didapat dengan melakukan penelitian langsung yang bukan berasal dari data yang telah ada. Data primer yang digunakan penulis adalah wawancara, observasi dan kuesioner.

##### **3.2.1.1 Wawancara**

Menurut (Bastian et al., 2018 : 1) wawancara adalah metode yang digunakan untuk mencari data primer dan merupakan metode yang banyak dipakai dalam penelitian interpretif maupun penelitian kritis. Wawancara dilakukan ketika peneliti ingin menggali lebih dalam mengenai sikap, keyakinan, perilaku atau pengalaman dari responden. Penulis akan melakukan wawancara dengan ibu Fauziah selaku pemilik usaha kumbu kacang merah untuk mendapatkan informasi lebih dalam seperti yang terlihat pada gambar 3.1





**Gambar 3.1 Proses Wawancara Bersama Ibu Fauziah**

(Sumber : Siddiq Rahmanto, 2022)

Dari wawancara bersama Ibu Fauziah didapatkan informasi tentang bahan serta proses yang digunakan saat pembuatan kumbu kacang merah, informasi tentang jam operasional, harga kumbu kacang merah, penghasilan yang didapatkan, kemasan yang digunakan serta permasalahan yang dihadapi ketika pengiriman diluar kota.

Dari wawancara tersebut diketahui bahwa ibu Fauziah menjalani bisnis kumbu kacang merah selama 17 tahun dikarenakan faktor ekonomi yang mendesak untuk memulai bisnis kumbu kacang merah ini. Penghasilan bersih dari bisnis penjualan kumbu kacang merah ini seharusnya mencapai seratus ribu rupiah. Di hari biasa penjualan dapat menghabiskan sekisaran 3 kg kumbu sedangkan di bulan puasa penjualan bisa mencapai 10 kg kumbu. Untuk harga kumbunya satu mika berisi lima kumbu dengan harga Rp.5000 sedangkan satu kumbunya dihargai Rp.1000.

Pemesanan kumbu kacang merah dilakukan pemesanan secara langsung dan belum dipromosikan melalui media sosial. Diketahui juga jam operasionalnya, untuk pesanan pada subuh hari maka dibuat pada malam

harinya, sedangkan pemesanan pada siang hari maka dibuat pada pagi hari. Untuk ketahanan kumbu kacang merah untuk suhu yang biasa mampu bertahan selama dua hari, sedangkan jika diletakan dalam kulkas maka dapat bertahan selama berminggu-minggu.

Diketahui juga bahan yang digunakan untuk pembuatan kumbu, yaitu kacang merah, gula dan kelapa. Pemilihan kacang merah juga berpengaruh terhadap cepatnya waktu direbus, untuk kacang merah yang bagus dapat direbus dengan waktu satu jam saja, sedangkan kacang merah yang tidak bagus direbus dengan waktu dua jam. Pembuatan kumbu kacang merah sendiri masih menggunakan cara tradisional.

### **3.2.1.2 Observasi**

Menurut (Syamsudin, 2015 : 404) observasi adalah cara mengumpulkan data melalui interaksi langsung dengan orang yang diamati dan pengamat harus menyaksikan secara langsung semua peristiwa yang sedang diamati. Penulis melakukan pengamatan dan pencatatan secara langsung proses pembuatan kumbu kacang merah untuk memperoleh data. Observasi dilakukan secara langsung yang berada di Jalan Mayjen HM Ryacudu Lorong Al-Kautsar 7 Ulu Kota Palembang. Gambar 3.2 berikut ini adalah saat pengumpulan data menggunakan metode observasi.



**Gambar 3.2 Pengumpulan Data Menggunakan Metode Observasi**

(Sumber : Siddiq Rahmanto, 2022)

Diketahui juga bahan-bahan pembuatan kumbu, yaitu kacang merah, gula dan kelapa. Untuk proses pembuatan kumbu kacang merah tersebut, yaitu :

1. Yang pertama kacang merah direbus, kacang merah yang bagus dapat selesai direbus selama satu jam, sedangkan kacang merah yang tidak bagus bisa sampai dua jam perebusan.



**Gambar 3.3 Proses Merebus Kacang Merah**

(Sumber : Siddiq Rahmanto, 2022)

2. Setelah direbus kacang tersebut dicuci sampai bersih supaya tidak berlendir.



**Gambar 3.4 Proses Mencuci Kacang Merah**

(Sumber : Siddiq Rahmanto, 2022)

3. Kacang yang sudah dicuci bersih lalu digiling menggunakan penggilingan ikan.



**Gambar 3.5 Proses Menggiling Kacang Merah**

(Sumber : Siddiq Rahmanto, 2022)

4. Setelah digiling kacang tersebut dicampurkan dengan gula dan kelapa yang sudah diparut.



**Gambar 3.6 Proses Mencampurkan Gula dan Kelapa**

(Sumber : Siddiq Rahmanto, 2022)

5. Ketika semua bahan telah dicampurkan lalu digongseng sampai kering.



**Gambar 3.7 Proses Menggongseng Kumbu Kacang Merah**

(Sumber : Siddiq Rahmanto, 2022)

6. Setelah digongseng sampai kering maka dicetaklah kumbunya.



**Gambar 3.8 Proses Mencetak Bentuk Kumbu Kacang Merah**

(Sumber : Siddiq Rahmanto, 2022)

7. Terakhir kumbu kacang merah dikemas kedalam kemasan mika.



**Gambar 3.9 Proses Mengemas Kumbu Kacang Merah**

(Sumber : Siddiq Rahmanto, 2022)

### 3.2.1.3 Kuesioner

Metode ini dilakukan dengan cara membuat *google form* yang dibagikan melalui media sosial. Berupa pertanyaan terkait kumbu makanan khas Palembang, berikut hasil dari pengumpulan data melalui kuesioner :



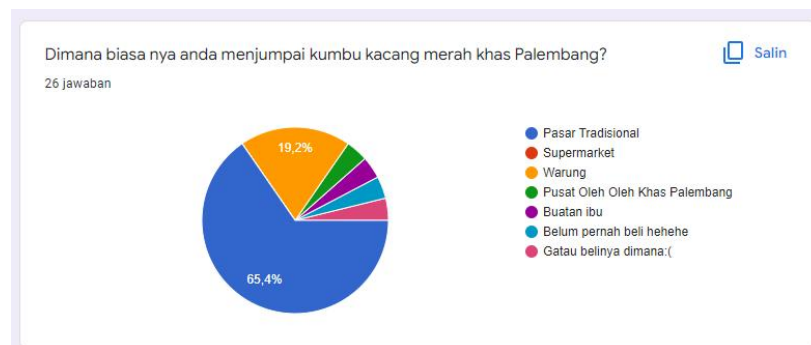
**Gambar 3.10 Hasil Kuesioner Yang Sudah Mendengar Kumbu**

(Sumber : Destia dan Siddiq, 2022)



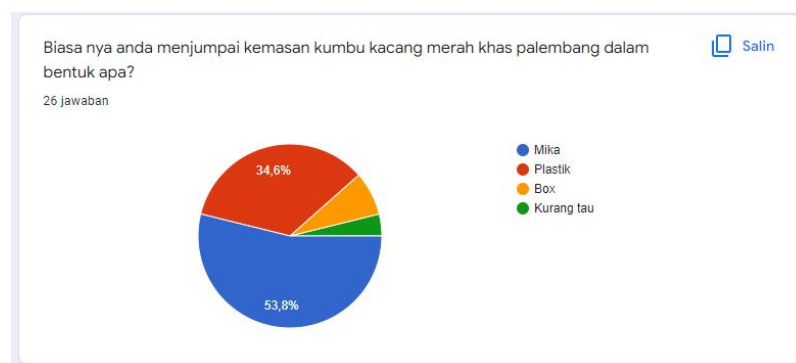
**Gambar 3.11 Hasil Kuesioner Yang Menyukai Kumbu**

(Sumber : Destia dan Siddiq, 2022)



**Gambar 3.12 Hasil Kuesioner Lokasi Menjumpai Kumbu**

(Sumber : Destia dan Siddiq, 2022)



**Gambar 3.13 Hasil Kuesioner Kemasan Kumbu Yang Pernah Dijumpai**

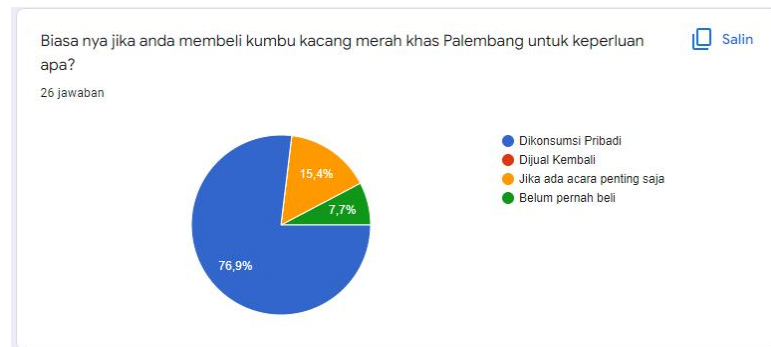
(Sumber : Destia dan Siddiq, 2022)



**Gambar 3.14 Hasil Kuesioner Seberapa Sering Makan Kumbu**

(Sumber : Destia dan Siddiq, 2022)





**Gambar 3.15 Hasil Kuesioner Keperluan Membeli Kumbu**

(Sumber : Destia dan Siddiq, 2022)



**Gambar 3.16 Hasil Kuesioner Kemasan Yang Cocok Untuk Kumbu**

(Sumber : Destia dan Siddiq, 2022)



**Gambar 3.17 Hasil Kuesioner Kemasan Mempengaruhi Kumbu**

(Sumber : Destia dan Siddiq, 2022)

### **3.2.2 Data Sekunder**

Data Sekunder adalah data yang dikumpulkan oleh pihak lain dan telah di dokumentasikan sehingga dapat digunakan oleh pihak lain (peneliti). Data sekunder yang penulis gunakan adalah berupa studi pustaka.

#### **3.2.2.1 Studi Kepustakaan**

Penulis melakukan studi kepustakaan dengan memperoleh mengutip teori-teori pendapat para ahli dan informasi yang diambil dari buku, jurnal dan website dengan tujuan membahas masalah terkait penelitian yang sedang dikerjakan ini.

### **3.3 Teknik Perancangan**

Teknik Perancangan Desain Komunikasi Visual memiliki beberapa konsep perancangan sebagai acuan dalam desain yang akan dibuat, diantaranya konsep visual, konsep huruf dan konsep warna.

#### **3.3.1 Konsep Visual**

##### **3.3.1.1 Konsep Kemasan**

Kemasan yang akan dibuat penulis yang berbentuk persegi panjang, karena mengikuti bentuk kumbunya. Pada bagian sisi kanan dan kiri kemasan bisa dibuka seperti layaknya meja yang siap menyajikan makanan. Pada bagian dalam kemasan berbentuk persegi panjang dengan isi 24 kumbu di dalamnya. Pada bagian kemasan luar nya terdapat bukaan untuk di bagian kanan dan kiri jika dibuka bentuk kemasan persegi panjang dapat menjadi kaki untuk bagian kanan dan kiri jika dilihat seperti meja dengan isian kumbu di dalam nya. Dengan ukuran kemasan 15,5 cm x 11,5 cm

dengan ketebalan kemasan 5 cm. Pada bagian kumbu akan diberikan bahan *food grade paper* yang tujuannya agar kemasan lebih terjaga kualitasnya dan tahan lama. Bentuk persegi memiliki makna keseimbangan, keamanan dan kekuatan, karena berkarakter kokoh dan solid (Wahmuda & Hidayat, 2018 : 582).

### 3.3.1.2 Ilustrasi (foto/gambar)

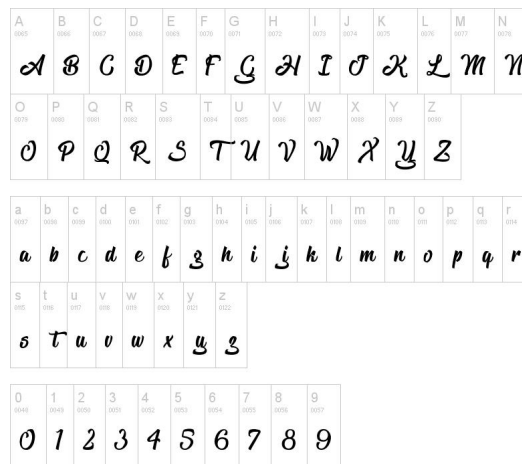
Konsep ilustrasi penulis menggunakan gambar jenis *vector*. Gambar jenis *vector* terdiri dari ilustrasi *vector* kacang merah sebagai bahan utama kumbu. Dan ditambah dengan foto produk kumbu dengan tampilan menempel dengan ilustrasi kacang merah.

### 3.3.2 Konsep Huruf

Konsep huruf penulis pada kemasan kumbu menggunakan 2 jenis font yaitu *The Blacklist* dan *Grobold*.

#### 3.3.2.1 The Blacklist

Huruf *The Blacklist* akan digunakan untuk nama kemasan karena jenis *font script* ini menggambarkan sesuatu yang elegan, natural dan personal.

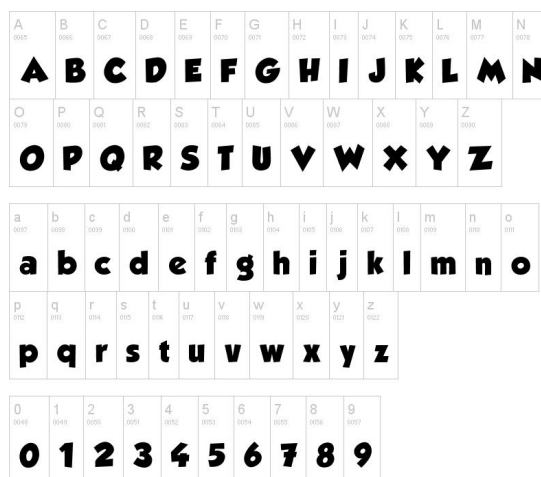


### Gambar 3.18 Huruf *The Blacklist*

(Sumber : [www.dafont.com/the-blacklist.font](http://www.dafont.com/the-blacklist.font))

#### 3.3.2.2 Huruf Grobold

Penulis menggunakan huruf *Grobold* sebagai huruf yang digunakan untuk slogan serta keterangan produk seperti, komposisi, bahan dan alamat karena sifatnya yang mudah dibaca.



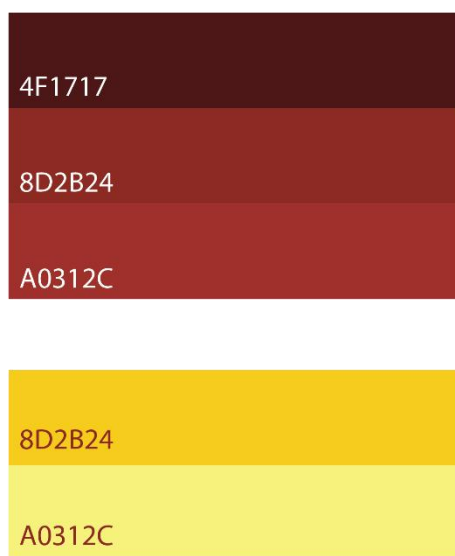
### Gambar 3.19 Huruf *Grobold*

(Sumber : [www.dafont.com/grobold.font](http://www.dafont.com/grobold.font))

#### 3.3.3 Konsep Warna

Menurut Dewi et al., (2020 : 11) warna adalah titik pertama dalam mengidentifikasi suatu merek. Warna berperan penting di segala aspek kehidupan manusia seperti untuk mengenali objek, sebagai identitas, tanda pengenal, pembeda, untuk mengkomunikasikan pesan atau informasi, untuk mengukur dan untuk membangkitkan perasaan. Warna berperan penting terhadap penampilan visual suatu ruang dan juga menciptakan kamuflase suatu ruangan. Warna terbagi menjadi warna primer, sekunder dan tersier,

warna juga digolongkan sesuai dengan temperaturnya seperti komposisi warna dingin yaitu biru, menimbulkan perasaan tenang dan damai dan komposisi warna hangat yaitu merah atau jingga, menimbulkan perasaan nyaman dan gembira (Aflah et al., 2020 : 3).



**Gambar 3.20 Warna Merah dan Kuning**

(Sumber : Destia dan Siddiq, 2022)

Ada beberapa jenis warna yang dominan dalam identitas visual ini, yaitu menggunakan warna merah, yaitu warna dasar dari kacang merah bahan utama dari kumbu, warna merah melambangkan rasa manis, serta memberikan efek gairah dan meningkatkan nafsu makan. Warna kuning melambangkan kehangatan, dimana dalam proses membuatnya dengan cara di gongseng jadi penulis memutuskan menggunakan warna tersebut, selain itu warna kuning juga dapat menarik perhatian lebih bagi para konsumen.

### **3.4 Ruang Lingkup Penelitian**

Berdasarkan judul penelitian yang dipilih penulis yaitu “ Perancangan Desain Kemasan Kumbu Makanan Khas Palembang ”, adapun ruang lingkup penelitian menjelaskan secara umum tentang proses perancangan desain kemasan kumbu, penerapan elemen visual dan penerapan warna yang sesuai dengan kumbu tentunya sebagai hasil penelitian laporan tugas akhir penulis.

### **3.5 Alat dan Bahan**

Dalam menunjang proses pembuatan kemasan kumbu ini, penulis memerlukan alat dan bahan dalam pengerjaannya, berikut adalah beberapa alat dan bahan yang akan digunakan :

#### **3.5.1 Alat**

##### **3.5.1.1 Alat Tulis**

Dalam pembuatan sketsa gambar kemasan kumbu penulis menggunakan kertas, pensil, penghapus dan penggaris untuk membuat gambar rancangan kemasan kumbu.

##### **3.5.1.2 Laptop**

Setelah membuat sketsa hingga merancang gambar kemasan kumbu di kertas, penulis mengembangkan rancangan tersebut ke dalam bentuk desain digital menggunakan laptop.

##### **3.5.1.3 *Software Adobe Illustrator***

Untuk proses dari sketsa manual ke desain digital, penulis menggunakan *software adobe illustrator* yang membuat desain gambar berformat vektor.

### 3.5.2 Bahan

Untuk bahan yang digunakan untuk pembuatan kemasan kumbu menggunakan bahan konstruk 210 dan pada kemasan bagian dalam menggunakan bahan *Food Grade Paper* karena lebih ramah lingkungan sebab mudah didaur ulang, aman dan sehat sebab bahan ini anti minyak dan anti panas, harga yang murah dan bahannya dapat dibuat berbagai desain dan warna yang unik dan menarik.

### 3.6 Tahapan Pengerjaan

Pada metode perancangan atau pengembangan desain kemasan ini penulis menggunakan metode perancangan Chuck Groth dalam Aji, P., & Purba, D. (2021 : 13). Pada metode perancangan mengambil contoh proses desain kemasan Chuck Groth dengan studi kasus “*(Baking Mix) Quick & Eaasy to make Blueberry Muffins*”.

1. Mengerti masalah dan menentukan solusi. Misalnya visual kemasan harus menunjukkan kualitas, jelas dan terorganisir.

Adapun proses pengamatan yang dilakukan memiliki kesimpulan bahwa kemasan kumbu yang digunakan sebelumnya jika dilihat dengan visual kurang menarik. Karena hanya menggunakan plastik mika yang semua sisinya trasparan. Sisi buruknya menggunakan mika, yaitu jika terkena cahaya matahari kumbu akan

cepat berlendir dan basi. Solusi dari masalah tersebut adalah membuat desain kemasan yang lebih menarik dan bagaimana desain tersebut dapat bertahan lama dengan kemasan baru yang akan dibuat.

2. Menentukan hirarki, membuat *list* elemen dan menentukan letak elemen pada panel. Elemen kemasan meliputi nama produk, nama perusahaan, logo (di setiap panel), ilustrasi (foto/gambar), slogan, instruksi saran penyajian, diagram penyajian, resep tambahan, informasi nutrisi, berat bersih, bahan, alamat perusahaan/telepon suara konsumen/alamat website, Universal *Product Code* (UPC) *barcode*, simbol *recycle* dan instruksi membuka kemasan.

*List* elemen yang akan dibuat pada kemasan ini meliputi :

- a. Nama Produk

Nama produk yang akan dibuat adalah Kumbu. Nama produk ini akan dibuat pada bagian depan kemasan, menggunakan *font The Blacklist*. Terdapat pula informasi bahwa kumbu berupa “Jajanan Khas Kota Palembang” dengan menggunakan huruf *Grobold* yang berada dibawah kiri dari nama pembuat kumbu “Ibu Fauziah”.

- b. Nama perusahaan

Nama perusahaan yang akan dibuat adalah Ibu Fauziah, untuk nama perusahaan akan dimasukan pada bagian bawah dari nama produk sebagai identitas pembuat kumbu, dengan menggunakan *font The Blacklist*.



c. Ilustrasi (foto/gambar)

Untuk konsep ilustrasi penulis menggunakan gambar jenis *vector* kacang merah sebagai bahan utama dari kumbu dan foto dari kumbu itu sendiri.

d. Slogan

Slogan yang digunakan adalah “ Kawan Ngemil Wong Kito Galo “. Slogan digunakan dibagian bawah nama produk dari kemasan, dengan menggunakan *font Grobold*.

e. Bahan

Untuk komposisi dari kumbu berupa Kacang Merah, Gula dan Kelapa. Informasi komposisi ini akan dibuat pada bagian belakang kemasan menggunakan *font Grobold*. Komposisinya menggunakan bahasa Indonesia dan Inggris.

f. Alamat perusahaan

Alamat pembuatan kumbu ini berada di Jalan Mayjen HM Ryacudu Lorong Al-Kautsar 7 Ulu Kota Palembang. Untuk alamat diletakan pada bagian depan bawah kemasan dengan *font Grobold*.

g. Berat bersih

Dalam kemasan berisikan 24 kumbu dimana memiliki berat bersih 900 kg untuk satu kemasan.

h. *Icon*

Pada kemasan diberikan *icon* berupa informasi bahwa kumbu memiliki kualitas terjamin, resep warisan serta menggunakan bahan pilihan, *icon* ini terletak di bagian depan kemasan dibawah slogan “Kawan Ngemil Wong Kito Galo”. Selain itu, terdapat *icon recycle* dan *dustbin* pada bagian belakang bawah kanan.

i. *Barcode*

Pada kemasan ini diberikan *barcode* linktree, dimana konsumen akan menemukan kontak *what'sapp* dari si pembuat kumbu berserta sosial medianya instagram melalui *barcode* tersebut. Dengan tujuan mempermudah konsumen untuk menghubungi kontak dan sosial medianya.

3. Desain tahap pertama, membuat sketsa *thumbnail*. Membuat alternatif komposisi visual, peletakan, ukuran elemen, kombinasi warna, alur informasi dan pemilihan *font*. Pada tahap ini penulis membuat sketsa kemasan dan menentukan *layout* kemasan. Serta, menentukan huruf dan memilih kombinasi warna.

4. Pemetaan, mengaplikasikan hirarki elemen pada panel sesuai sketsa terpilih. Pada tahap ini penulis meletakkan beberapa tulisan seperti nama produk, alamat produk, komposisi dan bahan yang disesuaikan dengan sketsa *layout*.
5. Mengaplikasikan desain pada *template* kemasan. Dalam mengaplikasikan desain dari sketsa ke digital menggunakan *software Adobe Illustrator*.
6. Membuat *mock-up*, untuk melihat bagaimana tampilan kemasan di tangan, dilihat dari sudut dan jarak berbeda, dan diletakkan pada kemasan pesaing. *Mock-up* dibuat dengan material yang memang akan diproduksi, agar dapat lebih tepat menilai tampilan. Tahapan ini penulis membuat *prototype* kemasan kumbu kacang merah.



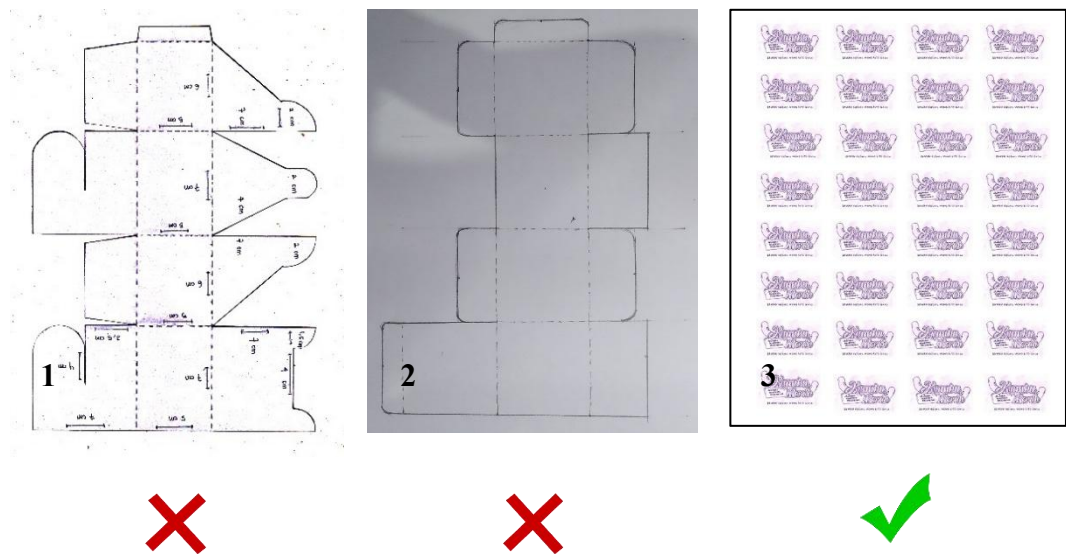
## BAB IV

### HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 4.1 Perancangan

Berikut ini tahapan perancangan kemasan kumbu yang baru menggunakan metode proses desain kemasan Chuck Groth :

1. Pada tahap pertama penulis membuat sketsa alternatif kemasan primer, sekunder serta sketsa *vector* kacang merah.

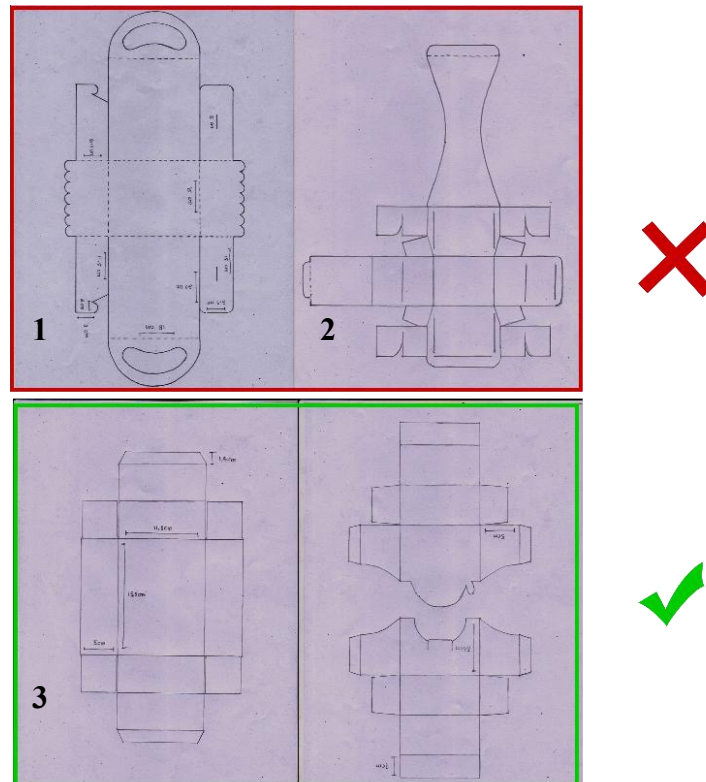


**Gambar 4.1 Sketsa Alternatif Kemasan Primer**

(Sumber : Destia dan Siddiq, 2022)

Pada sketsa alternatif kemasan primer nomor 1 dan nomor 2 merupakan sketsa yang tidak terpakai karena pada bentuk kemasan tersebut kurang menarik untuk dijadikan kemasan primer kumbu. Untuk kemasan alternatif nomor 3 merupakan sketsa alternatif yang terpilih karena untuk bentuk logo

kumbu pada bagian kanan dan kiri memiliki keseimbangan antara kanan dan kiri sehingga sketsa alternatif nomor 3 dipilih karena memiliki keseimbangan kemasan yang pas.

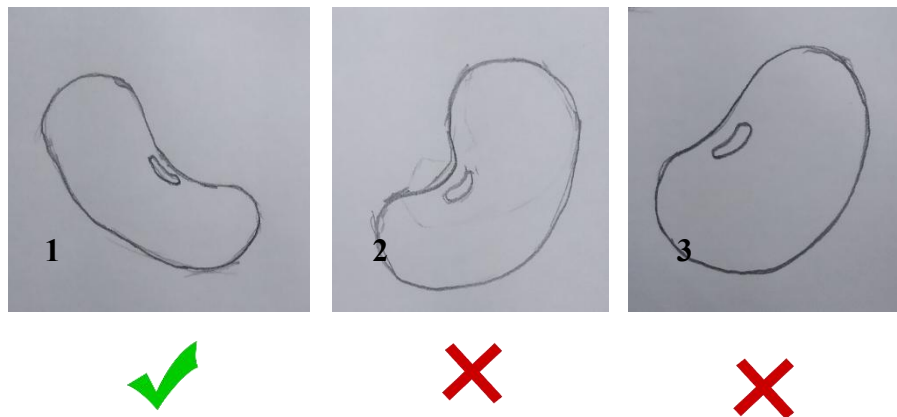


**Gambar 4.2 Sketsa Alternatif Kemasan Sekunder**

(Sumber : Destia dan Siddiq, 2022)

Pada sketsa alternatif kemasan sekunder nomor 1 dan 2 merupakan sketsa alternatif yang tidak terpilih untuk bentuk kemasan memiliki proporsi yang tidak sesuai serta bentuk dalam sketsa alternatif kemasan sekunder tersebut tidak memiliki keseimbangan antara sisi kiri dan sisi kanan. Sketsa Alternatif kemasan sekunder nomor 3 merupakan sketsa alternatif sekunder yang dipilih alasan nya karena desain kemasan tersebut memiliki bentuk,

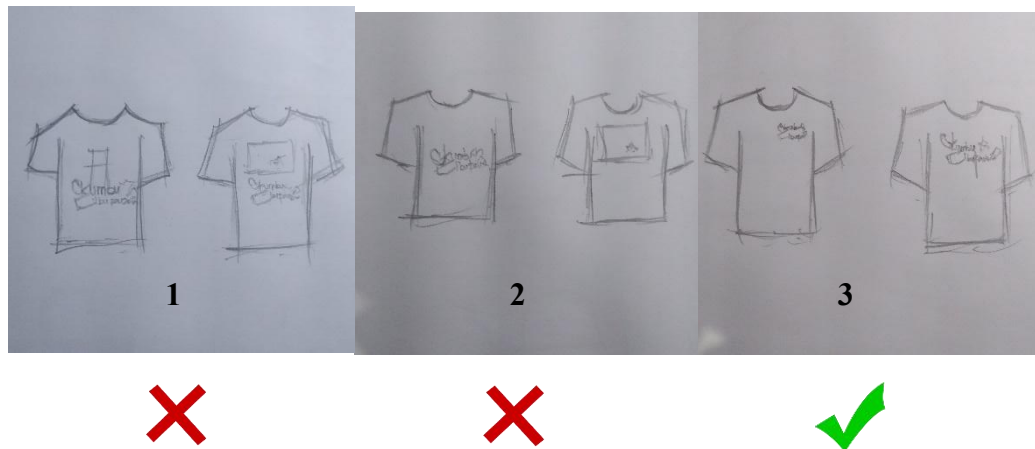
ukuran, proporsi dan keseimbangan yang sama sehingga desain tersebut menarik untuk dijadikan kemasan kumbu kacang merah.



**Gambar 4.3 Sketsa Alternatif Kacang Merah**

(Sumber : Destia dan Siddiq, 2022)

Pada sketsa alternatif kacang merah nomor 1 merupakan sketsa yang akan dipilih pada pembuatan desain kemasan kumbu, alasan nya karena pada sketsa kacang merah tersebut memiliki bentuk yang seimbang dan juga lebih mirip dengan kacang merah yang asli. Untuk sketsa alternatif nomor 2 dan 3 merupakan sketsa yang tidak dipilih karena untuk sketsa kacang nomor 2 bentuknya terlalu besar untuk bagian atas dan bawah yang melengkung terlalu besar sehingga kurang mirip dengan kacang merah. Untuk sketsa desain gambar nomor 3 bentuk pada kumbu terlalu bulat sehingga bentuk nya tidak menyerupai kacang merah lebih mirip seperti buah mangga.

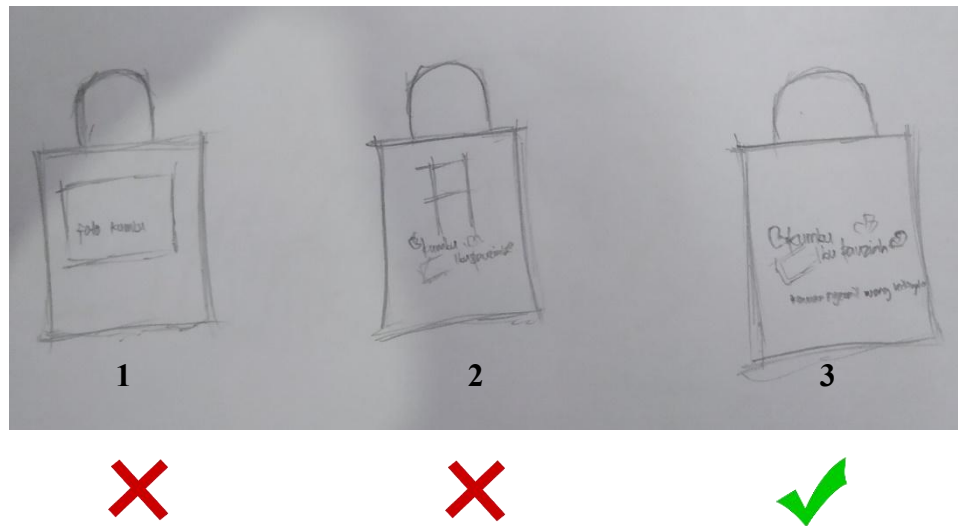


**Gambar 4.4 Sketsa Alternatif *Mock-up T-shirt***

(Sumber : Destia dan Siddiq, 2022)

Pada sketsa alternatif *mock up t-shirt* nomor 1 dan 2 merupakan sketsa alternatif yang tidak terpilih karena pada sketsa no 1 memiliki desain ampera yang terlalu besar dan juga terlalu ramai jika dicetak di *t-shirt*. Pada bagian sketsa nomor 2 tidak dipilih alasannya karena pada sketsa tersebut memiliki keseimbangan yang tidak rata antara kiri dan kanan pada bagian penulisan kumbu kacang merah dan juga sketsa *t-shirt* nya kurang menarik. Sketsa alternatif nomor 3 merupakan desain alternatif yang dipilih karena pada desain tersebut memiliki keseimbangan yang pas antara kiri dan kanan pas bagian belakang *t-shirt*. Dan juga memiliki bentuk desain yang sederhana pada bagian kiri *t-shirt* bagain depan sehingga membuat *t-shirt* lebih menarik.

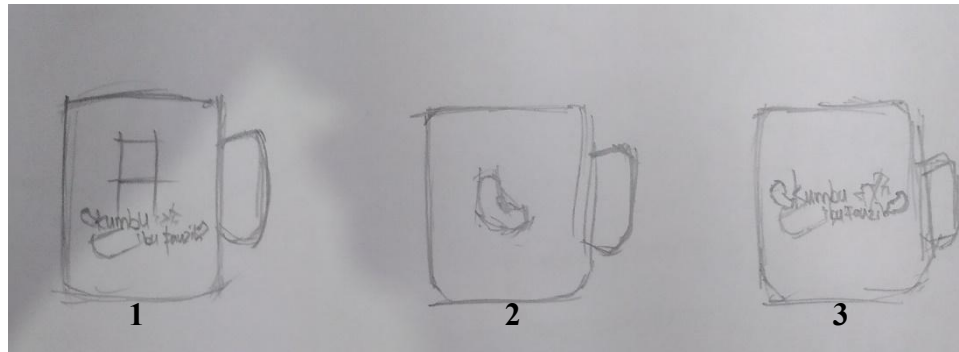




**Gambar 4.5 Sketsa Alternatif *Mock-up Totebag***

(Sumber : Destia dan Siddiq, 2022)

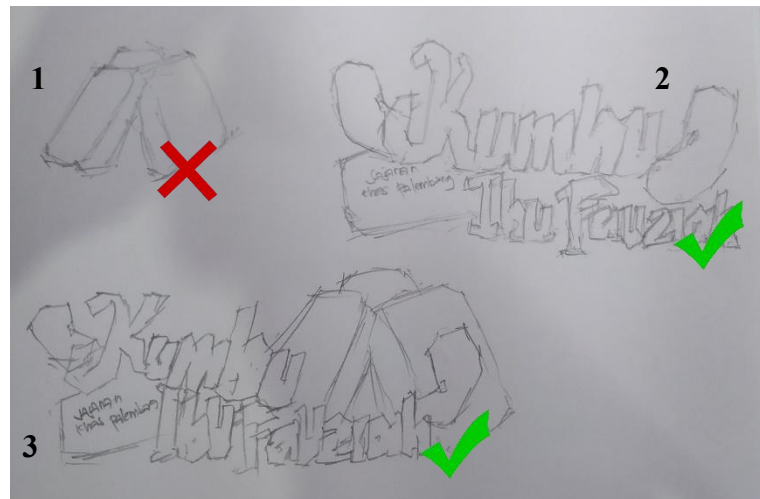
Pada sketsa nomor 1 merupakan sketsa yang tidak dipilih karena pada sketsa tersebut kurang adanya keseimbangan antara desain sketsa untuk bagian kanan dan kiri lebih banyak mengarah ke bagian kiri pada *totebag*. Untuk sketsa nomor 2 memiliki sketsa yang terlalu ramai jadi untuk pemilihan menjadi desain untuk *totebag* kurang menarik. Sketsa yang dipilih adalah sketsa nomor 3 karena pada sketsa ini untuk bentuk, proporsi dan keseimbangan penempatan logo pas dibagian tengah sehingga informasi yang ingin disampaikan kepada *audiens* tersampaikan melalui desain *totebag* tersebut.



**Gambar 4.6 Sketsa Alternatif Mug**

(Sumber : Destia dan Siddiq, 2022)

Pada sketsa alternatif mug nomor 1 merupakan sketsa yang tidak dipilih penulis karena pada desain mug tersebut penekanan pada desain tersebut terlalu banyak sehingga audiens nantinya bingung untuk melihat prioritas dari desain mug tersebut. Pada sketsa alternatif nomor 2 merupakan sketsa yang tidak dipilih alasannya karena pada desain sketsa tersebut terlalu sepi karena masih banyak ruang kosong yang tidak dimanfaatkan dan juga tidak adanya informasi di sketsa tersebut, hanya ada kacang merah saja sehingga informasi yang ingin disampaikan menjadi tidak tersampaikan kepada *audiens*. Untuk sketsa yang dipilih adalah sketsa nomor 3 karena sketsa nomor 3 memiliki proporsi yang pas, bentuknya juga tidak terlalu besar dan juga tidak terlalu kecil dan juga memiliki logo kumbu yang disertai dengan informasi kumbu kacang merah makanan khas Palembang.

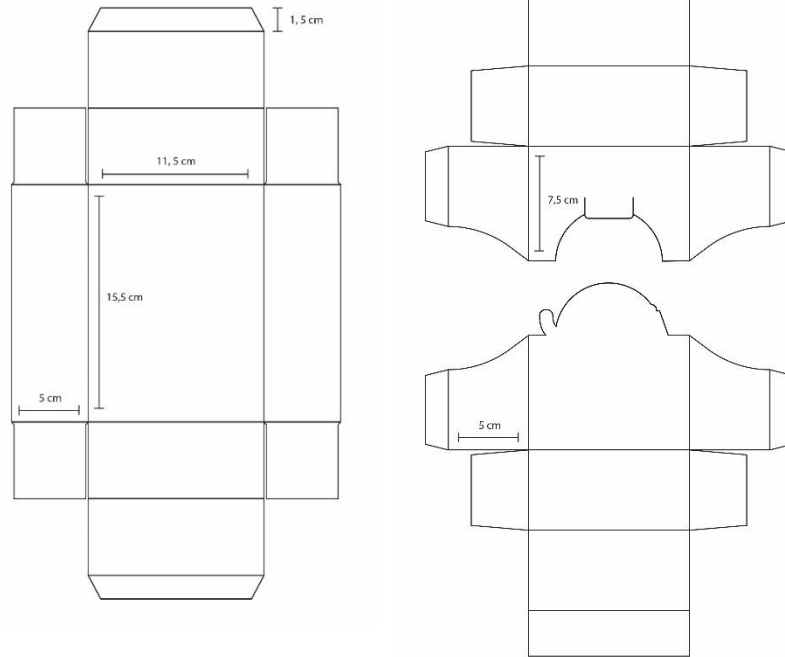


**Gambar 4.7 Sketsa Alternatif Stiker**

(Sumber : Destia dan Siddiq, 2022)

Untuk sketsa alternatif nomor 1 merupakan sketsa yang tidak dipilih karena pada desain tersebut kurang memiliki keseimbangan pada gambar kacang merah, dan juga untuk proporsinya kurang baik karena ada yang besar dan juga terlalu kecil. Pada sketsa alternatif nomor 2 dan juga 3 merupakan sketsa yang memiliki keseimbangan yang baik, proporsi serta bentuk gambar yang seimbang sehingga stiker menjadi lebih menarik.

2. Setelah membuat sketsa alternatif dan dipilihlah sketsa kemasan sekunder yang akan di aplikasikan ke dalam bentuk digital dengan menggunakan *Software Adobe Illustrator*.



**Gambar 4.8** *Layout Kemasan Dalam Bentuk Digital*

(Sumber : Destia dan Siddiq, 2022)

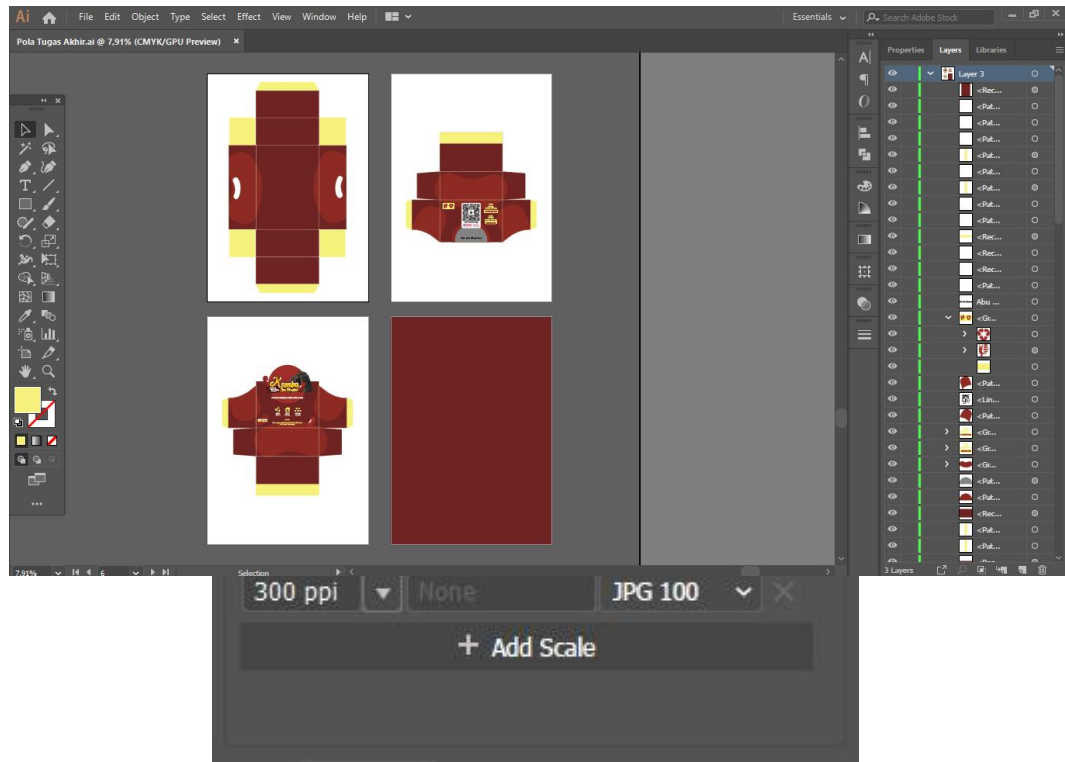
3. Setelah itu penulis menambahkan *list* elemen seperti nama produk, nama perusahaan, ilustrasi *vector* dan foto, slogan, bahan, alamat perusahaan, berat bersih, *icon* dan *barcode* serta menambahkan warna sesuai dengan yang telah di tentukan kedalam bentuk digital.



**Gambar 4.9** *Layout Kemasan Dalam Bentuk Digital*

(Sumber : Destia dan Siddiq, 2022)

Pembuatan *layout* menggunakan *software adobe illustrator*, penulis menggunakan artboard berukuran 32,9 cm x 48,3 cm (A3+) karena sesuai dengan ukuran kemasan yang nantinya akan di cetak. Serta di *export* dengan format .Jpg skala 300 ppi sehingga setelah dicetak hasilnya tajam.



**Gambar 4.10** Proses Pembuatan *Layout* ke Dalam Digital

(Sumber : Destia dan Siddiq, 2022)

Pada tampilan depan kemasan setelah dibuka, penulis membuat logo timbul dari kemasan fungsinya selain terlihat menarik setelah dibuka juga dapat sebagai pengunci kemasan. Sedangkan tampilan belakang kemasan setelah dibuka, bagian abu abu dipotong menyesuaikan bentuk dari tampilan kemasan depan untuk mengunci kemasan, serta dibuat *barcode* untuk mempermudah konsumen menghubungi dan memesan kumbu.



**Gambar 4.11 Tampilan Kemasan Setelah di Buka**

(Sumber : Destia dan Siddiq, 2022)

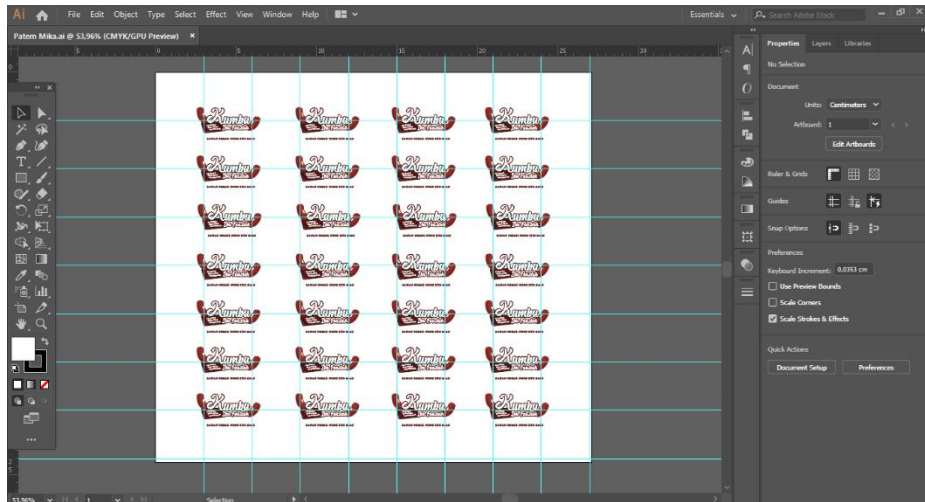


**Gambar 4.12 Tampilan Kemasan Tertutup**

(Sumber : Destia dan Siddiq, 2022)

Sedangkan pada kemasan primer penulis menggunakan artboard berukuran 27,1 cm x 24,2 cm menyesuaikan ukuran kertas minyak. Serta di *export* dengan format .Jpg skala 300 ppi sehingga setelah dicetak hasilnya tajam.

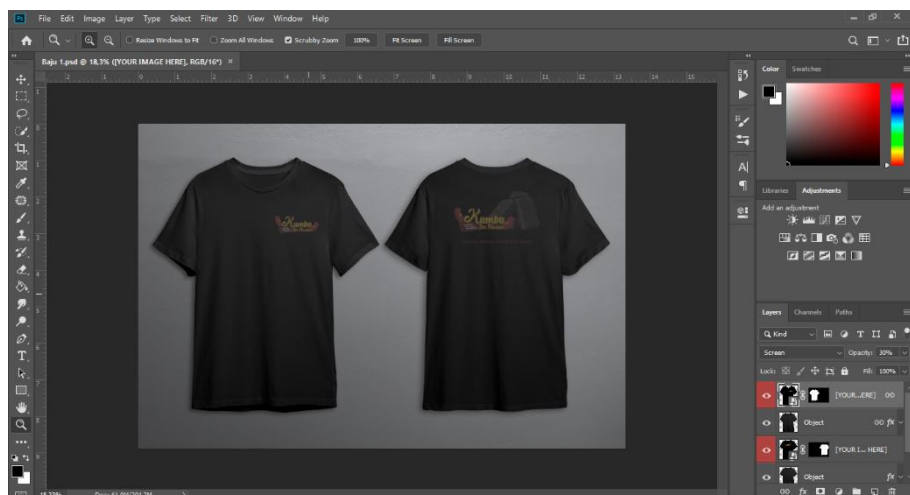




**Gambar 4.13 Proses Pembuatan Kemasan Primer Ke Digital**

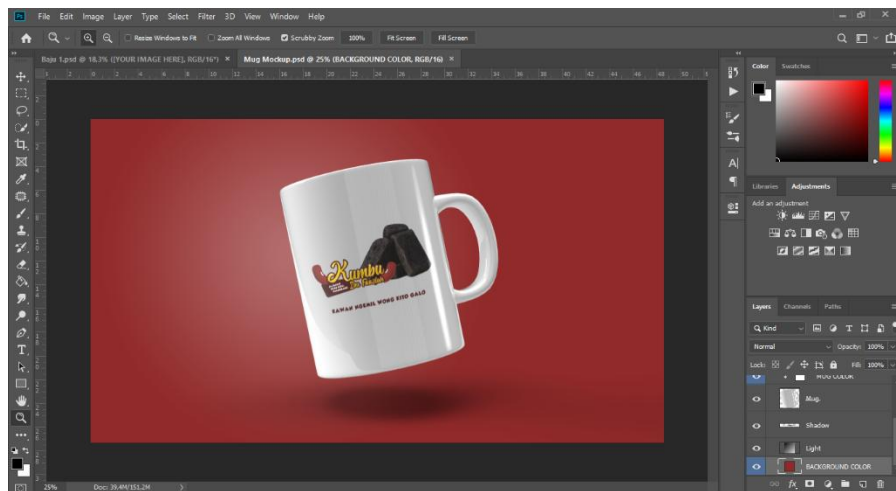
(Sumber : Destia dan Siddiq, 2022)

4. Setelah desain kemasan telah selesai, penulis selanjutnya membuat *mock-up* seperti mug, *t-shirt*, *totebag* serta stiker. Penulis memasukan logo kemasan kedalam *mock-up* tersebut.



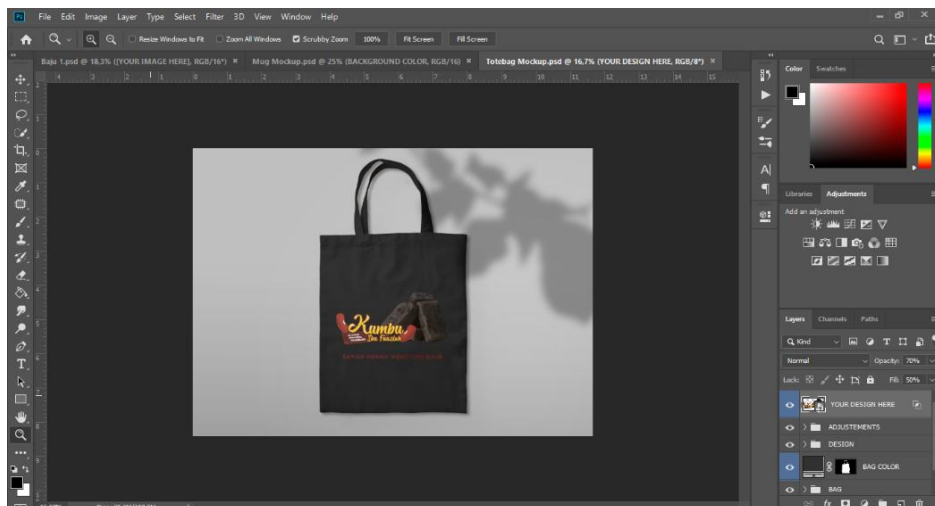
**Gambar 4.14 Mock-up T-shirt**

(Sumber : [www.freepik.com/psd/mockup-space](http://www.freepik.com/psd/mockup-space)">Mockup space psd created by rawpixel.com)



**Gambar 4.15 Mock-up Mug**

(Sumber : [www.freepik.com/psd/maquette](http://www.freepik.com/psd/maquette)">Maquette psd created by Vectonauta)



**Gambar 4.16 Mock-up Totebag**

(Sumber : [www.freepik.com/psd/merchandise](http://www.freepik.com/psd/merchandise)">Merchandise psd created by Vectonauta)



**Gambar 4.17 Stiker**

(Sumber : Destia dan Siddiq, 2022)

## 4.2 Hasil dan Pembahasan

Setelah melakukan semua proses perancangan, penulis melakukan percobaan dengan membuat desain kemasan yang berukuran kecil, tujuannya jika nanti ada bentuk atau ukuran yang salah dapat diperbaiki sebelum di cetak banyak untuk ukuran sebenarnya. Agar kemasan tersebut bisa dibuat sesuai dengan konsep desain kemasan yang diinginkan. Berikut ini adalah gambar kemasan dengan ukuran kecil.



**Gambar 4.18 Hasil *Prototype* Kemasan Kumbu**

(Sumber : Destia dan Siddiq, 2022)

Selanjutnya, setelah adanya kemasan dengan ukuran kecil yang sudah pas dan sesuai dengan konsep. Untuk kemasan primer itu menggunakan kertas minyak dimana kertas tersebut dapat tahan panas serta higienis sedangkan kemasan sekunder dicetak dengan bahan konstruk 210 *glossy* yang diberikan

laminasi tujuannya agar kemasan terlihat lebih elegan dan juga lebih awet.

Berikut ini hasil dari kemasan yang sudah selesai dicetak.



**Gambar 4.19 Kemasan Primer Yang Di Gunakan**

(Sumber : Destia dan Siddiq, 2022)



**Gambar 4.20 Hasil Kemasan Kumbu Saat Tertutup**

(Sumber : Destia dan Siddiq, 2022)



### **Gambar 4.21 Hasil Tampilan Depan Kemasan Kumbu Saat Terbuka**

(Sumber : Destia dan Siddiq, 2022)

Pada bagian hasil kemasan kumbu pada saat terbuka terdapat informasi gambar dengan bentuk 3 kacang merah yang memiliki arti kumbu yang dibuat menggunakan bahan pilihan karena bahan yang digunakan untuk proses pembuatan kumbu memiliki kualitas yang sangat baik. Lalu, ada juga desain berbentuk rumah disebelah bahan pilihan yang memiliki arti bahwa resep kumbu kacang merah ini merupakan resep warisan karena kumbu dibuat oleh keluarga secara turun temurun. Selanjutnya ada 5 bintang yang memiliki arti bawa kualitas kumbu yang dibuat terjamin, karena proses pembuatan kumbu masih terbilang tradisional tidak menggunakan bahan – bahan pengawet sehingga sangat baik untuk dikonsumsi baik anak – anak, orang dewasa maupun lanjut usia.

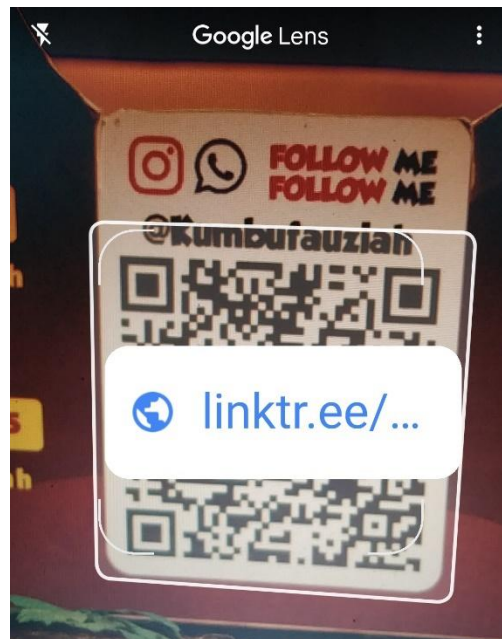


### **Gambar 4.22 Hasil Tampilan Belakang Kemasan Kumbu Saat Terbuka**

(Sumber : Destia dan Siddiq, 2022)

Pada kemasan tampilan belakang kemasan saat terbuka terdapat logo instagram dan *what'sapp* diatas *barcode* berserta tulisan *follow me*, logo dan tulisan tersebut mengisyaratkan bahwa *barcode* tersebut mengarah ke media sosial untuk pemesanan kumbu tersebut serta mengajak untuk mengikutinya. Terdapat pula *icon recycle* dan *dustbin* ditampilkan belakang kemasan saat terbuka, *icon recycle* ini menunjukkan bahwa kemasannya dapat di daur ulang sedangkan *icon dustbin* untuk mengingatkan kita agar selalu menjaga kebersihan. Sisa-sisa sampah pada kemasan dibuang pada tempat pembuangan sampah pada umumnya.

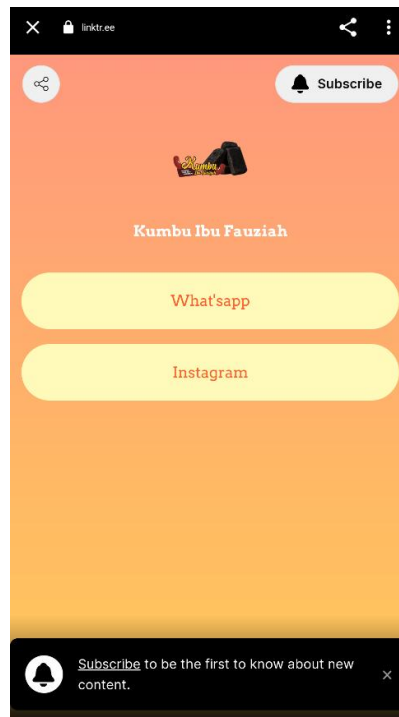
Untuk membuka *barcode* menggunakan *Google Lens* dan akan diarahkan ke *link* yang telah dibuat. Setelah membuka *link* akan muncul tampilan untuk menghubungi kontak *what'sapp* serta media sosial instagramnya.



**Gambar 4.23 Hasil Tampilan *Google Lens* Saat *Scan Barcode***

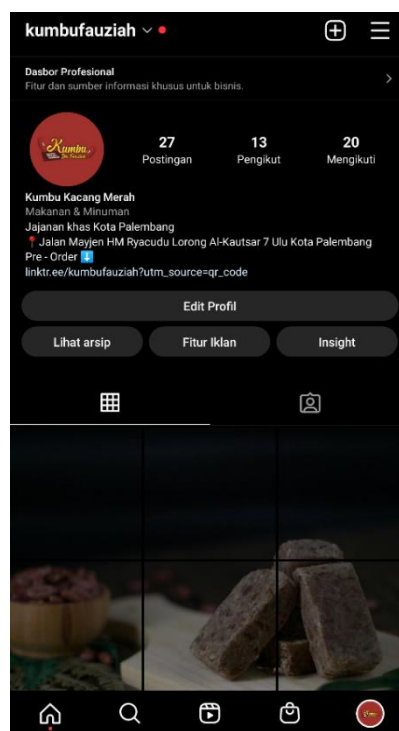


(Sumber : Destia dan Siddiq, 2022)



**Gambar 4.24 Hasil Tampilan *Link* Yang Di Tuju**

(Sumber : Destia dan Siddiq, 2022)



**Gambar 4.25 Hasil Tampilan *Instagram* Kumbu**

(Sumber : Destia dan Siddiq, 2022)



**Gambar 4.26 Hasil Kemasan Kumbu Saat Terbuka**

(Sumber : Destia dan Siddiq, 2022)

Setelah itu, penulis mencetak hasil *mock-up* yang dibuat dengan meletakan desain logo kemasan kumbu ke dalam mug, *t-shirt*, *totebag* dan stiker. Berikut hasil cetak *mock-up* yang telah dibuat :



**Gambar 4.27 Mug Kemasan Kumbu**

(Sumber : Destia dan Siddiq, 2022)



**Gambar 4.28 Totebag Kemasan Kumbu**

(Sumber : Destia dan Siddiq, 2022)



**Gambar 4.29 T-shirt Kemasan Kumbu**

(Sumber : Destia dan Siddiq, 2022)



**Gambar 4.30 Stiker**

(Sumber : Destia dan Siddiq, 2022)

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Setelah membuat perancangan kemasan kumbu, didapatkan kesimpulan berupa :

1. Pembuatan kemasan kumbu bertujuan untuk menjadikan produk kumbu ini menjadi lebih baik dari sebelumnya sehingga dapat dijadikan sebagai media promosi.
2. Kemasan kumbu dapat dijadikan sebagai media promosi agar masyarakat dapat lebih tertarik membeli kumbu dengan desain kemasan yang baru. Dan dapat dijadikan oleh-oleh khas Palembang selain Pempek.
3. Desain kemasan kumbu ini menampilkan hasil visual yang unik berupa bentuk persegi panjang dengan dua kotak persegi untuk sisi kanan dan kiri. Dengan memiliki konsep bisa dijadikan meja dengan tujuan untuk menyajikan makanan diatas meja dengan di atasnya makanan kumbu. Dengan tujuan memberikan kemasan yang menarik untuk dilihat dan menarik untuk dibeli oleh masyarakat.

#### **5.2 Saran**

Adapun beberapa saran yang dapat penulis berikan dalam merancang kemasan kumbu ini :

1. Perlunya ide-ide yang baru dan kreatif dalam merancang suatu desain kemasan.

2. Dalam proses perancangan diperlukan kreatifitas serta melakukan evaluasi setelah proses perancangan agar desain yang dibuat dapat sesuai dengan apa yang diharapkan serta menghindari adanya kesalahan didalam desain.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aji, P., & Purba, D. (2021). *Perancangan Kemasan Kemplang Tunu*. Skripsi tidak diterbitkan. Palembang : Program Studi Desain Komunikasi Visual Politeknik PalComTech Palembang.
- Aflah, S. Z., & Anisa, A. (2020). *Analisis Warna dan Bentuk terhadap Kemampuan Visual Anak Autis Pada Fasilitas Pendidikan*. Jurnal Linears.
- Jogiyanto Hartono, M. (Ed.). (2018). *Metoda Pengumpulan dan Teknik Analisis Data*. Penerbit Andi.
- Ningtyas, D., & Francisca, M. (2020). *Media Pembelajaran Sejarah Bangsa Indonesia Berbasis Website*. Jurnal Ilmiah Komputasi.
- Dewi, C. M., Hairiza, A., & Limbong, E. G. (2020). *Warna sebagai Identitas Merek pada Kemasan Makanan Tradisional Kembang Goyang Khas Betawi*. Visual Heritage : Jurnal Kreasi Seni Dan Budaya.
- Dewojati, R. K. W. (2009). *Desain grafis sebagai media ungkap periklanan*. Imaji: Jurnal Seni dan Pendidikan Seni.
- Ervina, Sultan & Ayyub. (2021). *Perancangan Logo dan Desain Kemasan Cookye Cookies Sebagai Identitas Visual*. Sainsbertek Jurnal Ilmiah Sains & Teknologi.
- Chyndi, Alviah & Edo. (2020). *Warna Sebagai Identitas Merek Pada Kemasan Makanan Tradisional Kembang Goyang Khas Betawi*. Visual Heritage : Jurnal Kreasi Seni dan Budaya.
- Haeril, F. K. (2021). *Analisis Semiotika Logo Ortholinks (Pemenang Kontes Logo 99 Desain)*. Jurnal Imaginarium.

- Januariyansah, S. (2018). *Analisis Desain Logo Berdasarkan Teori: Efektif Dan Efisien*. Yogyakarta : Universitas Negeri Yogyakarta.
- Langga, F. X., Sumarwahyudi, & Prasetyo, A. R. (2021). *Analisis Visual Desain Cover Novel-novel Karya Boy Candra*. JoLLA: Journal of Language, Literature, and Arts.
- Mardatilah, A. (2016). *Aplikasi Fotografi Dalam Rancangan Buku Katalog Wisata Kota Lama Semarang*. Universitas Negeri Semarang.
- Meilani. (2020). *Memahami Warna Melalui Teori Prang Color Wheel*. Artikel : Binus University.
- Riady, I. (2011). *Pengaruh Sertifikasi Makanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen*. Doctoral dissertation : Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
- Risnawati, R., Alimuddin, A., & Nurabdiansyah, N. (2020). *Perancangan Komik Ilustrasi Cerita I MAKDI DAENG RI MAKKA*. TANRA : Jurnal Desain Komunikasi Visual Fakultas Seni Dan Desain Universitas Negeri Makassar.
- Noeraini, I. A., & Sugiyono, S. (2016). *Pengaruh Tingkat Kepercayaan, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan JNE Surabaya*. Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM).
- Syamsudin, A. (2015). *Pengembangan Instrumen Evaluasi Non Tes (Informal) untuk Menjaring Data Kualitatif Perkembangan Anak Usia Dini*. Jurnal Pendidikan Anak.
- Tjiptono, F. (2016). *Pengertian dan Klasifikasi Produk*. Journal of Chemical Information and Modeling.
- Triwardani, R., & Ardhanariswari, K. A. (2016). *Perancangan Promosi Desa*



*Budaya Banjarharjo, Kalibawang, Kulonprogo melalui Desain Komunikasi Visual. Jurnal Nirmana.*

Widiati, A. (2020). *Peranan Kemasan (Packaging) Dalam Meningkatkan Pemasaran Produk Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Di “Mas Pack” Terminal Kemasan Pontianak. JAAKFE UNTAN : Jurnal Audit Dan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Tanjungpura.*

Yogananti, A. F. (2015). *Pengaruh Psikologi Kombinasi Warna Dalam Website. ANDHARUPA : Jurnal Desain Komunikasi Visual & Multimedia.*

Wahmuda & Hidayat (2018). *Makna Tampilan Visual Kemasan Sebagai Penerapan Redesain Kemasan Makanan Ringan Di UKM – Kabupaten Probolinggo. Institut Teknologi Adhi Tama Surabaya.*