

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Setelah melakukan kajian dan analisis data, kesimpulan dari perancangan Grafis Kemasan Jamunee adalah bahwa salah satu cara untuk memperluas pasar sebuah produk dan memperkenalkan sebuah produk kepada target konsumen adalah dengan cara membuat membuat grafis kemasan bagi industri ini dengan konteks komunikasi visual yang bertujuan untuk menghadirkan citra positif kepada konsumen, juga dapat membangun *brand image* ataupun *brand positioning* dimata konsumen serta menjadi pembeda dengan perusahaan sejenis, serta meningkatkan daya jual dan nilai jual sebuah produk serta dapat menjadi promosi yang tidak dipungut biaya karna kemasan bukan hanya melindungi apa yang dijual tetapi kemasan juga menjual apa yang dilindungi.

Dengan adanya kemasan Jamunne maka sangat besar peluang untuk memperluas pasar dan mencapai tujuan Jamunne, karena mampu membuat sebuah produk terkesan profesional. Perancangan grafis kemasan ini menghadirkan sebuah rancangan yang mampu mewakili nilai yang terdapat pada perusahaan dan produk yang dipasarkan. Konsep rancangan yang mewakili sebuah keinginan yang dapat menjadikan *Jamunne* sebagai sebuah industri yang dapat mewadahi dan memproduksi rempah-rempah dari petani yang memiliki produksi dengan skala kecil maupun skala besar. sehingga

memiliki nilai jual dan daya jual yang layak terhadap konsumen.

B. Saran

1. Bagi Pihak Pengelola

Diperlukannya kemasan yang dapat mengakomodir seluruh kebutuhan sebuah produk dimana kemasan harus dapat melindungi produk yang ada didalamnya namun harus memiliki sebuah *unique selling point* dimana ini akan menjadi pembeda bagi usaha sejenis. Pentingnya kemasan bagi sebuah perusahaan atau industri dikarenakan hal tersebut merupakan *image* dari perusahaan itu sendiri saat pertama kali dilihat oleh konsumen. Dengan adanya kemasan yang dapat mengakomodir seluruh kebutuhan produk dan konsumen, mampu membuat konsumen mengingat sebuah brand, perusahaan, industri saat melihat kemasan yang digunakan.

2. Bagi Peneliti

Proses perancangan kemasan Jamunee mengajarkan peneliti tata cara bersikap dalam menghadapi project yang dirancang, serta pentingnya kesadaran akan manajemen dalam sebuah proses perancangan. Proses perancangan Desain kemasan Jamunee merupakan suatu bentuk kemampuan seorang desainer dalam memecahkan masalah terkait desain komunikasi visual. Melalui pengetahuan dan proses kreatif pada sebuah rancangan, diharapkan peneliti mampu untuk menciptakan suatu karya yang dapat menarik dan mempengaruhi perhatian masyarakat

baik secara langsung maupun tidak langsung . Hal ini lah yang diharapkan hadir bagi para peneliti dan perancang berikutnya, untuk bisa memberikan solusi yang tidak hanya berguna secara visual tetapi juga mampu menumbuhkan respons positif dari audiens setelah menterjemahkan rancangan yang telah dibuat.

3. Bagi Mahasiswa

Khususnya bagi mahasiswa yang ingin mengangkat topik tugas akhir, sebaiknya dapat menghadirkan suatu solusi yang berguna bagi pemecahan sebuah masalah dalam ruang lingkup Desain Komunikasi Visual. Diharapkan topik yang akan diangkat dapat menjadi suatu hal yang berguna dalam membantu sesama melalui pemecahan masalah terkait desain komunikasi visual. Desain yang dirancang hendaknya dapat merubah pandangan dan menumbuhkan kepekaan masyarakat terhadap desain komunikasi visual.

DAFTAR PUSTAKA

A, Yuyun, dan Gunarsa. 2011. Cerdas Mengemas Produk Makanan dan Minuman. AgroMedia Pustaka. Jakarta Selatan.

Adi, Kusrianto. 2007. Pengantar Desain Komunikasi Visual. Yogyakarta: Andi Offset.

Alex S. Nitisemito, 1996. Manajemen Personalia, Sumber Daya Manusia, Gholia Indonesia, Jakarta.

Aristyavani, Inadia. 2017. Persuasi Komunikasi dan Kebijakan Publik. Yogyakarta: Calpulis.

Jonathan Sarwo. 2006. Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Kafie, Jamaluddin. (1993). Psikologi Dahwah. Surabaya : Remaja Bineka

Klimchuk, Marianne Rosner & Krasovec, Sandra. A. 2007. Desain Kemasan: Perencanaan Merek Produk yang Berhasil Mulai dari Konsep sampai Penjualan. Jakarta: Erlangga.

Kolter, Philip. 2008. Manajemen Pemasaran edisi Ketiga Belas Jilid 1. Jakarta :Penerbit Erlangga.

Kotler,P.,&Keller,K.L. 2012 .Marketing Management Edisi 14, Global Edition.Pearson.

Peirce, Charles Sanders. 1904. "Letter to Lady Viola Welby" dalam Adams, Hazard. 1986. *Critical Theory Since 1965*. Florida: University Presses of Florida. (Hal. 639)

Raco, J. R. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Grasindo, 2010

Rosner, Marianne dan Sandra Krasovec. 2008. *Desain Kemasan*. Jakarta: Erlangga

Said, Abdul Azis (2018) *Tentang Kemasan*. In: *Desain Kemasan*. Penerbit UNM Makassar.

Shimp, Terence. (2003). *Periklanan Promosi & Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga

Sugiyono. (2012). *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta

Supriyono, Rakhmat. 2010. *Desain Komunikasi Visual, Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta:

Twedt, D. W. (January 1968). How Much Value Can Be Added Through Packaging?. *Journal of Marketing*, 32(1), 58-61.

Wiratna, Haris dan Lakoro, Rahmatsyam (2017). Video promosi wisata pantai kabupaten jember dengan konsep sinematik. *Jurnal sains dan seni ITS*, 2. 94-99.

Wirya, Irwan 1999. *Kemasan yang Menjual*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utara

Tautan :

<http://gaeki.or.id/arealdanproduksi>.

<http://tipsofden.blogspot.com/2019/02/pemasaran-above-line-atl-below-linebtl.html>

<encyclopedia-2002-berkomunikasi-agar-bisa-menerangkan-dan-merefleksikanproduk-citra-brand-atau.html>

<http://gaeki.or.id/arealdanproduksi>.

<http://tipsofden.blogspot.com/2019/02/pemasaran-above-line-atl-below-line btl.html>

<https://docplayer.info/50517377-Bab-4-landasan-teori-dipasarkan-encartaencyclopedia-2002-berkomunikasi-agar-bisa-menerangkan-dan-merefleksikanproduk-citra-brand-atau.html>

<https://docplayer.info/47030791-Bab-ii-landasan-teori-kemasan-dan-desainkemasan-telah-menjadi-faktor-penting-dalam.html>

<https://r.info/256441-Peranan-desain-kemasan-dalam-duniapemasaran.html>

<https://.info/34895840-Bab-iv-konsep-desain-menurut-oxforddictionary-kemasan>.