BAB V
PENUTUP

A. Simpulan

Kemasan yang baik pada dasarnya adalah kemasan yang dapat melindungi produk dari kerusakan dan mampu menjelaskan isinya dihadapan konsumen dengan jelas berdasarkan informasi yang tertera. Namun, di era pasar persaingan modern seperti saat ini, fungsi kemasan tidaklah cukup hanya sebatas itu. Sebuah kemasan diharapkan memiliki kekuatan untuk dapat meningkatkan derajat konsumen yang membelinya produknya, di samping kemampuannya sebagai iklan tanpa suara, yang mana dapat menjual produk mereka sendiri di antara produk-produk lainnya. Sehingga untuk mewujudkan fungsi-fungsi kemasan tersebut, dibutuhkan kerja keras terhadap kondisi kebutuhan dan permintaan pasar saat ini, apa yang menjadi daya pikat mereka dalam memilih produk-produk yang ada dipasaran.

Persaingan diantara para kompetitor sejenis membuat produsen saling berlomba-lomba untuk menciptakan keunikan pada masing-masing produk, sehingga para produsen akan saling berlomba-lomba untuk melakukan inovasi, pengembangan, hingga penyegaran terhadap produk agar dapat tampak lebih menonjol dibandingkan dengan produk lainnya, baik dari segi mutu seperti varian rasa atau yang paling umum dilakukan pada perubahan kemasan.

Tidak sedikit produk yang sedang berkembang mengalami kesulitan dalam memasarkan produknya, seperti pada saat ini bahwa kemasan menjadi masalah pemasaran produsen Usaha Kecil Menengah (UKM). Salah satu produk UKM adalah makanan khas Sukabumi yakni kerupuk enye, dibuat dengan proses tradisional dan dikemas dengan sederhana menggunakan kantong plastik bening dan diberi label. Kemasan seperti itu sudah umum digunakan oleh pelaku usaha makanan pada umumnya.

Konsep pada perancangan desain kemasan kerupuk enye Sikembar adalah produk dirancang untuk menjawab kebutuhan konsumen sebagai pencari oleh-

oleh untuk rekan dan keluarga. Kemasan ini juga dirancang sebagai kemasan *ecofriendly* yakni desain yang dapat mengantisipasi isu pencemaran lingkungan yang marak terjadi di kalangan masyarakat. Prinsipnya adalah konsumen dapat menggunakan kemasan ini kembali setelah produk habis dikonsumsi. Dalam hal ini peranan sebuah identitas akan produk sangatlah penting, salah satunya melalui desain kemasannya, mengingat fungsi kemasan saat ini juga harus sebagai salah satu media promosinya sendiri terhadap isi yang dijual. Oleh karena itu, peranan promosi yang tepat pada sebuah produk yang terintegrasi dengan baik pada setiap media promosi/pemasarannya, akan sangat memudahkan produk itu sendiri untuk tampil unggul dan tetap menjadi pilihan konsumen di tengah-tengah persaingan antarproduk sejenis di pasaran.

Kreasi eksplorasi terlihat dari bagian etiket yang berada di bawah sebagai wadah penunjang kemasan primer yakni plastik mika. Bentuk kemasan disesuaikan dengan pertimbangan ukuran dan jumlah kerupuk. Maka terdapat beberapa varian dimensi bentuk dalam hasil penciptaannya. Kemasan dengan varian warna mencerminkan bahwa produk tersebut berbeda varian rasa muali dari pedas, keju, udang, dan original. Dalam perancangan ini produk diposisikan sebagai oleh-oleh Sukabumi yang khas untuk saling berbagi kepada rekan dan keluarga. Sehingga kemasan didesain dalam beberapa varian ukuran, panganan mentah dengan isi bersih produk yakni 200 gr dan 500 gr, lalu 100 gr untuk panganan yang sudah digoreng/siap saji.

Analisis visual desain kemasan yang penulis buat memiliki khas tersendiri dengan adanya perubahan desain bentuk dan etiket kemasan yang menjadikan produk kerupuk enye terlihat berbeda dibandingkan produk UKM lainnya. Hal ini senantiasa dapat menjadi terobosan baru untuk menjadi daya pikat calon konsumen agar membeli produk tersebut. Perangkat grafis yang telah dicantumkan seperti ilustrasi karakter dalam keutuhan logo, *logotype*, ilustrasi instruksional sebagai tahap cara memasak, ilustrasi singkong dan varian rasa, warna pun disesuaikan dengan keidentikan rasa, informasi BPOM serta logo yang menjadi utama mengenai halal dan 3R sampai produk Indonesia sudah dicantumkan.

A. Saran

Setelah dilakukan pemciptaan karya desain kemasan maknaan, maka penulis meyampaikan beberapa saran dan rekomendasi sebagai berikut:

1. Departemen Pendidikan seni rupa

   Dalam materi perkuliahan Desain Komunikasi Visual dan Komputer grafis sebaiknya memberi arahan kepada mahasiswa untuk menciptakan desain kemasan yang lebih detail agar mempermudah dalam membuat desain kemasan secara tepat dan cermat.

2. Peneliti selanjutnya

   Berdasarkan proses penciptaan desain kemasan, para peneliti diharapkan dapat melihat dan mencari refrensi secara detail. Mulai dari konsep sampai proses ketika membuat desain kemasan. Maka akan terlihat bagaimana sebuah proses desain berlangsung.

3. Desainer kemasan

   Sebagai desainer yang berkecimpung di bidangnya diharapkan dapat mencetuskan ide dengan beberapa pertimbangan desain, seperti syarat desain kemasan, bagaimana proses desain terbentuk sampai konsep yang sudah matang agar desain kemasan pun berkualitas.