

BAB V

SIMPULAN, IMPLIKASI, DAN REKOMENDASI

5.1 Simpulan

Perancangan Desain kemasan telur omega dengan implementasi *augmented reality* pada UMKM B-Farm dirancang melalui 10 tahap yang terdiri dari: 1) pembuatan sketsa, 2) perancangan konsep desain kemasan, 3) produksi desain kemasan, 4) analisis karya, 5) desain *prototype product*, 6) perancangan *augmented reality*, pembuatan *flowchart*, *screenshot* adegan, pengembangan *augmented* dan, implementasi *augmented reality*. Tahap perancangan menggunakan 4 perangkat lunak diantaranya: *Adobe Illustrator* untuk membuat perancangan konsep kemasan, dan aset-aset video pada *augmented reality*. *Adobe After Effect* digunakan untuk membuat animasi sederhana pada pengembangan aset *augmented reality*. *Adobe Premiere Pro* digunakan dalam penelitian ini untuk menggabungkan *footage* telur omega dan melakukan proses *editing*, dan *Zapworks* sebagai *situs website* yang digunakan untuk penggabungan *augmented reality* dengan aset gambar. Desain kemasan dengan implementasi *augmented reality* UMKM B-Farm, merupakan gabungan Desain kemasan dan *augmented reality* yang memberikan suguhan interaksi terhadap media yang setelah dibuat, dirancang untuk dijadikan sebagai media promosi pada UMKM B-Farm.

Berdasarkan hasil uji coba validasi ahli, terhadap tampilan grafis dan operasional antarmuka (*interface*) pada desain kemasan *augmented reality* menghasilkan kategori “Sangat layak”. Desain kemasan dengan implementasi *augmented reality* ini juga mendapatkan respon positif dari pengguna media pada kategori “Sangat baik”. Hal ini dibuktikan dengan respon pengguna media yang menyebutkan bahwa desain kemasan dengan implementasi *augmented reality* memberikan informasi yang mudah dipahami seperti deskripsi produk yang ada pada kemasan. Pemakaian warna yang sesuai dengan citra UMKM telur omega B-Farm. Dan implementasi *augmented reality* mudah digunakan di berbagai *smartphone*. Hal

ini menunjukkan bahwa desain kemasan dengan implementasi *augmented reality* layak digunakan sebagai media promosi pada UMKM B-Farm.

5.2 Implikasi

Berdasarkan kesimpulan yang telah jelaskan di atas, Implikasi dalam penelitian ini adalah sebagai media promosi pada UMKM B-Farm untuk mengemas produknya menjadi lebih menarik sehingga dapat menaikkan kualitas UMKM-nya. Selain itu, desain kemasan dengan implementasi *augmented reality* bertujuan untuk memberikan pengetahuan mengenai telur omega kepada calon pengguna walau dengan ruang yang kecil. Desain kemasan dengan implementasi *augmented reality* masih jarang untuk dikaji sehingga diharapkan penelitian ini bisa dikembangkan lebih jauh oleh penelitian selanjutnya.

5.3 Rekomendasi

Hasil akhir dari penelitian ini adalah desain kemasan telur omega dengan implementasi *augmented reality* pada produk UMKM B-Farm, terdapat beberapa rekomendasi dari penelitian untuk penelitian selanjutnya diantaranya:

- 1) Desain kemasan telur yang dibuat pada penelitian ini masih terbatas kepada pembeli eceran, untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat membuat desain kemasan yang lebih inovatif berdasarkan kepada permasalahan yang terjadi di lapangan.
- 2) Implementasi *augmented reality* pada penelitian ini masih menggunakan metode *image based tracking* sehingga video iklan nya hanya dapat dilihat ketika bagian atas kemasan di scan, untuk penelitian selanjutnya bisa lebih mengembangkan implementasi *augmented reality* yang lebih kompleks dan menarik.
- 3) Penelitian ini hanya bertujuan kepada pengelola UMKM B-Farm sebagai objek penelitian nya, diharapkan kepada penelitian selanjutnya untuk lebih memperluas objek penelitian nya baik kepada calon konsumen, atau kepada pihak-pihak lain yang lebih luas jangkauan nya.